

**Univerzita Karlova v Praze
Filozofická fakulta
Ústav informačních studií a knihovnictví**

Studijní program: Informační studia a knihovnictví
Studijní obor: Informační studia a knihovnictví

Bc. Pavlína Lonská

**Prezentace knihovních služeb veřejnosti : analýza současného stavu veřejných
knihovnických služeb v Nizozemsku a v České republice**

Diplomová práce

Vedoucí diplomové práce: PhDr. Mgr. Hana Landová, PhD.

Konzultant diplomové práce: PhDr. Radka Římanová

Oponent diplomové práce:

Datum obhajoby:

Hodnocení:

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem diplomovou 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 7. 12. 2012

.....
Pavlína Lonská

Identifikační záznam

LONSKÁ, Pavlína. *Prezentace knihovních služeb veřejnosti: analýza současného stavu veřejných knihovnických služeb v Nizozemsku a v České republice* [Presentation of Library Services to the Public: Analysis of Current Situation in the Netherlands and Czech Republic]. Praha, 2012. 95 s., ix s. obr. příl. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova v Praze, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví.

Abstrakt

Cílem práce je porovnat současnou prezentaci a komunikaci knihovních služeb veřejnosti v nizozemských a českých veřejných knihovnách. Sledovány byly především legislativní rámce obou zemí, oborové organizace a jejich marketingová činnost podporující veřejné knihovny. Teoretické znalosti byly doplněny praktickými poznatky, získanými během realizované studijní cesty do Nizozemska. Během této studijní cesty byly zjištěny konkrétní metody propagace veřejných knihovnických služeb, jež práce mapuje a nastiňuje možnost inspirace nizozemskou knihovnickou praxí. Práce navrhuje k inovaci služeb českých veřejných knihovnických služeb využití tzv. prodejního konceptu jako součást trvalého uspořádání volného výběru knihovních fondů, jenž byl v Nizozemsku pozorován a ověřen. Závěrečné srovnání vybraných faktorů na národní úrovni poskytuje stručný přehled o knihovnictví v obou zemích.

Klíčová slova

Veřejné knihovny, marketingová komunikace, inovace, kooperace knihoven, knihovnické asociace, knihovnické zákonodárství, Nizozemsko, Česká republika.

Abstract

The aim of this thesis is to compare the actual presentation and communication of library services to the public in the Dutch and Czech public libraries. Monitored were primarily legislative frameworks of mentioned countries, branch organizations and their marketing activities supporting public libraries. Theoretical knowledge was supplemented by practical findings gained during the study tour undertaken in the Netherlands. During this study tour were identified specific methods of promotion of public library services. Thesis explores these methods and outlines the possibility inspiration from Dutch library practice. The work proposes an innovation of Czech public library services using the retail concept as part of the open access collections, which was observed and verified in the Netherlands. The final comparison of selected factors on the national level provides a brief overview of librarianship in both countries.

Keywords

Public libraries, marketing communication, innovation, library cooperation, librarians associations, library legislation, Netherlands, Czech Republic.

Obsah

SEZNAM ZKRATEK.....	7
PŘEDMLUVA	9
1 ÚVOD.....	11
2 MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE KNIHOVNICKÝCH SLUŽEB	12
2.1 MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE	12
2.2 KOMUNIKAČNÍ MIX.....	13
2.3 PROSTŘEDKY MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE	15
3 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU PREZENTACE VEŘEJNÝCH KNIHOVNICKÝCH SLUŽEB V NIZOZEMSKU	18
3.1 STRUČNÉ DĚJINY KNIHOVEN NA ÚZEMÍ NIZOZEMSKA	18
3.1.1 VÝVOJ LEGISLATIVNÍHO RÁMCE V NIZOZEMSKU	20
3.2 POZICE VEŘEJNÝCH KNIHOVEN V NIZOZEMSKU	23
3.2.1 <i>Financování a poplatky za služby veřejných knihoven</i>	24
3.2.2 <i>Databáze PiCarta a souborný katalog</i>	26
3.3 KNIHOVNICKÉ ASOCIACE A ORGANIZACE V NIZOZEMSKU	27
3.3.1 <i>Asociace veřejných knihoven v Nizozemsku</i>	27
3.3.1.1 Nizozemský institut pro veřejné knihovny.....	28
3.3.1.2 Nadace Bibliotheek.nl	30
3.3.1.3 Projekt de Bibliotheek	32
3.3.2 <i>NBD Biblion</i>	36
3.3.2.1 Národní knihovní karta.....	37
3.3.3 <i>ProBiblio</i>	42
3.3.3.1 Marketingové služby pro knihovny	43
3.3.3.2 Netradiční prezentace knihoven	44
3.4 POZNATKY ZE STUDIJNÍ CESTY DO NIZOZEMSKA	46
4 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU PREZENTACE VEŘEJNÝCH KNIHOVNICKÝCH SLUŽEB V ČESKÉ REPUBLICE	49
4.1 SOUČASNÝ LEGISLATIVNÍ RÁMEC V ČR	49
4.2 KNIHOVNICKÉ ASOCIACE A ORGANIZACE V ČR	53
4.2.1 <i>Svaz knihovníků a informačních pracovníků České republiky</i>	53
4.2.2 <i>Sdružení knihoven České republiky</i>	56
4.2.3 <i>Ústřední knihovnická rada České republiky</i>	57
4.2.4 <i>Knihovnický institut NK ČR</i>	59
4.2.5 <i>Kabinet informačních studií a knihovnictví MU</i>	60
5 NÁVRH NA INOVACI PREZENTACE KNIH VE VOLNÉM VÝBĚRU, TZV. PRODEJNÍ KONCEPT	66
5.1 PRODEJNÍ KONCEPT	66
5.2 MARKETINGOVÝ PLÁN PRODEJNÍHO KONCEPTU: ZAVEDENÍ NOVÉHO TYPU PREZENTACE KNIH VE VOLNÉM VÝBĚRU NA PŘÍKLADU MĚSTSKÉ KNIHOVNY V PRAZE.....	68
6 SROVNÁNÍ VYBRANÝCH FAKTORŮ NA NÁRODNÍ ÚROVNI.....	79
7 ZÁVĚR.....	86
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	88

Seznam zkratk

AKVŠ	Asociace knihoven vysokých škol České republiky
CENL	Konference evropských národních knihoven (Conference of European National Librarians)
CDNL	Konference ředitelů národních knihoven (Conference of Directors of National Libraries)
Consortium GII	Konsorciium jednotné digitální informační infrastruktury (Consortium Gemeenschappelijke Informatie Infrastructuur)
CRM	Řízení vztahů se zákazníky (Customer Relationship Management)
DBNL	Digitální knihovna nizozemské literatury (Digitale Bibliotheek voor de Nederlandse Letteren)
FOBID	Federace organizací z oblasti knihoven, informací a dokumentace (Federatie van Organisaties in het Bibliotheek-, Informatie- en Dokumentatiewezen)
GGC	Nizozemský sdílený katalogizační systém (Gemeenschappelijk Geautomatiseerd Catalogussysteem)
IBL	Meziknihovní výpůjční služba (Interbibliothecair leenverkeer)
IFLA	Mezinárodní federace knihovnických institucí a organizací (International Federation of Library Associations & Institutions)
ISIL	Mezinárodní standardní číslo knihoven a spřízněných organizací (International Standard Identifier for Libraries and related organizations)
KB	Královská knihovna (Koninklijke Bibliotheek)
KI	Knihovnický institut Národní knihovny ČR
KISK MU	Kabinet informačních studií a knihovnictví Masarykovy Univerzity v Brně
LIBER	Asociace evropských výzkumných knihoven (Ligue des Bibliothèques Européennes de Recherche)
MKP	Městská knihovna v Praze
MVS	Meziknihovní výpůjční služba
NAPLE	Asociace evropských národních úřadů a institucí pro veřejné knihovny (National Authorities on Public Libraries in Europe)
NBD	Nizozemské knihovní služby (Nederlands Bibliotheek Dienst)

NBLC	Nizozemské knihovní a literární centrum (Nederlands Bibliotheek en Lektuur Centrum)
NCC	Nizozemský souborný katalog (Nederlandse Centrale Catalogus)
OCLC	Online knihovnické počítačové centrum (Online Computer Library Center)
PBC	Provinční knihovní centrum (Provinciale Bibliotheekcentrale)
PR	Vztahy s veřejností (Public relations)
PSO	Provinční servisní organizace (Provinciale Serviceorganisatie)
RFID	Identifikace na rádiové frekvenci (Radio Frequency Identification)
SDRUK	Sdružení knihoven České republiky
SIOB	Oborový institut veřejných knihoven (Sectorinstituut Openbare Bibliotheken)
SKIP	Svaz knihovníků a informačních pracovníků České republiky
UKB	Konsorciium nizozemských univerzitních knihoven a Královské knihovny (Samenwerkingsverband van de universiteitsbibliotheken en de Koninklijke Bibliotheek)
ÚKR	Ústřední knihovnická rada
VISK	Veřejné informační služby knihoven
VKIS	Veřejné knihovnické a informační služby
VNG	Asociace nizozemských obcí (Vereniging van Nederlandse Gemeenten)
VOB	Asociace veřejných knihoven v Nizozemsku (Vereniging van Openbare Bibliotheken in Nederland)

Předmluva

Téma této diplomové práce bylo vypsané v rámci Ústavu informačních studií a knihovnictví Filozofické fakulty Univerzity Karlovy a nese název *Prezentace knihovnických služeb veřejnosti: analýza současného stavu veřejných knihovnických služeb v Nizozemsku a v České republice*. Volbu tématu ovlivnil můj kladný vztah k Nizozemsku, rozloha země srovnatelná s Českou republikou a fakt, že se o nizozemském knihovnictví již několik let odborně nepublikovalo. Zřejmě největší překážkou získávání informací o nizozemském knihovnictví je jazyková bariéra. Nizozemština, západogermánský jazyk podobající se nejvíce němčině, zdá se být nesrozumitelný. Přesto v komunikaci s tamními knihovnami není znalost nizozemštiny nutná, postačí znalost anglického, případně německého jazyka.

Obsah práce spočívá v analýze a srovnání současné situace prezentace veřejných knihovnických služeb v městských knihovnách v Nizozemsku a České republice, přičemž o nizozemském knihovnictví pojednává práce v širších souvislostech. K vypracování práce jsem zvolila metodu studia literatury, analýzu volně dostupných webových zdrojů a srovnávací analýzu vybraných faktorů knihovnictví na národní úrovni, kterou kombinuji s vlastním výzkumem, respektive sběrem propagačních materiálů ve vybraných nizozemských veřejných knihovnách. Sběr materiálů proběhl v rámci studijní cesty do Nizozemska, jenž se uskutečnila ve dnech 9.–14. září 2012 a obsáhla návštěvu sedmi veřejných knihoven, Královské knihovny a dvou oborových organizací. Ke zpracování kapitoly o nizozemském knihovnictví jsem kromě dostupné literatury čerpala především z volně dostupných webových zdrojů. Při zpracování analýzy českého prostředí jsem vycházela naopak z tradičních tištěných zdrojů, doplňkově ze zdrojů v elektronické podobě.

Značná část použité literatury je v nizozemštině, tyto zdroje jsem překládala sama s pomocí tradičního tištěného slovníku [Čermák, 1997] a služby Google Překladač [Google, 2012]. Cizojazyčné názvy jsou překládány do češtiny a jejich původní znění uvádím v závorkách. Nizozemská ženská příjmení nejsou přechylována. Zkratky jsou uvedeny v seznamu zkratk.

Vlastní práci předcházela bibliografická příprava. Zatím nejdříve se tématu nizozemského knihovnictví věnoval Aleš Vaněk [Vaněk, 2004], jednotlivé aspekty nizozemského knihovnictví popsal v rámci konference Knihovny současnosti (sekce Možnosti knihovny u nás i v zahraničí) v roce 2006 Marian Koren, Jos Debeij a Paul van Riet [Koren, 2006a-b; Debeij, 2006; Riet, 2006]. V roce 2008 podnikl Svaz knihovníků a informačních pracovníků studijní zájezd do Nizozemska, kde navštívil knihovny v Haagu, Delftu, Heerhugowaardu, Amsterdamu a univerzitní knihovnu v Utrechtu, z cesty byla publikována cestovní zpráva.

Text práce tvoří sedm kapitol včetně úvodu. Oproti předběžné osnově přibyla kapitola obecně pojednávající o marketingové komunikaci ve vztahu k poskytovaným veřejným knihovnickým službám, jejímž cílem bylo zasadit téma do kontextu. Jádro práce představuje třetí kapitola, jež se zabývá analýzou nizozemského knihovnictví, postavením veřejných knihoven a oborovými organizacemi, které mají vliv na prezentaci služeb tamních veřejných knihoven. Významnou část kapitoly představují poznatky zjištěné během studijní cesty do Nizozemska. Čtvrtá kapitola analyzuje současnou situaci českého knihovnictví, oborové organizace a jejich vztah k prezentaci knihovnických služeb veřejných knihoven. Pátá kapitola se věnuje inovaci českých veřejných knihovnických služeb podle nizozemského příkladu, tím je nový typ prezentace knih ve volném výběru podle tzv. prodejního principu, k jehož zavedení byl vypracován samostatný marketingový plán. Tento plán by mohl sekundárně posloužit jako inspirace či stručný návod jak zavést tento koncept do českých veřejných knihoven. Předposlední kapitola shrnuje a srovnává vybrané signifikantní prvky nizozemského a českého knihovnictví, má ryze komparativní charakter. Textová část práce končí závěrem, který shrnuje obsah práce a přináší vlastní názory na komparaci obou národních přístupů ke knihovnickému oboru. Obrazová příloha ilustruje textovou část, prezentované fotografie jsou mým autorským dílem.

Bibliografické citace byly vytvořeny podle mezinárodní standardní normy ISO 690:2010. V práci se cituje tzv. „harvardským stylem“, tj. pomocí prvního údaje citovaného záznamu a data vydání.

Na tomto místě bych chtěla poděkovat konzultantce diplomové práce PhDr. Radce Římanové za odborné vedení a věcné připomínky, tiskové mluvčí Městské knihovny v Praze Lence Hanzlíkové za vstřícnost a cenné informace, PhDr. Marian Koren a všem nizozemským kolegům, bez kterých by se moje studijní cesta do Nizozemska neuskutečnila a České informační společnosti, o. s. za finanční podporu této cesty.

1 Úvod

Marketing je široký pojem a jeho vztah ke knihovnictví je místy problematický. Objevují se názory, že marketing do knihoven nepatří, protože cílem knihoven není generovat zisk. Marketing knihoven spadá do oblasti marketingu služeb, neboť podstatou a cílem knihoven je poskytovat veřejné knihovnické a informační služby. Můžeme ho chápat jako nástroj při zavádění nových služeb ve vhodný čas a za vhodných podmínek, ale také jako prostředek ke zvýšení využívání stávajících služeb a také k provádění inovací, které ke kýženému zvýšení pozornosti a využívání služeb vedou. Podle mého názoru je marketing v knihovnách důležitý, jeho přínos není zanedbatelný a neměl by být více méně opomíjen, jak tomu doposud bylo. Pokud má knihovna problémy s tím, že počet registrovaných uživatelů klesá, některé ze služeb knihovny jsou málo využívané, veřejnost neví o tom, jaké služby knihovna poskytuje a jaké kulturní vyžití nabízí, je řešením využití marketingových metod. Knihovny celkově nedokážou zlepšit svůj obraz v očích veřejnosti, nedostatečně komunikují široké veřejnosti svou nabídku služeb a kulturních programů, takže veřejnost o celém portfoliu poskytovaných služeb neví, a tak knihovny nenavštěvuje. U veřejnosti převládá zastaralá představa o funkcích a možnostech knihoven a jejich aktuálnosti. Proto jsem se zaměřila právě na marketingovou komunikaci mezi veřejnými knihovnami a širokou veřejností.

V československém knihovnictví se marketing knihovnických služeb začal objevovat již v padesátých letech dvacátého století [Jurovský, 1956], kdy se věnoval především propagaci a názorné, živé komunikaci se čtenářem. Rozmach marketingu pak zaznamenala devadesátá léta, kdy se v souvislosti s knihovnami začala řešit široká problematika principů marketingové komunikace, zejména public relations, reklamy a propagace [Sakálová, 1997a-c]. Tato témata bývala také častým námětem vysokoškolských závěrečných prací, které pojednávaly o využívání marketingových nástrojů, tvorbě marketingových strategií, marketingové komunikaci, obrazu knihoven. Tato témata se většinou aplikovala na konkrétní knihovny. V posledních letech se hovoří převážně o vlivu sociálních sítí na působení knihoven [Biernátová, 2009]. Jelikož právě sociální sítě jsou v této době často zpracovávaným a diskutovaným tématem, nebudou v této práci nadále rozebírány.

Tato diplomová práce má snahu ukázat, že smysl marketingové komunikace služeb veřejných knihoven je v dnešní době značný. Pro lepší názornost jsem si vybrala pro srovnání české situace Nizozemsko, ač je rozlohou země srovnatelné s Českou republikou, patří mezi lídry světového knihovnictví. Metoda inspirace zahraničím při hledání nových cest je prokazatelně efektivní, umožňuje nejen inspiraci výsledkem, ale může těžit také ze zkušeností a problematických míst při zavádění inovací.

2 Marketingová komunikace knihovnických služeb

Podle zákona č. 257/2001 Sb. o knihovnách a podmínkách provozování veřejných knihovnických a informačních služeb (knihovní zákon) je „*knihovnou zařízení, v němž jsou způsobem zaručujícím rovný přístup všem bez rozdílu poskytovány veřejné knihovnické a informační služby vymezené tímto zákonem, a které je zapsáno v evidenci knihoven*“ [Česko, 2001, s. 5683]. Provozovatel knihovny je povinen zajistit rovný přístup k veřejným knihovnickým a informačním službám a dalším službám poskytovaným knihovnou všem, tj. bez rozdílu věku, rasového původu, národnosti, pohlaví, dosaženého vstupně vzdělání aj. Hlavním posláním knihovny je uspokojování informačních potřeb jedinců i skupin v oblasti vzdělávání, osobního rozvoje, trávení volného času a rekreace.

Aby byly fondy knihoven využívány účelně a kvalitně a služby knihoven byly následně hodnoceny kladně, je nutné komunikovat nabízené služby jejich uživatelům. Dnešní význam knihoven se dynamicky mění společně s vývojem ve společnosti a pokrokem informačních a komunikačních technologií. Knihovny by měly svou nabídkou služeb reagovat na soudobé změny a snažit se přizpůsobit, ať už co do využití nových komunikačních technologií, tak co se týče vzdělávání svých pracovníků a změnou přístupu práce a komunikace se čtenářem.

„Zákazníkovi je jedno, kdo službu poskytuje, zajímá ho jen kvalita této služby a cena. Zisková stejně jako nezisková organizace musí informovat zákazníky o nabídce svých produktů, ceně (nebo o podmínkách, při nichž může produkt získat zdarma), o místě, kde je produkt k dispozici, a v jakém čase a za jakých podmínek jej může zákazník získat“ [Vašítková, 2008, s. 208]. Cílem marketingu neziskových organizací je služba zákazníkovi. Tento marketing označujeme jako neziskový, tj. každé marketingové úsilí, které vynakládají neziskové organizace či jednotlivci za účelem dosahování neziskových cílů.

2.1 Marketingová komunikace

Propagace, neboli v moderním pojetí marketingová komunikace [Johnová, 2008, s. 19], je marketingový nástroj, který zprostředkovává tok informací mezi firmou a zákazníkem (i potenciálním). Principem propagace je komunikovat zákazníkovi výhody nabízeného produktu a přimět tak zákazníka k jeho koupi nebo užití. Cílem je oznámit nebo zprostředkovat určité informace, myšlenky, postoje či názory.

Podle Antlové je hlavním úkolem propagace příspěvkových organizací komunikovat informaci, samotný fakt, že existuje a poskytuje služby. *„Propagace je určitou formou komunikace se zákazníky. Je důležité, aby zákazníci o službě věděli co nejvíce a znali také užitek či výhody, které mohou získat. Propagace bývá rovněž charakterizována jako účelový*

typ komunikace, přičemž sdělení by mělo mít náležitou sílu a trvání. Konečným cílem propagace je podněcování zákazníků, aby dospěli k aktivnímu zájmu o službu“ [Antlová, 2006, s. 34]. Manifest IFLA považuje techniky marketingu za nástroj pro snazší porozumění potřebám uživatelů a pro účinné plánování uspokojování těchto potřeb. „Knihovna má propagovat na veřejnosti své služby, aby tak zajistila její informovanost o službách, poskytovaných k uspokojování jejich knihovnických a informačních požadavků“ [Gill, 2002, s. 76]. Manifest dále říká, že by knihovna měla mít vypracovaný písemný plán komunikace, marketingu a propagace, jenž by usnadnil vedení cílené propagace služeb na veřejnosti.

Podle Borcharda v knihovnictví převládala představa, že knihovnu učiní přitažlivější pro nové čtenáře dobře vedené public relations (neboli vztahy s veřejností, též PR), které by mělo vést ke zvýšení počtu výpůjček [Borchard, 1994, s. 27]. Tato představa je mylná, používá-li se propagace a PR jako autonomních nástrojů. Je nutné zabudovat tyto nástroje do širší koncepce, neboť propagovaná nabídka je především stanovena potřebami obyvatelstva (nebo jeho konkrétních skupin), tj. je tržně orientovaná, a až splnění této podmínky činí propagaci a PR smysluplnou.

K účelům komunikace mezi knihovnou a jejími uživateli slouží marketingová komunikace a jednotlivé složky jejího komunikačního mixu.

2.2 Komunikační mix

Marketingová komunikace používá svůj vlastní komunikační (propagační) mix, jenž tvoří reklama, public relations, sponzoring, podpora prodeje a přímý prodej (tzv. direct marketing) [Johnová, 2008, s. 19–20].

Reklama je placená neosobní forma komunikace, komerční sdělení komunikované prostřednictvím médií. Může se jednat o tištěné reklamy pouze ke shlédnutí (např. plakáty), tištěné reklamy k prostudování (např. letáky, prospekty, brožury, ale také inzeráty v tištěných médiích), plošné a velkoplošné reklamy, audiovizuální reklamy (v televizi, filmu či rozhlas). Poslední jmenovaný druh reklamy je pro neziskový sektor většinou finančně nákladný a nezbyvá na něj v rozpočtech knihoven prostor, proto jsou často voleny spíše tištěné reklamy ke shlédnutí nebo k prostudování.

Public relations slouží pro zlepšení, udržení a ochranu image instituce. Knihovny využívají PR zejména s cílem přesvědčit, vzdělávat, podpořit určité jednání, stimulovat určitá přání, vzbudit uvědomění, vyvolat zájem, tedy prosadit princip AIDA.¹ „Prostřednictvím PR

¹ AIDA je anglický akronym pro účinný model stupňového působení propagace, který postupuje krok za krokem čtyřmi etapami: Attention – upoutání pozornosti, Interest – vzbuzení zájmu, Desire – vyvolání přání, Action – dosažení akce.

se knihovna snaží udržet a zlepšovat dobrou image organizace, neboť ‚image‘ působí na názory a chování lidí a podstatným způsobem je ovlivňuje. Svoji image si může zachovat tím, že se bude např. prezentovat jako zařízení, které může navštívit každý občan a může ji chápat a využívat jako ‚svoji‘ knihovnu“ [Antlová, 2006, s. 38]. Mezi prostředky PR patří pořádání různých akcí pro veřejnost a všeobecně styk s veřejností a místní komunitou (představení instituce, pořádání seminářů, slavnostní události), prezentace v médiích (články v tisku), publikování výročních zpráv. Často je součástí PR také sponzoring.

Podpora prodeje představuje především krátkodobé akce v místě poskytování služeb, tj. v prostředí knihoven se může jednat např. o soutěže a hry pro čtenáře. Knihovny mají možnost se zapojit do celorepublikových akcí a projektů pořádaných Svazem knihovníků a informačních pracovníků, jež pořádá každý rok více než desítku akcí určených pro čtenáře [Svaz, 2012a]. Mezi nejúspěšnější patří akce pořádané v rámci měsíce března coby měsíce čtenářů, u dětských čtenářů pak každoročně zaznamenává velký úspěch Noc s Andersenem (též v rámci akce Březen - měsíc čtenářů).

Direct marketing je tvořen přímým marketingem, tj. oslovením konkrétního uživatele knihovny (např. prostřednictvím elektronické pošty), a osobním prodejem, který představuje individuální kontakt knihovníka s uživatelem, což je jedna z nejčastějších metod komunikace v prostředí knihoven. Pro knihovny je v oblasti přímého marketingu velmi zajímavý tzv. databázový marketing, tj. informování uživatelů pomocí databáze registrovaných čtenářů a internetu [Johnová, 2008, s. 20]. Knihovny často opomíjí svou velkou konkurenční výhodu, a to zmíněnou databázi registrovaných čtenářů. Tyto uživatele mohou knihovny přímo oslovit svou nabídkou, nejčastěji pomocí elektronické pošty. Dobrým příkladem je elektronický zpravodaj *Kostkované novinky*, který jednou měsíčně rozesílá Městská knihovna v Praze [Městská, 2010].

Pro knihovny je velmi důležité aktivní navázání kontaktu s veřejností, tedy plánované a cílené navazování a udržování kontaktů a vazeb mezi knihovnou a jejím okolím, zejména zřizovatelem a jejími uživateli (i potencionálními). „*Propagace služeb knihovny je nesmírně důležitá. Slouží k tomu, aby v určitém okruhu byly šířeny informace o existenci, činnosti a úrovni služeb knihovny a přímo či nepřímo bylo doporučováno jejich plnější a intenzivnější využívání. Každý druh a forma propagace musí být zaměřena vždy na určitou skupinu uživatelů služeb, nemůže však nahrazovat přímou individuální práci se čtenářem*“ [Antlová, 2006, s. 36]. Ačkoliv by se mohlo zdát, že nejdůležitější formou marketingové komunikace

pro knihovny je public relations, bylo by optimální kdyby knihovny využívaly všech aspektů marketingové komunikace.

2.3 Prostředky marketingové komunikace

Média, jejichž pomocí knihovny komunikují se svými uživateli, lze rozdělit na tisková, audiovizuální a elektronická. Mezi tiskovými převládají tištěná média k prostudování, jenž si čtenáři mohou odnést s sebou domů, prostudovat je nebo porovnat s ostatními nabídkami [Johnová, 2008, s. 215].

Letáky reprezentují nejjednodušší formu rychlého reklamního sdělení, jsou rozdávány v místě prodeje (u výpůjčního pultu, na stolech, ve vstupní hale), v tematicky spřízněných prostorech, na ulici nebo anonymně vkládány do schránek. Knihovny mohou umístit letáky v informačních a kulturních centrech, školách, zájmových organizacích, úřadech místní samosprávy a dalších vhodných institucích. Letáky mohou obsahovat základní informace o knihovně, přehled služeb, návody, je vhodné je umístit též ke stažení na webové stránky knihovny.

Prospekty slouží jako PR materiál, mají více stran a tisknou se na tvrdším papíře, mohou mít např. podobu skládačky. Jsou vhodné pro propagaci mimo místo prodeje, tj. na veletrzích, v kulturních a informačních centrech, nebo také jako příloha novin či časopisů.

Brožury jsou obvykle tištěné uživatelské příručky, z technického hlediska by měly mít minimálně osm stran a desky z tvrdšího papíru. Mají spíše referenční charakter, bývají distribuovány podobně jako prospekty a jsou vhodné pro ty organizace, které opakovaně pořádají kulturní a společenské akce, výukové programy nebo cykly přednášek.

Plakát je rozměrný list papíru vystavovaný na frekventovaných místech, čímž působí na širokou veřejnost. Nejedná se již o médium k prostudování, ale o reklamu určenou ke shlédnutí. Měl by být výrazný, zajímavý a dobře graficky zpracovaný, text by měl být stručný a výstižný. Umisťuje se na dobře viditelná místa (nástěnky, výlohy), a to v místě prodeje, školách, v kulturních a informačních centrech nebo úřadech místní samosprávy.

Audiovizuální reklama může být zprostředkována v televizi nebo rozhlase, pro kulturní instituce je však tento typ propagace finančně nedostupný.

Elektronická média spjatá s webovými technologiemi a aplikacemi jsou v současné době v popředí a do budoucna lze předpokládat významný vliv na oblast marketingové komunikace také v knihovnictví.² V prostředí marketingu se v poslední době prosazují zejména sociální

² V popředí jsou elektronická média spjatá s webovými technologiemi od roku 2004, kdy Tom O'Reilly a John Battelle poprvé použili termín Web 2.0 [Čech, 2008], tedy stav, kdy pevný obsah webových stránek nahradil

sítě, např. Facebook (komunikace s uživateli), Twitter (distribuce novinek), Flickr (úložiště fotek), Vimeo a YouTube (sdílení videí), Issuu (distribuce textových dokumentů), Slideshare (sdílení powerpointových prezentací), Foursquare (mobilní geolokační služba), nebo Jango station (sdílení hudby) [Biernátová, 2011]. Těmto sítím se věnuje v odborné sféře náležitá pozornost a jsou častým námětem odborných článků a vysokoškolských kvalifikačních prací.³ Tato práce se proto těmito otázkami zabývat nebude a zaměří se na elektronickou komunikaci knihoven s uživateli, která spočívá zejména ve webové prezentaci knihoven prostřednictvím institucionálních webových stránek a v oslovování uživatelů pomocí databázového marketingu.

Webové stránky jsou informačním webovým serverem tvořeným za účelem oficiální prezentace instituce a nabízených produktů a služeb. Cílovou skupinou je široká veřejnost, tedy potenciální i současní uživatelé, zaměstnanci, obchodní partneři či potenciální sponzoři [Webová, 2012]. Webové stránky knihoven jsou zároveň spjaty s přístupem k online katalogu knihovny.⁴ Web by měl být přístupný pro hendikepované uživatele a splňovat tzv. Prohlášení o přístupnosti webu, a měl by být zároveň použitelný, tj. splňovat zásady pro uspořádání prvků webu za účelem snadné orientace uživatelů.⁵ Na tyto dva předpoklady pak navazuje dodržování webových standardů.

Ku pomoci českým knihovníkům vznikl v roce 2010 za spolupráce Oddělení knihovnictví Moravské zemské knihovny v Brně a KISK MU v Brně pomocný metodický portál *Webovky*, dostupný z adresy webovky.knihovna.cz. Projekt byl téhož roku také podpořen grantem VISK 3 Ministerstva kultury ČR [Moravská, 2011a]. V rámci projektu bylo vytvořeno několik základních šablon webových stránek, z nichž si může knihovna vybrat. Tvorba samotných webových stránek poté probíhá v redakční systému Webnode brněnské společnosti Westcom s.r.o., který umožňuje tvorbu profesionálně působících webových prezentací velmi rychlou a jednoduchou cestou. Systém je určen pro uživatele bez předchozích technických znalostí a zkušeností s tvorbou webu. V současné době existují další tři projekty nabízející využití

prostor pro sdílení a společnou tvorbu obsahu uživateli. O rok později použil Michael Casey termín Library 2.0 na stránkách odborného blogu LibraryCrunch v souvislosti s využitím možností webu 2.0 v prostředí knihoven.

³ Mezi přední odborníky v oblasti propagace v sociálních sítích v knihovnictví patří Mgr. Olga Biernátová, informační a PR pracovnice Knihovny Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně a členka Guerilla Readers, která v roce 2010 absolvovala v Kabinetu informačních studií a knihovnictví Masarykovy univerzity v Brně závěrečnou práci *Propagace knihoven a komunikace s uživatelem na Facebooku*. Články věnující se novým postupům v knihovnickém marketingu hojně publikuje elektronický časopis *Inflow: information journal* vydávaný Masarykovou univerzitou v Brně.

⁴ Většina poskytovatelů automatizovaných knihovních systémů nabízí zároveň vytvoření webových stránek ke svým online katalogům, např. firma LANius nabízí pro svůj knihovní systém Clavius tvorbu webového katalogu Carmen.

⁵ Ať už se jedná o dočasný nebo trvalý hendikep. Přístupnost a formu uveřejňovaných informací na webových stránkách stanovuje Vyhláška č. 64/2008 Sb., o formě uveřejňování informací souvisejících s výkonem veřejné správy prostřednictvím webových stránek pro osoby se zdravotním postižením (vyhláška o přístupnosti).

„webových šablon“ pro knihovny. Jedná se o projekty *Šablona webu pro malé knihovny*, *Naše knihovna* a *Knihovna info*. Tyto projekty sice dodržují pravidla pro tvorbu webu, nicméně jejich řešení je v současné době již překonané a nenabízí začlenění prvků webu 2.0 [Prokopová, 2011].

Portál Webovky uvádí, jaké informace by měly webové stránky veřejné knihovny obsahovat, aby byly pro uživatele co nejužitečnější, uživatelsky přívětivé a živé [Moravská, 2011b]. Web veřejné knihovny by měl obsahovat tzv. hlavičku webu, která obsahuje název webu, logo knihovny nebo ilustrační obrázek, případně také slogan. K usnadnění komunikace s uživateli je důležité uvést kontaktní údaje knihovny (adresa, telefon, provozní doba, kontakty na pracovníky, ale také umístění knihovny). Dále by měla být uvedena nabídka služeb, jejich popis a ceník. Jedním z nejdůležitějších prvků webu je přístup k online katalogu, případně odkaz na něj a návod na práci s katalogem a čtenářským kontem. Na konci webové stránky by měla být umístěna patička webu, kde bývá uveden název knihovny, datum poslední aktualizace, kontakt na správce webu a také prohlášení o přístupnosti webu. Uživatelsky přívětivé je na web dále umístit aktuality z dění v knihovně, kalendář akcí, fotogalerii, ale také různé prvky online komunikace, která může knihovně přinést cennou zpětnou vazbu.⁶ Dalšími vhodnými prvky webu je nápověda (často kladené otázky), zajímavé a užitečné odkazy na zdroje (spřízněných institucí, nadřízených knihoven, webů podporujících četbu apod.).

Databázový marketing přímo a individuálně oslovuje vybrané zákazníky, v knihovně jsou to typicky registrovaní čtenáři, jejich zástupci nebo ručitelé. Obecně databázový marketing pracuje se statistickými daty, na jejichž základech se tvoří modely zákaznického a spotřebitelského chování. Pro jednotlivé modely se pak volí přesně cílená komunikace. Knihovny zpracovávají osobní údaje registrovaných čtenářů, jejich zástupců nebo ručitelů v souladu se zákonem č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů.

V prostředí knihoven je zatím využívání tohoto druhu marketingu v počátcích. Čtenáři bývají oslovováni většinou za účelem obeznámení s aktualitami a děním v knihovně prostřednictvím elektronických zpravodajů, bulletinů. Kontakty na registrované čtenáře jsou využívány především k oznámení o konci výpůjční lhůty zapůjčených dokumentů.

⁶ Online komunikací rozumíme kromě elektronické pošty např. komunikaci v reálném čase (tzv. instant messaging, též chat, realizované např. prostřednictvím ICQ, Skype nebo LiveChat), blogy, ale také výše zmíněné sociální sítě jako Facebook nebo Twitter.

3 Analýza současného stavu prezentace veřejných knihovnických služeb v Nizozemsku

Nizozemsko, někdy také nepřesně označováno jako Nizozemí nebo Holandsko, je jedna ze čtyř členských zemí Nizozemského království. Dalšími členskými zeměmi jsou Aruba, Curaçao a Sint Maarten. Pod vládou Nizozemska dále spadají ostrovy Bonaire, Saba a Sint Eustatius, které mají status „zvláštní správní obvod“ a bývají označovány jako Karibské Nizozemsko. Pojem Holandsko se vžil pro běžné označení celého Nizozemska, původně se jedná o název bývalého hrabství Holandsko, které zahrnuje dnešní provincie Severní a Jižní Holandsko. Evropské Nizozemsko tvoří dvanáct samosprávních provincií: Drenthe, Flevoland, Frísko, Gelderland, Groningen, Jižní Holandsko, Limburg, Overijssel, Severní Brabantsko, Severní Holandsko, Utrecht a Zeeland [Nizozemské, 2012].⁷

Nizozemsko leží v severozápadní Evropě, na východě sousedí s Německem a na jihu s Belgií. Na rozloze 41 526 km² žije přes 16 milionů obyvatel, přičemž s hustotou zalidnění 393 obyvatel na km² představuje Nizozemsko 15. nejlidnatější místo na světě. Skoro polovina obyvatel žije v souměstí Randstad, které tvoří čtyři velké aglomerace – Amsterdam, Haag, Rotterdam a Utrecht [Nizozemsko, 2012]. Vedle Nizozemců zde žijí menšiny Frísů a Němců, dále pak početné menšiny přistěhovalců z Maroka, Surinamu, Nizozemských Antil, Indonésie a Turecka.

Hlavním městem Nizozemska je Amsterdam, zatímco sídlem vlády, parlamentu a královny je třetí největší nizozemské město, Haag, kde sídlí také významné mezinárodní knihovnické asociace, např. Mezinárodní federace knihovnických institucí a organizací (International Federation of Library Associations & Institutions, IFLA) nebo též Královská knihovna (Koninklijke Bibliotheek, KB) plnící funkci národní knihovny.

3.1 Stručné dějiny knihoven na území Nizozemska

Nejstaršími knihovnami na území dnešního Nizozemska byly klášterní knihovny, jež byly zakládány anglosaskými křesťanskými misionáři od 8. století našeho letopočtu. Mezi nejvýznamnější misionáře patřili Willibrord a Boniface.

V období středověku měla na místní knihovny velký vliv reformace během 16. století, kdy byly románsko-katolické křesťanské a katedrální knihovny zejména ve velkých městech (Amsterdam, Rotterdam, Utrecht a Haarlem) zkonfiskovány městskými úředníky. Tyto knihovny byly přebudovány na první „veřejné knihovny“. Knihovny v Amsterdamu a

⁷ Provinciální mapa Nizozemska viz Obr. 1.

Utrechtu poté od 17. století sloužily jako knihovny univerzitní. Za první nizozemskou univerzitní knihovnu je považována akademická knihovní sbírka založená roku 1585 na univerzitě v Leidenu. Nárůst akademických knihovnických fondů byl však zaznamenán až koncem 19. století, a to v souvislosti s reformou vzdělávání [Vaněk, 2004, s. 4].

Značný rozvoj zaznamenalo nizozemské knihovnictví v průběhu 18. století s rostoucí střední měšťanskou třídou, která se stavěla kladně k rozmachu knihoven, jenž probíhal také v jiných evropských zemích. V té době bylo trendem stát se členem čtenářského klubu, což vedlo koncem 19. století k zakládání tzv. „lidových knihoven“. Ty byly zakládány právě členy místních čtenářských komunit a o složení knihovnického fondu pečoval ředitel místní školy. Konec 19. století znamenal zlom ve veřejném knihovnictví – sociální změny ve společnosti poskytly příznivé prostředí pro zakládání nábožensky a sociálně neutrálních veřejných knihoven v dnešním slova smyslu. O rozvoj veřejných knihoven se zasadil např. H. E. Greve [Koren, 2006b, s. 427]. Konec století byl příznivý i pro vznik speciálních knihovnických fondů. Byla založena Knihovna Společnosti pro životní pojištění v Utrechtu a Knihovna Státního úřadu pro zemědělství, obchod a průmysl.

Od druhé poloviny 19. století nizozemská společnost zaznamenala změny, jež souvisely s nástupem industrializace, procesem urbanizace, reformami vzdělávání a reorganizací sociálního života. Nábožensko-sociální rozvrstvení společnosti v Nizozemsku mělo významný vliv také na rozdělení knihoven, které přetrvávalo až do 60. let 20. století. Tehdy byly knihovny děleny na protestantské, katolické a socialistické, docházelo k masivnímu zakládání veřejných a regionálních knihoven, a to za posílené finanční podpory ze státního rozpočtu, zejména za účelem podpory mladších čtenářů [Vaněk, 2004, s. 4–5].

Na rozvoj knihoven mají vliv také oborové organizace. Jako první byla v roce 1908 založena *Ústřední asociace pro veřejné studovny a knihovny* (Centrale Vereeniging voor Openbare Leeszalen en Bibliotheken) [Sectorinstituut, 2012c], později známá jako Asociace veřejných knihoven v Nizozemsku (Vereniging van Openbare Bibliotheken in Nederland, VOB) [Vereniging, 2011]. Asociace byla založena šesti veřejnými knihovnami v Groningenu, Leeuwardenu, Dordrechtu, Utrechtu, Rotterdamu a Haagu. V roce 1972 dala asociace vzniknout společně s Katolickým a křesťanským centrem čtení (Christelijk Lector Centrum) a Společností pro veřejný blahobyt (Maatschappij tot Nut van 't Algemeen) nové organizaci, Nizozemskému knihovnickému a literárnímu centru (Nederlands Bibliotheek en Lector Centrum, NBLC).

Historicky nejstarší záznamy o veřejných knihovnách v Nizozemí pocházejí z roku 1915, kdy na celém území existovalo třicet jedna poboček veřejných knihoven. V roce 1920 se

počet poboček rozrostl na šedesát osm a neustále rostl až do roku 1990, kdy počet poboček veřejných knihoven dosáhl svého maxima, tedy jedenáct set šedesát pět poboček [Sectorinstituut, 2012c]. V roce 2010 počet poboček klesl na osm set devadesát devět. Největší vliv na pokles měla restrukturalizace nizozemských knihoven, která probíhala v letech 2002–2008 a jejímž cílem bylo vytváření větších knihoven, které zastřešovaly společné služby těch menších v rámci několika obcí.

3.1.1 Vývoj legislativního rámce v Nizozemsku

Zodpovědnost státu za veřejné knihovny byla uznána roku 1921, kdy byly formulovány podmínky pro udělování vládních grantů. Stát dotoval knihovny stejnou sumou, jakou poskytovaly knihovně orgány místní správy, přičemž tato suma byla udána počtem obyvatel v obci. Čím vyšší byl počet obyvatel, tím nižší byla státem garantovaná finanční podpora. Přesto knihovny vybíraly čtenářské poplatky a až do roku 1956 neexistovala samostatná finanční podpora knihovnických služeb pro děti. Knihovny na venkově oproti městským zaostávaly, a přestože počet poboček rostl, jejich vývoj byl nepatrný [Koren, 2006b, s. 427].

První Zákon o veřejných knihovnách z roku 1975 (Wet op het Openbare Bibliotheek werk) uznal činnost veřejných knihoven za základní službu, za jejíž kvalitu musí ručit vláda. Ačkoliv se zákon týkal především strukturálního rozšiřování služeb, měl na vývoj knihoven normativní vliv. V jeho důsledku vznikla především ve venkovských oblastech řada nových knihoven, a to za pomoci tzv. provinčních knihovních center (Provinciale Bibliotheekcentrale, PBC).⁸ Provinčním centřům bylo ze zákona stanoveno podporovat knihovny ve městech s počtem pod 30 000 obyvatel. Nezletilí čtenáři byli osvobozeni od čtenářských poplatků, počet čtenářů vzrůstal a dotace ze strany vlády i místní samosprávy taktéž rostly.

S platností prvního knihovnického zákona se rozdělilo financování veřejných knihoven mezi stát, jednotlivé provincie a místní samosprávu. Stát plně hradil platy zaměstnanců knihoven a z 20 % hradil ostatní náklady na provoz. Zbýlých 80 % nákladů hradila místní samospráva, pokud mělo město méně než 30 000 obyvatel, byla povinna tuto část uhradit provincie.

K poskytnutí dotace bylo nutné, aby knihovny v těchto menších městech podepsali smlouvu o poskytování služeb s provinčním knihovním centrem. Zaměstnanci se podepsáním

⁸ Pro dvanáct nizozemských provincií existuje jedenáct provinčních knihovních center. Zde je výpis jednotlivých provincií a jejich center: Drenthe – Biblionet Drenthe, Flevoland – Servicecentrum Flevolandse Bibliotheken (SFB), Frísland – Bibliotheekservice Fryslân, Gelderland – Biblioservice Gelderland, Groningen – Biblionet, Limburg – Bibliotheekhuis Limburg, Severní Brabantsko – Cubiss, Severní a Jižní Holandsko – ProBiblio, Overijssel – Overijsselse Bibliotheek Dienst (OBD), Utrecht – BiSC, Zeeland – Zeeuwse Bibliotheek [Provinciale, 2010].

smlouvy stali členy provinčního knihovního centra, které knihovně poskytovalo pomoc s vedením knihovny, ekonomickou správou, automatizací, mobilními službami, výměnnými soubory, knihovními fondy, meziknihovní výpůjční službou (MVS), poradenstvím a školeními [Koren, 2006b, s. 428].

Výdaje spojené s financováním knihoven začaly být v 80. letech 20. století pro stát neúnosné, což mimo jiné vedlo k zavedení Zákona o sociální péči (Welzijns wet) v roce 1987. Tento zákon dereguloval finanční prostředky především akademickým a výzkumným knihovnám, donutil je tak k vyšší závislosti na orgánech místní správy a plnou zodpovědnost za provoz knihoven odkázal vedení této správy. Po zavedení sociálního zákona zůstala zodpovědnost za kvalitu, inovaci, koordinaci a efektivitu národního systému veřejných knihoven – tento úkol vykonávalo Nizozemské knihovní a literární centrum (NBLC, později Asociace veřejných knihoven v Nizozemsku). Za podpůrné služby místním knihovnám v rámci provincie zodpovídala provinční knihovní centra a samotné obce zodpovídaly za služby poskytované ve svých místních knihovnách [Koren, 2006b, s. 428].

Jak uvádí Koren, většina veřejných knihoven zůstala financována soukromými nadacemi a nejsou součástí místní správy nebo komunálních služeb, ačkoliv nejsou soukromými podniky [Koren, 2006b, s. 428–429]. Většina finančních prostředků stále plyne z veřejných zdrojů, a proto jsou knihovny jako veřejné v pravém smyslu slova otevřené široké veřejnosti.

V roce 1990 se nizozemské knihovny rozhodly vyjádřit ideu svého poslání a formulovat svou roli ve společnosti v první Chartě holandských veřejných knihoven (Bibliotheekcharter). Preambule uvádí význam celého dokumentu a důvod samoregulace vlastních činností:

„V některých politických sektorech bylo zapojení vlády redukováno, v jiných byla odstraněna nebo snížena na minimum legislativa. Stále intenzivněji se veškerá činnost řídí více ekonomickými úvahami než abstraktními principy. Toto platí i pro vládní politiku ve vztahu k veřejným knihovnám. Zodpovědnost veřejných knihoven za své vlastní záležitosti od nich vyžaduje zapojení samoregulace. Rozhodli se proto sepsat podstatu své práce ze svého profesionálního pohledu tak, aby bylo konáno ve prospěch společnosti. Chtějí tímto způsobem objasnit, jak mohou a jak by měly přispívat společnosti, jaké jsou základní podmínky k efektivnímu plnění jejich povinností. Charta je založena na uváženém konsensu mezi holandskými veřejnými knihovnami a navazuje na mezinárodní principy práce veřejných knihoven, jako např. ustanovení UNESCO Manifest veřejných knihoven. To neznámá, že by byla Charta uspokojující náhradou legislativy. Je třeba trvale obhajovat odpovídající legislativu jako jediný způsob ochrany identity, demokratické role a kvality veřejných knihoven. 13. prosince 1990, na zasedání NBLC, se holandské veřejné knihovny jednomyslně

dohodly na přijetí charty jako základu své činnosti a jejím zpřístupnění společnosti“ [Koren, 2006b, s. 429].

Charta je tvořena patnácti články, jež se věnují popisu principů tvorby knihovního fondu, legislativě a financování, odborné spolupráci, cílovým skupinám, právům čtenářů a mezinárodním aspektů knihovnictví.⁹

K další změně a velkému zúžení právního rámce došlo v roce 1994 zvláštním zákonem o kulturní politice. Podle Koren vedl tento zákon k odstranění specifík knihoven, nezaručuje jejich existenci, identitu a hodnotu, legislativa se tak stala nástrojem kulturní politiky [Koren, 2006b, s. 431]. Veřejných knihoven se v tomto zvláštním zákoně týkají pouze dva články, a to články 11a a 11b.

Článek 11a se týká čtenářských poplatků pro děti a mládež, ti jsou od poplatků osvobozeni. Za výpůjčku tištěného materiálu z veřejné knihovny platí osoba mladší 18 let jen za předpokladu, že tak rozhodne místní nebo provinciální správa, do jejíž kompetence patří podpora a chod veřejné knihovny. Tyto poplatky pak smí dosahovat pouze poloviny výše poplatku vyměřeného za tytéž služby dospělé osobě.

Článek 11b pojednává o kooperaci veřejných knihoven na národní, provinční a místní úrovni. Článek stanovuje, že budou zajištěny služby poskytované veřejnými knihovnami, jež jsou podporovány vládou, provinční a místní správou, že se budou podílet na meziknihovní výpůjční službě a knihovny vytvoří síť místních, provinčních a národních knihoven. Dále stanovuje oblasti, kterými by se veřejné knihovny měly v rámci knihovních sítí zabývat.

Placené služby veřejných knihoven ustanovil Autorský zákon z roku 1996. Roční předplatné čtenářských poplatků pro dospělé čtenáře činí 30 €, přičemž za půjčování jiných než monografických publikací se platí zvláštní poplatky. Platba se účtuje také za zhotovování fotokopíí, rezervací, meziknihovní výpůjční službu a většinou též za použití internetu. Čtenářské poplatky v souhrnu tvoří okolo 20 % příjmů knihovny [Koren, 2006b, s. 432].

V roce 2001 vstoupil v platnost Pakt o restrukturalizaci veřejných knihoven (Koepelconvenant herstructurering openbaar bibliotheekwerk), jež byl platný v letech 2002–2008. Cílem bylo vytvoření větších knihoven, které by mohly zastřešovat knihovní služby pro několik obcí a měly by tedy větší dosah a vliv. Byla stanovena Knihovní rada (De Stuurgroep Bibliotheken). Dohoda byla uplatněna na síť základních veřejných knihoven s dostatečnou velikostí a spádovou oblastí.

⁹ Text Charty holandských veřejných knihoven v původním znění dostupný zde http://www.debibliotheken.nl/fileadmin/documenten/pdf_oranje/pdf_dienstverlening/bibliotheekcharter_10-12.pdf.

Zatím nejnovějším ustanovením v oblasti nizozemského knihovnictví je poslední verze Charty holandských veřejných knihoven 2010–2012 (Bibliotheekcharter 2010–2012) [Sectorinstituut, 2012b]. Mezi signatáře se zapojily za obce Asociace nizozemských obcí (Vereniging Nederlandse Gemeenten), za provincie Interprovinciální konzultant (InterProvinciaal Overleg) a dále Ministerstvo školství, kultury a vědy (Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen). Listina říká, že obec má zodpovědnost za činnost místní knihovny a za místní složky sítě národní digitální knihovny, a zároveň za jejich napojení na provinční a národní síť za účelem celonárodní inovace služeb. Charta se dále věnuje struktuře finančních toků v knihovnictví. V roce 2010 měly knihovny sledovat a porovnat své finanční struktury, měly by být zmapovány různé úrovně finančních důsledků v rámci inovace v knihovnách (např. přechod od fyzických k digitálním službám).

3.2 Pozice veřejných knihoven v Nizozemsku

Nizozemská Královská knihovna (Koninklijke Bibliotheek) uvádí na svých webových stránkách aktuální typologii knihoven působících v Nizozemsku [Koninklijke, 2012a]:

1. knihovny pro nevidomé,
2. školní knihovny a mediatéky,
3. lékařské knihovny,
4. muzejní knihovny,
5. hudební knihovny a knihovny zvukových nahrávek,
6. veřejné knihovny,
7. provinční knihovní centra,
8. teologické knihovny,
9. regionální podpůrné knihovny s vědeckou literaturou,
10. univerzitní knihovny,
11. knihovny s odpovědností k národnímu tématu.

Funkci národní knihovny Nizozemska plní Královská knihovna. Byla založena roku 1798 Willemem V., držitelem města Haag, a označení královská používá od roku 1810. Jako samostatný administrativní celek působí od 31. srpna 1993, je financována Ministerstvem školství, kultury a vědy a v současné době disponuje ročním rozpočtem 54 milionů €. Ke konci roku 2010 zaměstnávala 303 zaměstnanců.

Mezi hlavní činnosti Nizozemské královské knihovny patří uchování nizozemských tištěných a elektronických publikací, tvorba národní bibliografie a péče o uchování, správu, dokumentaci a zpřístupnění nizozemského kulturního dědictví. Je to též výzkumná knihovna

pro historii, jazyk a kulturu Nizozemského království, plní funkci koordinátora národních digitalizačních projektů, dlouhodobé digitální ochrany a v neposlední řadě se podílí na vývoji knihovnictví v mezinárodním měřítku [Koninklijke, 2012b].

Knihovna je zapojena do aktivit zhruba 30ti národních a mezinárodních organizací, je např. členem Mezinárodní federace knihovnických institucí a organizací (International Federation of Library Associations & Institutions, IFLA), Online knihovnického počítačového centra (Online Computer Library Center, Inc., OCLC), Konsorcia nizozemských univerzitních knihoven a Královské knihovny (Samenwerkingsverband van de universiteitsbibliotheken en de Koninklijke Bibliotheek, UKB), Konference evropských národních knihoven (Conference of European National Librarians, CENL) či Konference ředitelů národních knihoven (Conference of Directors of National Libraries, CDNL).

Na celkové ploše 80 000 m² nabízí knihovna 6 milionů knihovních jednotek a okolo 12 500 titulů současných periodik. Roční přírůstky knihovního fondu čítají okolo 50 000 knih a 83 000 časopiseckých čísel, digitální fond narůstá v digitálním repozitáři e-Depot o dva miliony digitálních jednotek ročně.

3.2.1 Financování a poplatky za služby veřejných knihoven

Jak bylo uvedeno v podkapitole 3.1.1, v kompetenci nizozemské vlády je zaručit kvalitu, inovaci a koordinaci národního systému veřejných knihoven, provinční úřady finančně podporují veřejné knihovny a místní úřady nesou odpovědnost za služby poskytované v těchto knihovnách. Většina knihoven není součástí místních úřadů, ale jsou ve vlastnictví soukromých fondů nebo nadací (ve formě neziskových organizací).

V roce 1987 vstoupil v platnost Zákon o sociální péči, v jehož důsledku došlo k decentralizaci finanční podpory knihoven a také odpovědnosti za veřejné knihovnické služby. Státní finance byly regulovány a knihovny tak byly nuceny zvýšit komerční aktivity v rámci instituce. Místní správa financuje až do 80 % jejich plánovaných rozpočtů, čtenářské poplatky tvoří okolo 15–20 %. Záleží na vedení jednotlivých knihoven, kolik finančních prostředků si dokáží obstarat na své aktivity, projekty nebo další informační služby.

Poplatky za využití služeb veřejných knihoven se týkají téměř všech služeb, vyjma přístupu do veřejného prostoru, prezenčního studia literatury a čtení periodik v čítárně. Nizozemská knihovnická legislativa neurčuje výši účtovaných poplatků, zmiňuje se pouze o poplatcích pro dětské čtenáře a mládež do 18ti let. Poplatky pro tuto skupinu uživatelů by neměly přesáhnout polovinu poplatků pro dospělé čtenáře, většinou jsou zdarma. Přístup k internetu bývá v rámci veřejných knihoven zpoplatněn (např. od ledna roku 2012 v Městské knihovně v Amsterdamu: maximálně 3 hodiny denně v centrální pobočce, maximálně třicet

minut denně v ostatních pobočkách), přičemž pro registrované uživatele bývá zdarma [Openbare, 2012a]. Některé knihovny zpřístupňují vybrané webové stránky k prohlížení zdarma, a to zejména ty zdroje, kde se vyskytují informace místní nebo veřejné správy [Vaněk, 2004, s. 11]. Pro ilustraci výše poplatků lze uvést ceník knihovnických služeb Městské knihovny v Amsterdamu pro rok 2012.¹⁰

Druhy registrací a poplatky Městské knihovny v Amsterdamu na rok 2012				
Čtenářský průkaz (OBA pass)	Standardní tarif	19 až 22 let	od 65 let	Držitel Městské karty (IAMsterdam Card)
Průkaz pro děti a mládež (Jeugdpass) ¹¹	zdarma do věku 19 let	-	-	-
Čtenářský průkaz (Gebruikerspas) ¹²	15 €	15 €	15 €	15 €
Výpůjční průkaz (Leenpas) ¹³	30 €	20 €	20 €	15 €
Výpůjční průkaz+ (Leenpas+) ¹⁴	50 €	40 €	40 €	35 €
Průkaz přítele knihovny (Vriendenpas) ¹⁵	100 €	100 €	100 €	100 €

¹⁰ Městská knihovna v Amsterdamu představuje jakousi vlajkovou loď nizozemských veřejných knihoven, mimo jiné nabízí množství čtenářských průkazů s různými funkcemi. Kromě registrací jednotlivců nabízí také institucionální registrace, konkrétně Školní předplatné za 80 € ročně a Firemní předplatné za 160 € ročně. Poplatky nizozemských veřejných knihoven činí běžně okolo 30 až 40 € za rok.

¹¹ Průkaz pro děti a mládež značí registraci pro čtenáře do 19 let zdarma. Nabízí půjčování knih pro mládež, audio knih, CD, DVD a her zdarma, maximálně 5 dokumentů absenčně najednou (v rámci jedné výpůjčky), platí pro neomezený počet dokumentů ročně. Zajišťuje přístup k internetu v knihovně zdarma a 50 % slevu na aktivity Městské knihovny v Amsterdamu.

¹² Čtenářský průkaz značí registraci pro dospělé čtenáře za poplatek 15 € ročně. Nabízí internet a wi-fi v knihovně zdarma, dárek *Nizozemsko čte* (Nederland Leest) a 50 % slevu na aktivity Městské knihovny v Amsterdamu.

¹³ Výpůjční průkaz je registrace za poplatek 30 € ročně. Nabízí půjčování knih, audio knih a e-knih zdarma, půjčování CD a DVD nosičů, her a Blu-ray disků od 1 € za týden. Lze si vypůjčit maximálně 8 dokumentů najednou, max. 50 položek ročně. Rezervace dokumentů činí 1 € za každý dokument. Nabízí přístup k internetu a wi-fi v knihovně zdarma, dárek *Nizozemsko čte* (Nederland Leest) a 50 % slevu na aktivity Městské knihovny v Amsterdamu.

¹⁴ Výpůjční průkaz+ je registrace za poplatek 50 € ročně. Nabízí půjčování knih, audio knih a e-knih zdarma. Umožňuje půjčit 10 CD, DVD, her a Blu-ray disků ročně zdarma (poté za poplatek od 1 € za týden). Lze si vypůjčit maximálně 8 dokumentů najednou a nabízí neomezený počet výpůjček ročně. Rezervace 10 položek ročně zdarma (poté rezervace za poplatek 1 € za každý dokument). Nabízí přístup k internetu a wi-fi v knihovně zdarma, dárek *Nizozemsko čte* (Nederland Leest) a 50 % slevu na aktivity Městské knihovny v Amsterdamu.

Poplatky pro děti a mládež (Jeugdpass) 2012			
Dokumenty (max. 5 dokumentů absenčně v rámci jedné výpůjčky)	Výpůjční doba	Poplatek	Zpozdné
Knihy	3 týdny	Zdarma	0,10 € za den
Hudebniny	3 týdny	Zdarma	0,10 € za den
Audio CD, CD-ROM, DVD, hry, Blu-ray disky	3 týdny	Zdarma	0,15 € za den

Poplatky pro držitele Výpůjčního průkazu (Leenpas), Výpůjčního průkazu+ (Leenpas+) a Přátelského průkazu (Vriendenpas) 2012			
Dokumenty (max. 8 dokumentů absenčně v rámci jedné výpůjčky)	Výpůjční doba	Poplatek	Zpozdné
Knihy	3 týdny	Zdarma	0,10 € za den
Hudebniny	3 týdny	Zdarma	0,10 € za den
Audio CD, CD-ROM, DVD, hry, Blu-ray disky	1 týden	1 €	1 € za den
Audio CD, 2 CD disky nebo více	1 týden	2 €	2 € za týden

Tabulky převzaty z [Openbare, 2012b].

3.2.2 Databáze PiCarta a souborný katalog

PiCarta vznikla v roce 1998 jako metakatalog společnosti OCLC, jehož jádro tvoří nizozemský souborný katalog (Nederlandse Centrale Catalogus, NCC). V současnosti obsahuje bibliografické záznamy přibližně 14 milionů knih, 40 milionů časopiseckých článků, 500 tisíců časopiseckých titulů (tištěných a elektronických) a dalších dokumentů (hudebniny, mapy, korespondence), které jsou dostupné v nizozemských knihovnách [PiCarta, 2012]. Vstoupit do databáze je možné v pobočkách nizozemských knihoven (knihovna sama definuje databáze, jež budou v jejím rámci dostupné), vzdálený přístup vyžaduje registraci pomocí účtu IBL (Interbibliothecair leenverkeer, tj. meziknihovní výpůjční služby). Nizozemský souborný katalog slouží jako centrální databáze pro ukládání a vyhledávání dokumentů včetně

¹⁵ Průkaz přítele knihovny je registrace za 100 € ročně a nabízí možnost finanční podpory knihovny. Tato průkazka poskytuje stejné výhody jako Výpůjční průkaz+.

těch, které se nacházejí v centrální bázi veřejných knihoven. Ta je spravována společností NBD Biblion.

Databáze slouží také pro potřeby meziknihovní výpůjční služby, jejíž celostátní koordinace spadá pod Královskou knihovnu. Prostřednictvím PiCarty se vyřizují meziknihovní výpůjčky především v akademických a speciálních knihovnách, zatímco pro potřeby veřejných knihoven slouží automatizovaný systém NCC/IBL [Vaněk, 2004, s. 10].

3.3 Knihovnické asociace a organizace v Nizozemsku

Podle Koren [Koren, 2006a, s. 457] i Vaňka [Vaněk, 2004, s. 15] je v Nizozemsku velmi obvyklé zakládání partnerských neziskových organizací za účelem dosažení společných cílů. Tento jev vedl mimo jiné k celé řadě centralizovaných služeb pro knihovny. Také veřejné knihovny často začínaly jako čtenářské spolky a dnes jsou provozovány jako neziskové organizace. Některé organizace se postupem času staly částečně ziskovými, např. ústřední dodavatel služeb pro veřejné knihovny NBD Biblion je dnes obchodní společnost s ručením omezeným. V následujících podkapitolách uvedu tři nejvýznamnější nizozemských knihovnické asociace a organizace, jež mají vliv na prezentaci knihovních služeb směrem k veřejnosti.

3.3.1 Asociace veřejných knihoven v Nizozemsku

Asociace veřejných knihoven v Nizozemsku (Vereniging van Openbare Bibliotheken in Nederland, VOB) je nejstarším oborovým sdružením v zemi. Podle webových stránek organizace se jedná o asociaci [Vereniging, 2012], Koren uvádí označení „spolek“ pod názvem Sdružení holandských veřejných knihoven [Koren, 2006a, s. 459].

Asociace byla založena v roce 1908 jako *Ústřední asociace pro veřejné studovny a knihovny* (Centrale Vereeniging voor Openbare Leeszalen en Bibliotheken) [Sectorinstituut, 2012b]. Zakládajícími knihovnami bylo šest veřejných knihoven (v Groningenu, Leeuwardenu, Dordrechtu, Utrechtu, Rotterdamu a Den Haagu). V roce 1972 stála asociace u vzniku nové organizace, *Nizozemského knihovního a literárního centra* (Nederlands Bibliotheek en Lektuur Centrum, NBLC), jež bylo založeno společně s Katolickým a křesťanským centrem čtení (Christelijk Lektuur Centrum) a Společností pro veřejný blahobyt (Maatschappij tot Nut van 't Algemeen)

Jak název asociace napovídá, sdružuje veřejné knihovny a spřízněné instituce v Nizozemsku. Jejimi členy je všech 160 organizací veřejných knihoven [Vereniging, 2012] (jak bylo uvedeno v podkapitole 3.1.1, v Nizozemsku mají knihovny většinou statut neziskové organizace) a jejich přibližně 1100 poboček. Členy asociace jsou také provinční

knihovní centra, jež podporují veřejné knihovny ve městech s počtem obyvatel nižším než 30 000. V roce 2011 se navíc asociace spojila s Asociací zaměstnavatelů veřejných knihoven, což by mělo vést k posílení podpory veřejných knihoven a modernímu pojetí zaměstnání v oblasti veřejných knihoven.

Podle informací z webových stránek asociace je v této organizaci zaměstnáno okolo 10 000 zaměstnanců (z toho 4500 na plný úvazek) a roční rozpočet činí 600 milionů €. S těmito finančními možnostmi je asociace schopna obsloužit zhruba 6 milionů uživatelů ročně (téměř třetina obyvatelstva Nizozemska) a většinu vzdělávacích institucí v zemi [Vereniging, 2012].

VOB obhazuje společné zájmy veřejných knihoven, provinčních a národních podpůrných center, což vede k úzké spolupráci s politiky na národní úrovni a zástupci místní správy. Tento fakt umožňuje asociaci zapojit se např. do debat o kulturní politice. Udržování příznivých vztahů s vládními zástupci je důležité, neboť jak uvádí Koren, asociace je finančně závislá na vládní finanční dotaci. *„Z nařízení ministerstva sdružení plní roční program, který je směřován na podporu soudržnosti, kvality, inovace a plurality práce v síti holandských veřejných knihoven. Každé čtyři roky je ministerstvem vyhlášen nový rámcový program (Cultuurnota), jako základ pro nové období subvencování úkolů prováděných na národní úrovni“* [Koren, 2006a, s. 459]. K dalším cílům asociace patří pomocí společných sil veřejných knihoven přispět ke kvalitě, zviditelnění a kontinuitě veřejných knihovnických služeb v Nizozemí.

Významnou součástí pracovních aktivit asociace je shromažďování dat z veřejných knihoven. Statistiky jsou pak součástí projektu budování datového skladu (ve spolupráci s veřejnými knihovnami). Zaměstnavatelská sekce asociace v rámci boje za dobré pracovní podmínky vyjednává pracovní smlouvy, respektive kolektivní smlouvy o dílo [Vereniging, 2012].

Od 1. ledna 2010 je VOB z rozhodnutí Ministerstva školství, kultury a vědy rozdělena do tří organizací: oborová organizace (VOB), oborový institut (Sectorinstituut Openbare Bibliotheken, SIOB) a Nadace Bibliotheek.nl (Stichting Bibliotheek.nl, BNL) [Vereniging, 2011].

3.3.1.1 Nizozemský institut pro veřejné knihovny

Nizozemský institut pro veřejné knihovny (Sectorinstituut Openbare Bibliotheken, SIOB) byl založen v roce 2010 z pověření Ministerstva školství, kultury a vědy. Jeho cílem je v rámci národní strategie koordinovat všechny plány zaměřené na obnovu a posílení

knihovnického sektoru. Institut je členem nizozemské Federace organizací z oblasti knihoven, informací a dokumentace (Federatie van Organisaties in het Bibliotheek-, Informatie- en Dokumentatiewezen, FOBID Netherlands Library Forum), Asociace evropských výzkumných knihoven (Ligue des Bibliothèques Européennes de Recherche, LIBER), Asociace evropských národních úřadů a institucí pro veřejné knihovny (National Authorities on Public Libraries in Europe, NAPLE) a mezinárodní federace IFLA.

Mezi základní úkoly SIOB, které stanovilo ministerstvo, patří [Sectorinstituut, 2012a]:

- mezinárodní propagace a reprezentace,
- informace, reflexe, diskuze a vzdělávání,
- harmonizace a koordinace,
- adaptace četby pro nevidomé a zrakově postižené.

V rámci plnění výše uvedených úkolů pak institut rozlišuje 7 programů [Sectorinstituut, 2012a]:

1. **Reprezentace a soudržnost** - cílem je udržení mezinárodních vztahů a kontaktů, přispívání ke spolupráci knihoven v rámci knihovní sítě a v příbuzných oborech, podpora inovací. Tento program zároveň monitoruje soulad zbylých programů.
2. **Výzkum a znalosti** - tvoří klíčový program celého institutu. Mapuje postavení knihovnického sektoru v širším kontextu, jeho silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby (analýza SWOT). Na základě této analýzy byly formulovány další programy.
3. **Digitální inovace** - je nezbytné, aby knihovny reagovaly na současný vývoj digitálních technologií. Relevantní obsah by měl být co nejjednodušeji dostupný co nejširší veřejnosti. Za tímto účelem pracuje Nadace Bibliotheek.nl na vytvoření národní digitální infrastruktury společné pro všechny knihovny, jež bude obsahovat také národní souborný katalog. Institut sleduje vývoj projektu Bibliotheek.nl a upravuje jej dle potřeby.
4. **Knihovny ve společnosti** - existence knihoven v obcích je nezbytná, stejně důležité je udržování intenzivních nebo vytváření nových vztahů s místní komunitou. Významná je především spolupráce se školami. Knihovny by si měly vyhradit své právo a přispívat k propagaci čtení, šířit počítačovou gramotnost a věnovat se celoživotnímu vzdělávání.

5. **Knihovnické vzdělání** - v blízké budoucnosti by mělo přibližně 40 % zaměstnanců nizozemských knihoven odejít do důchodu, proto je nezbytné najít a vyučít nový personál. Cílem programu je vytvoření akreditovaného vysokoškolského studijního oboru pro knihovníky.
6. **Certifikace** - aby byla zaručena kvalita poskytovaných služeb ve veřejných knihovnách, jsou knihovny hodnoceny podle standardů, které stanovili VOB a Asociace nizozemských obcí (Vereniging van Nederlandse Gemeenten, VNG). Za posouzení skutečného stavu ručí Nizozemský institut pro certifikaci veřejných knihoven. SIOB podporuje tento certifikační institut tím, že vykonává svou současnou práci. V poslední době se jedná o přijetí nových standardů pro účely certifikace a v budoucnu by měla být prováděna také certifikace provinčních knihovnických center. V rámci tohoto programu institut radí Ministerstvu školství, kultury a vědy co se týče knihovnické legislativy a zkoumá účinnost nových nařízení a zákonů v praxi.
7. **Adaptace čtení pro nevidomé** - knihovnické služby pro nevidomé a zrakově postižené jsou plně začleněny do služeb veřejných knihoven. Knihovny pracují na základě hypotézy, že se stárnutím populace bude přibývat zrakově postižených čtenářů, kterým by měly být nabídnuty adekvátní služby. Institut zajišťuje knihovní fond pro nevidomé a zrakově postižené, přispívá k propagaci tohoto fondu a podněcuje inovace v tomto směru, jako je např. streaming zvukových knih (tj. technologie kontinuálního přenosu audiálního nebo audiovizuálního materiálu mezi zdrojem a koncovým uživatelem).

Institut řeší v současné době dvacet osm projektů v rámci sedmi výše uvedených programů. V souvislosti s tématem této diplomové práce jsou nejzajímavější projekty Monitorování knihoven (Bibliotheekmonitor), Mezinárodní zastoupení a propagace (Internationale vertegenwoordiging en promotie), Knihovna ve škole (de Bibliotheek op school) nebo Innodating.nl, tj. projekt shromažďující inovativní návrhy ve veřejných knihovnách a podněcující jejich realizaci na národní úrovni.

3.3.1.2 Nadace Bibliotheek.nl

Nadace Bibliotheek.nl (Stichting Bibliotheek.nl, BNL) byla založena stejně jako SIOB v roce 2010 z pověření Ministerstva školství, kultury a vědy. Jejím hlavním cílem je řízení a správa národní digitální knihovny, jež vzniká za spolupráce s veřejnými knihovnami.

Zajišťuje centralizovaný přístup k veřejným zdrojům s cílem jejich efektivního využití a rozvoje digitálních služeb. Nadace vytvořila společný portál Bibliotheek.nl pro zviditelnění veřejných knihoven, dále rozvíjí a realizuje jejich digitální služby a v současnosti má nejvyšší prioritu tvorba národní informační infrastruktury, do které by se měly zapojit všechny veřejné knihovny. Nadace je financována Ministerstvem školství, kultury a vědy, finance pro nadaci se přerozdělují v SIOB, společnost tak ročně disponuje rozpočtem okolo 20 milionů €. Vláda financuje zvláště nadaci a zvláště knihovny, které se rozhodnou do národní informační infrastruktury zapojit.

Aktivity nadace jsou rozděleny do pěti oddělení: Správa obsahu, Marketing a management, Informační management, Softwarový vývoj, Řízení a implementace. Oddělení správy obsahu je zodpovědné za zadávání veřejných zakázek k získávání kvalitního obsahu z různých zdrojů a médií. Oddělení marketingu a managementu je zodpovědné za propagaci digitální knihovny, zapojeným knihovnám poskytuje marketingové služby (včetně jednotného národního vizuálního stylu, viz níže). Oddělení informačního managementu zodpovídá za rozvoj infrastruktury a služeb digitální knihovny. Oddělení softwarového vývoje je zodpovědné za další rozvoj infrastruktury, zejména tvorby aplikace, která knihovnám umožňuje zapojit se do infrastruktury. Oddělení řízení a implementace je zodpovědné za kontinuální připojení knihoven do webové infrastruktury, Nizozemského národního knihovního katalogu a datového skladu. Toto oddělení v současnosti řídí manažeři z Oddělení informačního managementu a Oddělení softwarového vývoje [Stichting, 2012g].

Do aktivit marketingového oddělení spadá tvorba, propagace a distribuce národního knihovního loga a jednotného vizuálního stylu (korporátní identity). V roce 2009 nadace vytvořila jedno společné logo pro veřejné knihovny *de Bibliotheek*.¹⁶ Jeho cílem je prezentace společného, jednotného a dobře zapamatovatelného vzhledu, jehož prostřednictvím chtějí vyprávět příběh knihovny. Tvorbě loga předcházela diskuse s veřejnými knihovnami, ty se mohly k přijetí loga přihlásit, vyjádřit své názory a připomínkovat zrod loga na portálu <http://www.landelijkehuisstijl.nl>. V rámci tvorby národního loga proběhl rozsáhlý výzkum uživatelských potřeb (Consument Inside Traject), na jehož základě vznikl tzv. *inspiring guide*, který se stal výchozím dokumentem pro nakládání s logem. Knihovna podle něj má být platformou, kde uživatel najde vše na jednom místě. Na výše uvedeném webovém portálu si knihovny po přihlášení mohou stahovat podklady pro propagační materiály, které mohou dle svých potřeb upravit a vytisknout, případně nechat je v mutaci pro svou knihovnu nechat vytisknout přímo v nadaci (tisk ve vlastní knihovně je ovšem cenově výhodnější a převládá).

¹⁶ Národní knihovní logo viz Obr. 2.

Pro knihovny jsou také k dispozici tři manuály (pro tištěné materiály – také ve verzi pro děti a mládež, pro webové aplikace a pro mobilní aplikace), které přesně uvádějí, jak logo používat, jakou velikost má mít a kde ho správně umístit. Od roku 2009 se k jednotnému logu *de Bibliotheek* připojilo okolo 80 % knihoven v Nizozemsku. Jedná se především o menší veřejné knihovny, pro které je přijetí společného loga mnohem jednodušší variantou než vytváření vlastního loga. Jednotný vzhled je navíc dobře zapamatovatelný – čtenář vidí logo kdekoliv v zemi a ví, o jakou instituci se jedná, co od ní může očekávat. Veřejné knihovny ve velkých městech (např. v Amsterdamu či Haagu) nebo knihovny s vlastním novým vizuálním stylem se k národnímu logu nepřipojují, neboť jejich loga jsou již zavedenými značkami. S Nadací Bibliotheek.nl ale spolupracují a účastní se také celostátních kampaní, které nadace pořádá.

3.3.1.3 Projekt de Bibliotheek

Projekt de Bibliotheek, v českém překladu Knihovna, je největším informačním zdrojem Nizozemska. Široké veřejnosti nabízí volný přístup k informacím, znalostem a národnímu kulturnímu dědictví. Jedná se o jednotnou informační bránu nizozemských veřejných knihoven, která je uživatelům dostupná prostřednictvím webového portálu www.bibliotheek.nl [Stichting, 2012e].

Projekt vznikl v roce 2002 v centru informačních technologií LAURENS za spolupráce organizace NBLC a tehdejší neziskové organizace Ústředních knihovnických služeb (Nederlands Bibliotheek Dienst, NBD, dnes NBD Biblion) [Vaněk, 2004, s. 15]. Dnes projekt vyvíjí a udržuje Nadace Bibliotheek.nl, tedy třetí dílčí organizace Asociace veřejných knihoven v Nizozemsku.

K zatím nejnovější změně v rámci projektu došlo 1. března 2012, kdy Nadace Bibliotheek.nl navázala spolupráci s OCLC. Na regionálním zasedání OCLC EMEA v Birminghamu (The OCLC Europe, Middle East and Africa Regional Council) obě organizace podepsali smlouvu o zpřístupnění kompletních sbírek nizozemských veřejných knihoven v prostředí Nizozemského sdíleného katalogizačního systému (Gemeenschappelijk Geautomatiseerd Catalogussysteem, GGC). Smlouva bude základem pro nový Nizozemský národní knihovní katalog a sbírky budou zároveň viditelné v katalogu WorldCat.org [OCLC, 2012].

Bibliotheek.nl má v plánu nahrát bibliografické záznamy z katalogů všech nizozemských veřejných knihoven a zviditelnit je v katalogu WorldCat.org, ne všechny knihovny ale doposud mají své katalogy k dispozici online. Nizozemský národní knihovní katalog bude

volně dostupný a bude zahrnovat kompletní sbírky veřejných knihoven a fond Královské knihovny. Registrovaní čtenáři budou moci prostřednictvím tohoto katalogu zadávat požadavky na meziknihovní výpůjční službu pomocí služby sdílení zdrojů od OCLC (discovery vyhledávací služba a služba sdílení zdrojů je stanovena taktéž v této smlouvě). Smlouva počítá se zapojením všech nizozemských veřejných knihoven do národního katalogu do konce roku 2012. Nahrání bibliografických záznamů a záznamů knihovních jednotek by mělo proběhnout ve spolupráci s Nadací Bibliotheek.nl a OCLC.

Na vzniku smlouvy úzce spolupracovaly též organizace VOB a SIOB, neboť tato smlouva je dodatkem ke stávající dohodě mezi OCLC a Konsorciem GII (Consortium Gemeenschappelijke Informatie Infrastructuur). Nutno dodat, že Konsorcium GII sdružuje vědecké a veřejné knihovny a Královskou knihovnu a společně se podílejí na vzniku jednotné digitální informační infrastruktury pro nizozemské knihovny [OCLC, 2012].

Knihovny zapojené do portálu Bibliotheek.nl jsou osvobozeny od veškerých vstupních nákladů na zapojení do nové národní informační infrastruktury, ty jsou hrazeny z grantu Ministerstva školství, kultury a vědy [Stichting, 2012d]. Většina knihoven získala finanční prostředky na zapojení již v roce 2010. Infrastrukturu tvoří tyto části:

- back-office zařízení pro Nizozemský národní katalog a otevřený index,
- společná platforma pro webové a mobilní služby,
- společný obsah,
- společný datový sklad pro řízení služeb a statistiky.

Webový portál Bibliotheek.nl má jasnou strukturu. Na vstupní domovské stránce je k dispozici pět záložek s nabídkou, jejíž možnosti jsou: Vyhledávání, Naše nabídka, E-knihy, Témata, O portálu.

Vyhledávání je realizováno prostřednictvím vyhledávacího nástroje AquaBrowser Library na webové stránce <http://zoeken.bibliotheek.nl/>. Systém AquaBrowser vznikl z podnětu nizozemských knihovníků v roce 2002 jako produkt amsterdamské společnosti Medialab Solutions. První implementaci provedla Eindhovenská veřejná knihovna (Eindhoven Bibliotheek), postupně se však nástroj začal používat v knihovnách po celém Nizozemsku a v lednu roku 2005 AquaBroser expandoval na americký trh [Opálková, 2009]. Od roku 2008 distribuci produktu převzala společnost Serials Solutions.

Na vstupní stránce jsou uvedeny tipy pro efektivní vyhledávání, pod nimiž jsou uvedeny zdroje, které jsou prohledávány. Vedle knihovních katalogů nizozemských veřejných knihoven jsou prohledávány internetové zdroje, konkrétně portály Davindi (informace

z oblasti vzdělávání), Schoolbieb.nl (informační zdroje především pro žáky základních a středních škol), G!DS a G!DS Internet (aktuální regionální informace), Slovníky Van Dale (přední nizozemské slovníky pro nizozemštinu, angličtinu, francouzštinu, němčinu a španělštinu), portál Spotřebitelské unie (spotřebitelské testy, názory spotřebitelů na výrobky a služby, porovnávání výrobků). Dále jsou prohledávány digitální archivy článků národních deníků (Algemeen Dagblad, Het Parool, NRC Handelsblad, Trouw, de Volkskrant, De Telegraaf, Het Financieel Dagblad), regionálních deníků a v neposlední řadě webové stránky projektu Muziekweb.nl (a jeho podsekcce DigiLeen), Meer over Media (doplňující informace ke knihám, služba od společnosti NBD Biblion, zobrazuje se jako ikona u bibliografických záznamů), Kiesbeter.nl (veřejný portál týkající se otázek zdravotní péče, zdravotního pojištění a zdraví).

Výsledky vyhledávání jsou soustředěny v prostředním sloupci. V levé části stránky se nachází vizualizace vyhledaných termínů (asociované termíny, termíny tezauru, další varianty slova, související termíny). Vizualizaci (Ontdekken) zobrazující objevy a vztahy mezi termíny lze přepnout na tematickou klasifikaci (Onderwerp). Pravá strana vyhledávacího prostředí nabízí fasety, podle kterých lze upřesnit výsledky vyhledávání (třídění dle uživatelských tagů, typu dokumentu, zdroje dokumentu, žánru, data publikování nebo klíčových slov). Ve spodní části stránky je stále k dispozici lišta odkazující na externí zdroje (Externe Bronnen).¹⁷

Standardní „jednoduché“ vyhledávání (Standaard zoeken) tvoří jednoduchý vyhledávací řádek googleovského typu. Vyhledávání lze přepnout na pokročilé (Uitgebreid zoeken), kde lze nastavit prohledávaný zdroj a vyhledávat lze dle údajů z názvu a textu.

Na vyhledávací stránce je dále v horní liště dostupná nápověda pod ikonou otazníku a možnost tisku výsledků vyhledávání. Pro registrované uživatele je k dispozici personalizovaný modul My Discoveries, který nabízí možnost uživatelského tagování, sdílení informací mezi registrovanými čtenáři a spolupráci se službou LibraryThing.

Sekce Naše nabídka představuje šest zásadních částí projektu de Bibliotheek. Patří sem Síň slávy elektronických knih (eBooks eregalerij), Literární náměstí (Literatuurplein), Literární náměstí pro mládež (Jongerenliteratuurplein), Čtenářské náměstí (Leesplein), Školní knihovna (Schoolbieb) a Hudební web (Muziekweb) [Stichting, 2012f].

Síň slávy elektronických knih obsahuje výběr volně dostupných nizozemských klasických literárních děl od dvaceti šesti autorů. Úvodní stránka projektu začíná přehledem stránky s obrázky a jmény autorů a názvy vybraných titulů. Kliknutím na obrázek spisovatele (nebo na název knihy) se uživatel dostane na stránku autora, kde jsou dostupné informace o

¹⁷ Viz Obr. 3.

autorovi a kniha ke stažení. Tituly jsou obohaceny o obrázky a základní informace o dílech. E-knihy jsou volně ke stažení ve formátu EPUB, k dispozici je zdarma také aplikace pro iPhone určená pro tuto kolekci. Projekt vznikl za spolupráce Nadace Bibliotheek.nl, Literárního muzea (het Letterkundig Museum) a Digitální knihovny nizozemské literatury (Digitale Bibliotheek voor de Nederlandse Letteren, DBNL).

Literární náměstí je digitální prostor pro setkání informací o literatuře, kde lze najít množství informací o knihách a spisovatelích. Stránky nabízejí přehled literárních aktualit, rozhovory, literární sloupky, recenze, záznamy z exkurzí, soupis významných jubileí, ale také personalizované prostředí Moje knihovna (Mijn Boekenplank).

Literární náměstí pro mládež nabízí informace o literatuře pro mládež od 15 let výše, je to obdoba projektu Literární náměstí, ovšem pro mladé čtenáře.

Čtenářské náměstí jsou webové stránky o čtení pro děti a mládež do 16 let (pojem „čtenářství“ se váže k plánovitému a cílenému rozvíjení četby, především pak v dětské populaci). Informace jsou zde tříděny dle těchto věkových kategorií: Náměstí pro čtenářství (0-6 let), Dětské náměstí (6-12 let) a Náměstí pro mládež (12-16 let).

Projekt **Školní knihovna** zpřístupňoval spolehlivé informace pro studenty základních a středních škol, zájemce o vzdělávání dospělých, učitele, školní knihovníky a knihovníky zaměřující se na informační gramotnost. Projekt byl k začátku roku 2012 z důvodů vysokých finančních nákladů vyloučen z infrastruktury projektů Bibliotheek.nl a ukončen, ale jeho webové stránky jsou stále udržovány (všechny odkazy jsou průběžně kontrolovány a případně aktualizovány) [Stichting, 2012c]. Webový portál nabízel ověřené zdroje, z kterých mohli žáci a studenti čerpat informace do svých školních prací, pro učitele portál připravoval informační listy.

Hudební web jsou webové stránky Centrální hudební knihovny v Rotterdamu (Centrale Discotheek Rotterdam), jejíž katalog představuje největší hudební sbírku v Evropě. Katalog obsahuje záznamy okolo 300 000 LP, CD a více než 100 000 hudebních DVD nosičů.

Další sekci webového projektu Bibliotheek.nl je záložka **Témata**. Zde je k dispozici osm tématických skupin: Trvale udržitelný rozvoj, Výchova a vzdělání, Voda, Beta knihovna (astronomie a nanotechnologie), Kulinářství, Design a umění, Management a marketing a Hudební tvorba. Každé téma má své podkapitoly (např. téma Design a umění nabízí podkapitoly Skandinávský design, Televizní tvorba, Videoart, Nizozemská portrétní fotografie a další), novinky, události, doporučované knihy týkající se tématu, nové přírůstky

(akvizici), reklamní sekci, videa, mikrobloginové příspěvky daného tématu na sociální síti Twitter.

Záložka **O portálu** pak nabízí shrnující informace o portálu, kontaktní údaje a pracovní nabídky v knihovnickém sektoru.

3.3.2 NBD Biblion

Nezisková organizace s ručením omezeným NBD Biblion byla založena v roce 1970 jako součást Nizozemského knihovního a literárního centra (NBLC). V roce 1995 se NBLC rozdělilo na Asociaci veřejných knihoven v Nizozemsku a na poskytovatele komerčních knihovních služeb, které jsou od roku 1998 poskytovány společností Biblion. Společnost byla založena nizozemskými knihovnami, respektive Asociací veřejných knihoven v Nizozemsku (podíl 50 %), nizozemským svazem knihkupců (25 %) a svazem nakladatelů (25 %) [Das, 2011, s. 4]. V roce 2001 byla organizace Biblion odkoupena společností NBD (Nederlands Bibliotheek Dienst, Nizozemské knihovní služby) a od tohoto roku vystupuje pod svým současným jménem NBD Biblion. V roce 2002 bylo jmenováno nové vedení společnosti, výkonným ředitelem společnosti se stal Henk Das.

NBD Biblion je výhradní dodavatel knihovních služeb a bibliografických záznamů pro veřejné a školní knihovny v Nizozemsku a zároveň je poskytovatelem centrální informační služby veřejných knihoven.

Roční rozpočet společnosti činil v roce 2010 přes 53 milionů €, téhož roku společnost zaměstnávala 239 pracovníků na plný úvazek a prodala téměř 3 miliony knih, 46 tisíc kompaktních disků, 8 tisíc hudebnin a 158 tisíc nosičů CD-ROM a DVD [Das, 2011, s. 19]. Softwarově jsou služby společnosti zabezpečeny discovery systémem Primo a automatizovaným knihovnickým systémem Aleph od firmy Ex Libris [NBD, 2009]. K odběru produktů a služeb v nejširším smyslu slova (dodání knih, časopisů, zřízení předplatného, odběr bibliografických záznamů) se zákazníci společnosti zavazují písemnou smlouvou. Smlouvu lze uzavřít buď přímo, anebo prostřednictvím třetí osoby (např. knihkupectví).

Jak vyplývá z uvedených výsledků prodeje, mezi hlavní produkty a služby společnosti patří prodej knih a dalších dokumentů, dále generování obsahu (bibliografické záznamy), nakladatelská činnost (také tisk na objednávku, tzv. Print On Demand), knihvazačské služby, vývoj služby Boeksalon.nl podle modelu business-to-consumer.¹⁸ Knihy se prodávají na základě týdenního publikování akvizičních informací, společnost poskytuje stálé slevy pro

¹⁸ Business-to-consumer (B2C) je obchodní vztah mezi obchodní společností a koncovými zákazníky realizovaný webovými aplikacemi, virtuálními obchody na internetu apod.

mládež i dospělé a také žebříčky titulů deseti nejprodávanějších knih, dále nabízí slevy při skladových výprodejích a také individuální slevy [Das, 2011, s. 20].

Prodej kompaktních disků a audiovizuálních materiálů probíhá na základě týdenního publikování akvizičních informací ve spolupráci s Centrální hudební knihovnou v Rotterdamu. Akviziční informace hudebnin se publikují měsíčně, a to ve spolupráci s Biblioservice Gelderland¹⁹.

Nakladatelská činnost NBD Biblion se zaměřuje především na literaturu spjatou s knihovnictvím a vzděláváním, především na oblast literatury, propagace čtení nebo literatury faktu pro děti a mládež. Společnost vydává dvě knihovnická periodika, *BibliotheekBlad* a *Boekdelen*.

V roce 2005 NBD Biblion získal nakladatelství *Jewel* (Jan van Laarhoven Boeken) a v roce 2010 nakladatelství *XL Publishers* (vydává zejména tituly tištěné velkými písmeny pro hendikepované čtenáře). Služba tisk na objednávku (*Print On Demand*) je určena zejména pro dokumenty v digitální podobě, které již nejsou v tištěné podobě dostupné na trhu [Tuma, 2011].

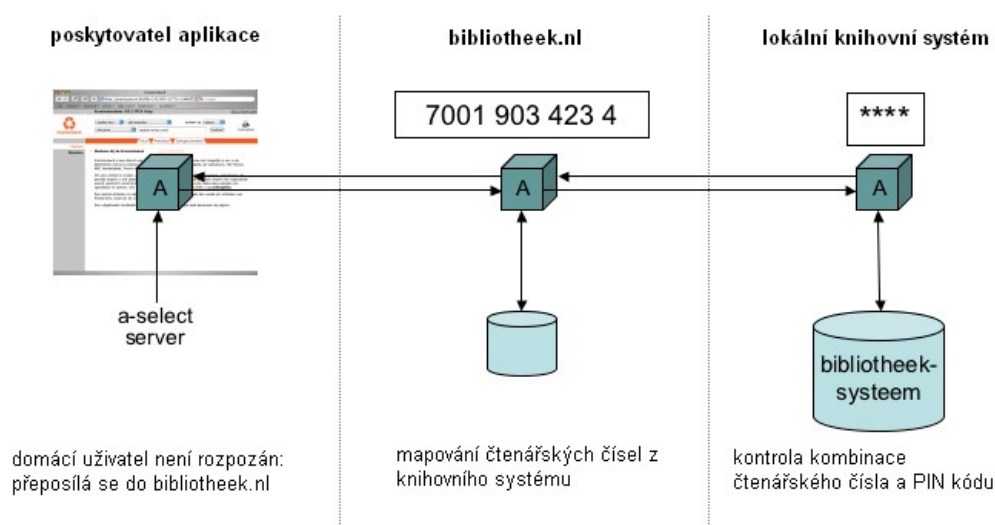
Dalším významným specifickým NBD Biblion je inovace produktů v oblasti knihovnických služeb. Jedním z cílů společnosti je vytvářet produkty a služby pro efektivní a moderní řízení knihoven. Mezi nejvýznamnější počiny patří Národní knihovní karta (*de Nationale Bibliotheekkaart*).

3.3.2.1 Národní knihovní karta

Národní knihovní karta (*de Nationale Bibliotheekkaart*) je společný projekt Asociace veřejných knihoven v Nizozemsku, NBD Biblion a projektového týmu odborníků na informační a komunikační technologie z *ICT Expertisecentrum LAURENS*, jenž byl schválen na generálním zasedání Asociace veřejných knihoven v červnu roku 2004. Vedoucí skupina čerpala z předchozích zkušeností s čtenářskými průkazy a čipovými kartami (zejména z projektu *Bibliotheek.nl*). Knihovny se mohou do projektu dobrovolně přihlásit a národní knihovní kartu aplikovat ve své knihovně. Zatím nejsou zapojeny všechny knihovny na celostátní úrovni (podobná situace jako u národního knihovního loga). Jedná se o přenosnou registraci, pokud se čtenář registruje v jedné knihovně, v dalších knihovnách ho již neregistrují a rozpoznají jej podle jedinečného identifikačního čísla nahraného na čipové kartě.

¹⁹ Biblioservice Gelderland je knihovní centrum pro provincii Gelderland.

Čtenáře je v rámci offline i online služeb nutno identifikovat, autentizovat (potvrdit identifikaci) a autorizovat (stanovit práva uživatelů). Vzhledem k nežádoucí duplikaci záznamů o čtenářích byl zvolen systém identifikace a autentizace v místním knihovním systému – pro tento účel bylo vyvinuto speciální prostředí pro oblast knihovnictví od společnosti Surfnet. Základní model sestává ze tří náhodně zvolených serverů. Jeden (vnější) patří dodavateli aplikace, druhý (vnitřní) slouží serveru Bibliotheek.nl a třetí je napojen na lokální knihovnický systém. Každý další poskytovatel aplikace a další knihovna používá svůj vlastní server. Pro knihovnický systém je pak nutný jednoduchý server nebo počítač [Hanrath, 2004, s. 5].



Systém identifikace a autentizace v lokálním knihovním systému, převzato z [Hanrath, s. 25].

Pro knihovny je zajímavé celostátní, jedinečné čtenářské číslo, jež umožňuje rozvoj online služeb, spolupráci s třetími, externími stranami (např. s muzei a archivy), tvorbu cílových skupin a nabídek výhodnějších cen služeb. Dalším přínosem je jednotná autentizace uživatelů a obsah dostupný prakticky kdekoliv, společná značka a podpora korporátní image, atraktivní design karty též pro děti a mládež [Hanrath, 2004, s. 6].

Při vzniku karty se dbalo na několik zásad, které vzešly ze zkušeností s předchozími neúspěšnými projekty zavedení celostátně platného knihovního průkazu, jež musely být při zpracování projektu dodrženy [Hanrath, 2004, s. 7–10]:

1. karta je oboustranná – vnější strana je potištěna základním nebo personalizovaným potiskem, vnitřní strana obsahuje údaje o uživateli a čárový kód;

2. modularita – knihovna si může kartu různě přizpůsobit, a to např. vnější potisk, způsob doručení karty (přímo na adresu čtenáře nebo výdej osobně u výpůjčního pultu), možná je i verze karty bez RFID čipu;
3. znemožnění platební funkce karty – čip karty slouží pouze k identifikaci uživatele a neslouží k platebním transakcím. Nyní se platební úkony ukládají do konta čtenáře v knihovním systému a lze je platit souhrnně a najednou. Tiskárny, kopírky a další periferní zařízení jsou přes centrální terminál napojeny do knihovního systému. Výhodami jsou nižší finanční náklady (spojené s absencí RFID čipu), žádné změny v softwaru knihovních systémů ani periferních zařízeních;
4. snadná zapamatovatelnost v rámci oboru i pro veřejnost – atraktivní design. Uživatel by měl být na kartu hrdý, ne ji schovávat. Projekt karty se inspiroval muzejnictvím a projektem Museumkaart.²⁰ Na všech kartách je zároveň uvedeno logo Bibliotheek.nl, což napomáhá kampani spjaté s poskytováním digitálních knihovních služeb;
5. neměnnost místních ceníků knihoven – s přechodem na nové karty nedochází k žádným úpravám sazeb ceníků nebo výpůjčních smluv konkrétních knihoven, což jasně vyplynulo z ponaučení ze starších pokusů o zavedení národní knihovní karty;
6. jednoznačná územní identifikace – podle karty by mělo být možné jednoznačně identifikovat uživatele na celostátní úrovni. Uživatelé tak budou moci využívat lokálních, regionálních i národních knihovních služeb vzdáleně, z domova;
7. vztah meziknihovní výpůjční služby a národní knihovní karty – jedná se o dva samostatné projekty, organizačně a technicky na sobě nezávislé, oba se přirozeně navzájem posilují;
8. vztah virtuální a národní knihovní karty – v rámci projektu národní knihovní karty byla vyvinuta také Virtuální knihovní karta (Virtuele Bibliotheekkaart), která umožňuje využívat vzdálených digitálních služeb knihoven svým registrovaným čtenářům. Autentizace uživatelů probíhá již v rámci knihovního systému dané kmenové knihovny (úspěšné testování proběhlo v knihovnách v Almere, Zeelandu a Groningenu). Obě karty nebyly cíleně vzájemně propojeny, neboť každá zaznamenávala jiný dynamický vývoj, ovšem vlastnictví národní knihovní karty je podmínkou pro vystavení virtuální národní karty;
9. karta se vyvíjí samostatně – v knihovnickém sektoru má rozvoj karty své vlastní místo, spolupráce s jinými sektory podle předchozích zkušeností vykazovala větší složitost projektu a také zvyšovala riziko neúspěchu;

²⁰ Museumkaart je karta, která za poplatek (39,95 € pro dospělé a 19,95 € pro mládež) nabízí volný vstup do více než 400 muzeí po celém Nizozemsku.

10. cenová dostupnost – karta by měla být cenově dostupná pro širokou veřejnost, je bezkontaktní, tj. nevyžaduje žádný kontakt mezi kartou a čtečkou či terminálem. Knihovna má zároveň vliv na cenu karty, a to při volbě základní nebo personalizované verze;
11. trh – knihovny mohou karty zakoupit jednotlivě (větší knihovny, 30 tisíc kusů karet a výše, spíše personalizovaná verze) anebo jako skupiny (domluva více menších knihoven, spíše základní verze). NBD Biblion se jako dodavatel karet snaží vyjít knihovnám co nejvíce vstříc.

Karta existuje ve dvou variantách, pro dospělé a pro mládež. V technických specifikacích se karty nijak neliší, odlišné je pouze grafické provedení vnější strany karty, kdy si knihovna může vybrat buď z výchozího provedení potisku²¹ nebo je možné design personalizovat dle potřeb konkrétní knihovny (v tomto případě musí knihovna odebrat minimálně třicet tisíc kusů karet). Na všech kartách bez rozdílu je uvedeno logo portálu Bibliotheek.nl. Design potisků navrhlo grafické studio Comma-S, za výrobu karet zodpovídá společnost SDU Identification.

Vnitřní strana karty je navržena ve vícebarevném provedení, které může být opět upraveno dle designu konkrétní knihovny. Tato strana obsahuje povinné prvky, mezi něž patří identifikátor ISIL, číslo čtenáře, čárový kód a název knihovny.²² Volitelnými prvky jsou proužek pro vlastnoruční podpis, proužek pro jméno čtenáře a fotografie čtenáře.

- ISIL (International Standard Identifier for Libraries and related organizations) je mezinárodní standard ISO 15511:2011, v překladu mezinárodní standardní číslo knihoven a spřízněných organizací. Jmenné schéma (struktura) identifikátoru zahrnuje dvě hlavní části, které jsou odděleny syntaktickou pomlčkou (–). Část jména před pomlčkou (prefix) jednoznačně identifikuje zemi působnosti (pro Nizozemsko NL). Část jména za pomlčkou (sufix) identifikuje jméno konkrétního čtenáře, které je zakódováno v desetimístné číselné kombinaci. První dvě pozice určují výběr sektoru knihovny (01 = Královská knihovna, 08 = veřejné knihovny), následuje čtyřmístná pozice identifikující nizozemský souborný katalog (3079) a poslední čtyři pozice jsou obsazeny nulami (0000) [Hanrath, 2004, s. 12]. Kombinací čísla ISIL a čísla čtenáře poté vzniká světově jedinečné číslo, pod jehož záštitou mohou čtenáři využívat služeb knihoven, a to též prostřednictvím vzdáleného přístupu. Registrační autoritou ISIL je Dánská kulturní agentura (Danish Agency for Culture, dříve Danish Agency for

²¹ Viz Obr. 4 a 5.

²² Viz Obr. 6.

Libraries and Media). Nizozemská čísla ISIL pro veřejné knihovny spravuje, generuje a přiděluje Asociace veřejných knihoven v Nizozemsku.

- číslo čtenáře – jeho struktura a délka se rovná počtu čtenářů dané knihovny.
- čárový kód – základem je čtenářské číslo, používá se čárový kód typu 39²³.
- volitelná pole – knihovny si mohou zvolit, zda na jejich kartách bude umístěn podpisový proužek nebo proužek s vytištěným jménem čtenáře [NBD, 2011, s. 4].

Způsob přechodu z původních čtenářských průkazů jednotlivých knihoven na společnou národní verzi (proces migrace) a distribuce byl závislý na volbě místních knihoven, přesto dodnes na novou knihovní kartu přešlo okolo 80 % knihoven a stal se z ní jakýsi knihovnický standard. Motivací pro přechod na národní verzi karty je zavedení a využívání samoobslužných zařízení v knihovně (kromě samoobslužné výpůjčky např. univerzální výpůjční zařízení Mediamaat pro různé druhy dokumentů, taktéž od společnosti NBD Biblion) [Stichting, 2012a].

V kartě je implementován RFID čip společnosti Mifare, jehož datový model lze rozdělit na tři oddíly - povinnou, volitelnou a dynamickou část. Povinná část obsahuje identifikaci datového modelu (datový model pro veřejné knihovny), identifikátor ISIL a číslo čtenáře. Volitelné části tvoří název knihovny, jméno čtenáře, typ čtenáře (mládež, dospělý), třída čtenáře (podle počtu výpůjček - bronzový, stříbrný, zlatý nebo platinový čtenář). Dynamická část definuje dynamické datové struktury o značce, délce a hodnotě. Knihovny si samy určí, které informace budou do čipu zpracovávány.

Karta se používá pouze pro identifikaci čtenáře v knihovním systému, pro hotovostní platby lze kartu použít pouze s použitím čísla PIN. Tisk karet je výhodný při třiceti tisících a více kusech, při počáteční objednávce proto bylo knihovnám doporučeno z důvodů finanční úspory zvážit natištění karet do zásoby. Pro knihovny s menším počtem čtenářů je doporučeno využít základní verzi karty s univerzální šablonou (bez personalizace designu), což zároveň představuje finančně nejvýhodnější verzi karty. Personalizace karty je zde na minimální úrovni, karta obsahuje pouze povinné prvky a podpisový proužek. Karta nabízí dva

²³ Čárový kód typu 39 umožňuje kódovat 43 znaků ASCII: velká písmena (A–Z), číslice (0–9), mezeru a speciální znaky (* – \$ % . / +). Každý znak je kódován pomocí 9 elementů (5 čar a 4 mezery, z nich jsou vždy 3 široké a 6 úzkých (*odtud název 39*)). Znaky jsou od sebe odděleny úzkou mezerou. Slovo začíná a končí zvláštním znakem (start/stop). Kód nedefinuje kontrolní znak (oproti např. Code 128), takže je možné jej nainstalovat jako font a přímo tisknout na tiskárně po jednotlivých znacích. Vnitřní kontrolu každého znaku totiž umožňuje sama kódovací tabulka: pokud je chybně přečtena šířka právě jednoho elementu (z 9 elementů znaku), znak je nečitelný (není tedy chybně přečten jako jiný platný znak). Nevýhodou je jeho relativně nízká hustota (velká délka).

způsoby migrace: přechod se zachováním čtenářských identifikačních čísel a přechod spojený s vydáváním nových čtenářských identifikačních čísel [De Nationale, 2005, s. 6].

Při přechodu se zachováním čtenářských čísel musí knihovna dodat společnosti NBD Biblion soubor dat se stávajícími dosud přidělenými čtenářskými čísly. Postup migrace s vydáváním nových čtenářských čísel je vhodný při vydávání nových karet v případě ztráty, odcizení nebo vystavení duplikátu. Možnou nevýhodou je ztráta klientského účtu v souvislosti se ztrátou karty, resp. čtenářského čísla (závisí na typu knihovnického systému). Další variantou je zaslání čtenářského průkazu na jméno. Jméno lze vytisknout na každý čtenářský průkaz, personalizace karet je poté finančně náročnější a může být náchylná k procesním chybám [De Nationale, 2005, s. 8].

Národní knihovní karta není jedinou produktovou inovací NBD Biblion. Mezi další úspěšné projekty patří zprovoznění centrálního katalogu, který od roku 2009 spojuje veškeré dokumenty na různých médiích do jednoho souborného katalogu. Projekt Více o sdělovacích prostředcích (Meer over Media) poskytuje informace o médiích a autorech (stručný popis, extrakty, recenze, informace o autorech, obálky knih). ePortal je název projektu, který knihovnám zprostředkovává nákup a půjčování elektronického obsahu (ze sbírky čítající okolo 500 000 elektronických knih a elektronických audioknih si mohou uživatelé stáhnout libovolný obsah do svých koncových zařízení, po vypršení výpůjční doby se soubory uzamknou a nelze je dále užívat). Samoobslužný automat Mediamaat o velikosti běžného bankomatu umožňuje samoobslužné výpůjčky a vracení nejenom knih, ale také audioknih a DVD nosičů 24 hodin denně 7 dní v týdnu.²⁴ Automat opět využívá technologie RFID čipů, za pomoci dotykového displeje si může registrovaný čtenář vypůjčit libovolné dokumenty, které jsou po vrácení ihned opět dostupné dalším zájemcům.

3.3.3 ProBiblio

ProBiblio je provinční servisní organizace (provinciale serviceorganisatie, též PSO) pro provincie Severní a Jižní Holandsko. Byla založena v roce 1998 sloučením provinčních knihovnických center pro obě zmíněné provincie a stala se tak největší knihovnickou organizací v Nizozemsku s přibližně sto osmdesáti pracovníky [ProBiblio, 2011]. Generální ředitelkou je od ledna roku 2006 Anne Rube. Roční rozpočet čítá přibližně 19 milionů €, z něhož 45 % pochází z provinčních dotací [Anne, 2011].

²⁴ Viz Obr. 7.

K automatizovanému knihovnímu systému ProBiblio je v současnosti připojeno okolo čtyřiceti pěti knihoven (samostatných neziskových organizací) a tří set jejich knihovních poboček, společně obsluhují na šest set padesát tisíc registrovaných čtenářů (z celkem šesti milionů obyvatel v obou provinciích). S pomocí fondů čítajících kolem pěti milionů svazků provedou okolo jednoho a půl milionu výpůjček. ProBiblio nabízí dva typy produktů a služeb. V rámci knihovních procesů se věnuje podpoře lidských zdrojů, automatizaci knihoven, vybavení knihoven, přepravě fondů, personální a finanční správě. Pro uživatele pak připravuje kulturní a vzdělávací programy, výstavy, tematické fondy a výměnu fondů (např. v institucích jako jsou domy s pečovatelskou službou apod.). Dále se organizace věnuje projektům, která přináší výhody celé síti knihoven – jsou to zejména programy na podporu čtenářství a gramotnosti nebo provinční rozvíjení digitální knihovny.

3.3.3.1 Marketingové služby pro knihovny

ProBiblio vyvinulo několik nástrojů k průzkumu knihovnického trhu, které je možné aplikovat v marketingu veřejných knihoven [ProBiblio, 2012a]. V poslední době se služby společnosti ProBiblio stávají stále více komerčními. Společnost vyvíjí produkty a software, který si mohou zakoupit nejenom knihovny z provincií, které společnost obsluhuje, ale také knihovny z jakýchkoliv jiných provincií, mají-li o ně zájem.

Služba BiebPanel je online výzkumná platforma vyvinutá pro benchmarking knihoven. Čtyřikrát ročně analyzuje aktuální informace o čtenářích jednotlivých knihoven, které společnosti poskytnou své informace k průzkumu. Do projektu se zatím zapojilo třicet šest knihoven s více než dvaceti tisíci čtenáři a účast v této službě uznal Nizozemský institut pro veřejné knihovny jako alternativu ke standardnímu průzkumu spokojenosti zákazníků v rámci certifikace nizozemských knihoven. Zapojené knihovny se dvakrát ročně setkávají v rámci pracovních schůzek a konzultují a porovnávají své výsledky. Knihovny, které si nemohou tento produkt z finančních důvodů dovolit, podstupují jednou za čtyři roky benchmarkingový průzkum na národní úrovni pod vedením Královské knihovny. Tato služba napomáhá knihovnám porozumět potřebám a preferencím svých cílových skupin, je to zdroj přímé zpětné vazby a může sloužit také jako měřítko pro porovnávání s dalšími knihovnami.²⁵

Průzkum spokojenosti zákazníků je podmínkou certifikace nizozemských veřejných knihoven a provádí se minimálně jednou za čtyři roky. Slouží k poměřování kvality a výkonů jednotlivých knihoven, vede ke zjištění potřeb uživatelů a zlepšování služeb. Provádí se průzkumy spokojenosti u dospělých i dětských uživatelů.

²⁵ Ukázka benchmarkingu Městské knihovny v Amsterdamu a Městské knihovny v Capelle aan den IJssel ve službě BiebPanel viz Obr. 8.

Další průzkum zkoumá spokojenost zaměstnanců a probíhá prostřednictvím standardního dotazníku v elektronické podobě, který zahrnuje dotazy na téma stupeň plnění osobních cílů, vztahy s kolegy a přímými manažery, uspokojení z práce. Tento průzkum také navazuje na národní normu, tedy jeho výsledky je možné porovnávat s výsledky dalších zúčastněných knihoven.

Další službou je tvorba vlastních průzkumů pro konkrétní knihovnu na míru. V rámci služby ProBiblio stanoví cíl, cílové skupiny, vybere výzkumné metody, provede samotný výzkum a dodá podrobné výsledky zpracované v písemné podobě.

V poslední době je velmi populárním produktem tvorba elektronického zpravodaje, který lze vydávat podle potřeby (jednou měsíčně či v případě větších akcí i častěji).²⁶ Každá knihovna si může zpravodaj připravit dle své potřeby, informovat o místních kulturních akcích, o zajímavostech z regionu apod. Nizozemské knihovny často vytvářejí několik mutací zpravodaje - všeobecný o činnostech knihovny, pro školy, pro děti a mládež nebo interní pro pracovníky knihovny. Společnost dále nabízí vypracování analýzy trhu a uživatelů nebo tvorbu strategického marketingového plánu na dobu až tří let.

Mezi velice funkční metody marketingové komunikace s uživateli knihovny patří přímý marketing. ProBiblio vytváří různé e-mailové kampaně, které se zaměřují na specifické cílové skupiny uživatelů (např. na neaktivní členy, bývalé členy, rodiče dětských čtenářů apod.). Některé knihovny pod záštitou ProBiblio zvaly čtenáře do knihovny neadresným způsobem – pohlednicí (distribuívány anonymně do poštovních schránek, návratnost pouze 1 %) či adresovaly konkrétním bývalým členům dopisy (návratnost 5 %).²⁷ Z metody přímého marketingu se nejlépe osvědčila metoda telemarketingu, která vykazala návratnost 15–20 %. Oslovování uživatelů telefonní formou provádí externí firma Mapa MarketingLab, která se zabývá marketingem v knihovnách.

3.3.3.2 Netradiční prezentace knihoven

ProBiblio se podílelo na několika zajímavých projektech prezentace knihovních služeb, jež byly pojaty v celkem netradičním stylu. Jedná se o projekty Knihovna na letišti (Airport Library), Knihovna na nádraží (De Bibliotheek op het Station) a Plug-in knihovna (Plug-in bibliotheek).

Knihovna na letišti je unikátní knihovní pobočka na amsterdamském letišti Schiphol. Vznikla jako společný projekt Městské knihovny v Amsterdamu, Městské knihovny v Haarlemmermeeru a společnosti ProBiblio. Iniciativa pro vznik projektu reprezentujícího

²⁶ V roce 2012 si zakoupilo zpracování elektronického zpravodaje 32 nizozemských veřejných knihoven.

²⁷ Ukázka tištěné formy přímého marketingu, pohlednice a dopisu, viz Obr. 9 a 10.

nizozemské veřejné knihovnické služby vznikla na podzim roku 2006, za podpory malé skupiny knihovních organizací (Asociace veřejných knihoven v Nizozemsku a městských knihoven v Amsterdamu, Haarlemmermeeru a Delftu). Skupina vytvořila návrh projektu a společnost ProBiblio se zapojila jako projektový manažer, v roli poradce byl dále zapojen projektový manažer pobočky Národního muzea při Schipholském letišti. Hlavním sponzorem knihovny je Ministerstvo školství, kultury a vědy, vlastníkem letiště Schiphol Group a všechny tři zakladatelské organizace.

Cílem knihovny je vytvořit příjemné a inspirující místo, knihovnu, která se bude svou kompaktní a vysoce kvalitní sbírkou knih a digitálních médií s tematikou nizozemské literatury, umění a kultury prezentovat široké mezinárodní veřejnosti na letišti Schiphol [ProBiblio, 2012b]. Slavnostní otevření knihovny proběhlo v červenci roku 2010 a tato pobočka se tak stala světově první knihovní pobočkou na letišti. Na ploše 90 m² nabízí knihovna čtenářům jedenáct míst k sezení u čtenářských stolků (z toho čtyři s iPady) a čtrnáct pohodlných křesel (z toho pět s iPady). K dispozici je fond čítající okolo 1250 knih (především nizozemská beletrie, přeložená do dvaceti devíti světových jazyků), na velkoplošné obrazovce se promítají tématické prezentace a krátké filmy (v angličtině či s anglickými titulky), prostřednictvím iPadů lze poslouchat hudbu nizozemských skladatelů [ProBiblio, 2012c]. Pobočka je otevřena dvacet čtyři hodin sedm dní v týdnu, o obsluhu pobočky se starají dobrovolníci, není zde žádný stálý zaměstnanec.

Knihovna na nádraží je testovací verze pilotního projektu společnosti ProBiblio a Knihovny v Haarlemu (Bibliotheek Haarlem), jež je zatím jedinou knihovnou zapojenou do projektu. Knihovna byla otevřena v srpnu roku 2011 a během dvou let musí prokázat svou konkurenceschopnost. Mnoho lidí dojíždějících vlakem tráví během cesty čas čtením, ale návštěva běžné městské knihovny pro ně nemusí být právě z důvodu dojíždění dostupná. V prostorách bývalého telegrafního úřadu při železniční stanici v Haarlemu nabízí knihovna pět dní v týdnu na rozloze 150 m² fond čítající 1500 knih, výpůjční službu prostřednictvím tří samoobslužných terminálů, čítárnu, možnost občerstvení (automat na kávu) a přístup k internetu na čtyřech počítačových stanicích (včetně bezdrátového připojení wi-fi). Finanční dotace čerpá knihovna z provincie Severní Holandsko [ProBiblio, 2012d].

Plug-in knihovna je další pilotní projekt společnosti ProBiblio financovaný grantem z provincie Jižní Holandsko. Jedná se o knihovní zařízení instalované mimo zdi knihovny. Plug-in, též zásuvný modul, je software pracující jako doplňkový modul jiné aplikace a rozšiřuje tak její funkčnost. Toto řešení je modulární a přenosné, proto může být využito

například v menších městských částech, bankách, supermarketech či nemocnicích. Plug-in lze plně přizpůsobit potřebám knihovny a jejího prostředí, může plnit následující funkce:

- otevřené moduly pro umístění elektronických materiálů (kapacita cca 100 knih na jednom modulu),
- vzdálená referenční služba zprostředkovaná přes audio nebo video hovor,
- prohledávání katalogu a dalších zdrojů pomocí iPadu,
- systém vyhrazený pro materiály ke stažení,
- panel pro vyvěšení elektronických panelů.

Jako první využila tohoto řešení Knihovna v Rotterdamu při dvoudenní knihovní výstavě v Maastrichtu. Slavnostní otevření se konalo 28. ledna 2011, další aplikace je v provozu v kulturním centru Larenkamp v Rotterdamu. Druhou pilotní knihovnou projektu je Městská knihovna v Goudě [ProBiblio, 2012e].

Zpracování projektu provedla firma H2 Interactive, k dispozici bylo 150 000 € z prostředků Ministerstva školství, kultury a vědy, na samotnou realizaci dvou zařízení v Rotterdamu a Goudě bylo vyčleněno 200 000 € z rozpočtu provincie Jižní Holandsko. Národní zaváděcí koncepci vypracovala Nadace Bibliotheek.nl, v současné době se pracuje na partnerství a spolupráci v oblasti řízení a rozvoje, přesto je aplikace knihovnám již k dispozici pro konkrétní implementace [Stichting, 2012b].

3.4 Poznatky ze studijní cesty do Nizozemska

Abych získala celistvější přehled o marketingové komunikaci nizozemských knihoven a více podkladů pro závěrečné srovnání, rozhodla jsem se zorganizovat studijní cestu do Nizozemska. Tato cesta se uskutečnila ve dnech 9. –14. září 2012 a byla částečně finančně podpořena Českou informační společností, o.s. Program celé cesty byl sestaven s pomocí Marian Koren, tajemnice Federace organizací z oblasti knihoven, informací a dokumentace (FOBID Netherlands Library Forum) a Dicka van Tola, programového manažera společnosti ProBiblio.

Během pěti dní jsem navštívila sedm veřejných knihoven, Královskou knihovnu a dvě oborové organizace. Ve veřejných knihovnách se můj zájem zaměřil na propagaci veřejných knihovnických a informačních služeb a komunikaci těchto služeb směrem ke čtenářům, u oborových organizací bylo důležité zjistit, jak a v čem pomáhají knihovnám. Exkurze byly realizovány zejména v provinciích Severní a Jižní Holandsko a Flevoland, a to ve městech Leiden, Hoofddorp, Amstelveen, Haarlem, Haag, Amsterdam a Almere (v tomto pořadí).

Na základě studijní cesty vznikla cestovní zpráva o průběhu výjezdu včetně fotodokumentace, publikovaná na webových stránkách České informační společnosti.²⁸

Výpůjční služby v městských knihovnách jsou téměř výhradně samoobslužné. Pro půjčování knih se používají samoobslužná výpůjční zařízení (pod označením *Uitlenen*, tj. půjčit), tzv. SelfCheck, která registrují a vypůjčují knihovní a audiovizuální jednotky pomocí RFID čipu nebo čárového kódu. K vracení knih slouží speciální schránky (pod označením *Inleveren*, tj. vrátit), v jejichž zázemí se nachází třídící systém. Ten třídí vrácené jednotky podle různých kritérií (podle pobočky, rezervace apod.). Samoobslužná zařízení se nacházejí především u hlavního vchodu do knihovny, v případě centrální pobočky Městské knihovny v Amsterdamu v každém ze šesti nadzemních podlaží s volným výběrem.

Tištěné propagační materiály stále převládají, ale význam jejich elektronické verze roste. Veřejné knihovny mají možnost připojit se k národnímu knihovnímu logu *de Bibliotheek* a jeho jednotnému vizuálnímu stylu (tzv. *huisstijl*, tj. korporátní identita). Pokud se knihovny rozhodnou zapojit se do tohoto projektu, je jim k dispozici široké portfolio propagačních materiálů, jež mohou přizpůsobit své knihovně. Používání národního loga na všech propagačních materiálech se řídí přísnými pravidly.

Z tištěných materiálů jsem se setkala s klasickými letáky, plakáty, skládacími měsíčními kulturními programy a ročenkami. Pokud knihovna pořádá velké množství akcí nebo zároveň slouží jako kulturní centrum, tiskne na každý rok celý program ve formě brožury (Městská knihovna a kulturní centrum v Leidenu). Tisk objemnějších brožur je finančně nákladný, proto se od něj knihovny v poslední době odklánějí a poskytují stále více propagačních materiálů v elektronické podobě na svých webových stránkách. Knihovny si nejčastěji tisknou své propagační materiály samy. Větší materiály, např. velkoformátový tisk nebo vlajky, si knihovny nechávají tisknout u externích firem. Knihovny zapojené do programu národního loga mají možnost si nechat vytisknout materiály nebo vyrobit reklamní předměty v rámci Nadace Bibliotheek.nl, což je ovšem dražší než tisk v rámci knihovny.

Propagační materiály v elektronické podobě jsou dostupné všem uživatelům z webových stránek knihoven. Webové stránky knihoven zapojených do projektu národního loga jsou tvořena ve stejném, jednotném vizuálním stylu, případně jsou upraveny dle potřeb konkrétních knihoven. Velmi populární je elektronický zpravodaj, který je možný zakoupit jako produkt a nechat si jej sestavit na míru ve společnosti ProBiblio. Knihovny často rozesílají několik mutací zpravodaje, jeden univerzální o aktivitách knihovny, verzi pro děti a

²⁸ Cestovní zpráva ze studijní cesty do Nizozemska včetně fotogalerie dostupná zde <http://cisvts.cz/2012/10/studijni-cesta-do-nizozemska-pod-zastitou-ceske-informacni-spolecnosti-o-s/>.

mládež, verzi pro školy nebo interní zpravodaj pro zaměstnance knihovny. Frekvence rozesílání zpravodaje záleží na knihovně (měsíčně, dvakrát do měsíce, při významných událostech apod.). Většina knihoven poskytuje svým uživatelům bezdrátový přístup k internetu přes wi-fi (např. centrální pobočka Městské knihovny v Amsterdamu ovšem vyžaduje přihlášení přes čtenářské konto), některé knihovny vyvíjejí mobilní aplikace (Městská knihovna v Amstelveenu) nebo poskytují mobilní verze svých webových stránek (Knihovna na nádraží v Haarlemu).

V Nizozemsku se praktikují v Čechách zatím nevyužité formy přímého marketingu. Společnost ProBiblio v posledních letech pracuje na zavedení tzv. customer relationship managementu, tj. systému, který podporuje řízení vztahů se zákazníky. Jeho zavedení je rozděleno do čtyř fází. Od roku 2010 se podařilo vyvinout první dvě fáze. V první fázi je důležité poznat svůj trh a zákazníky, proto vznikla marketingová databáze, skladiště všech dat o obsluhovaných knihovnách. V druhé fázi se o zjištěných datech komunikuje, hledají se potenciální kanály ke komunikaci se zákazníkem, firma se snaží zákazníka udržet. V této fázi se ProBiblio zaměřuje na online komunikaci (marketing ve vyhledávačích). Vyvinulo soubor e-mailových kampaní, které oslovují různé skupiny uživatelů (bývalé uživatele, uživatele, kteří knihovnu navštěvují málo a hrozí, že ukončí členství apod.). ProBiblio zvolilo nejlevnější cestu oslovení zákazníka, jímž je e-mailová komunikace. Oslovování uživatelů prostřednictvím pohlednic (neadresně) nebo dopisů (adresně) je dražší, přičemž návratnost je velmi nízká (pohlednice 1 %, dopisy 5 %). Nejdražší metodou přímého marketingu je telemarketing, jenž lze u ProBiblio také zakoupit jako produkt (ale je realizován externí firmou Mapa MarketingLab). Jeho návratnost je ale zdaleka nejvyšší, a to 15-20 %. V každém případě je nutné sledovat ukazatele využitelnosti (dashboards) těchto metod v jednotlivých knihovnách, na mezinárodní úrovni je možné, že by jejich uplatnění mohlo být rozdílné.

Mezi důležité prvky prezentace a komunikace knihovnických služeb patří zázemí v organizačních strukturách knihoven. Každá z navštívených knihoven disponovala vlastním marketingovým oddělením, jehož pracovníci byli především marketéři se vzděláním ekonomického či marketingového charakteru. Velikost oddělení závisela na velikosti knihovny a počtu poboček, od jednoho zaměstnance (sdružení knihoven Amstelland Bibliotheken, včetně Městské knihovny v Amstelveenu), přes čtyři (Městská knihovna a kulturní centrum v Leidenu), po osm (Městská knihovna v Amsterdamu) až devět pracovníků v oddělení marketingu a komunikace (Městská knihovna v Haagu).

4 Analýza současného stavu prezentace veřejných knihovnických služeb v České republice

O současné situaci legislativním rámcem a působení českých oborových organizací se v této kapitole zmíním pouze stručně, neboť mnohá fakta jsou oborové veřejnosti blízce známa.

4.1 Současný legislativní rámec v ČR

Poskytování veřejných knihovnických a informačních služeb je v ČR upraveno zákonem č. 257/2001 Sb., o knihovnách a podmínkách provozování veřejných knihovnických a informačních služeb (knihovní zákon). Poskytované knihovnické služby jsou definovány v § 4 tohoto zákona, jenž v odstavci 1 říká, že provozovatel knihovny je povinen poskytovat služby bezplatně s výjimkou služeb vymezených v § 4 odstavce 2. Za služby vymezené v § 4 odstavce 2 a další služby uvedené v § 4 odstavce 3 je provozovatel knihovny oprávněn požadovat úhradu skutečně vynaložených nákladů.

§ 3 stanovuje systém knihoven, jenž tvoří:

- a. *Národní knihovna České republiky, Knihovna a tiskárna pro nevidomé K. E. Macana, Moravská zemská knihovna v Brně, zřízené Ministerstvem kultury,*
- b. *krajské knihovny, zřízené příslušným orgánem kraje,*
- c. *základní knihovny, zřízené příslušným orgánem obce,*
- d. *specializované knihovny.*

Základní a specializované knihovny mohou být zřizovány i jinými subjekty, v tomto odstavci neuvedenými. Pokud je tedy zřizovatelem knihovny příslušný orgán kraje či obce, spadá správa knihovny pod Ministerstvo vnitra České republiky.

Jelikož je knihovní zákon v povědomí české knihovnické obce všeobecně známý, zopakují pouze jeho stěžejní části. Zákon kromě poskytování veřejných knihovnických a informačních služeb dále stanovuje pravidla evidence knihoven (§ 5–8), druhy knihoven (§ 6–13), poskytování meziknihovní výpůjční služby (§ 14), podporu knihoven (§ 15), evidenci a revizi knihovního fondu (§ 16), vyřazování knihovních dokumentů (§ 17), ochranu knihovního fondu (§ 18) a sankce při porušení povinností vůči zákonu (§ 19–21) [Česko, 2001, s. 5683–5688].

Jak již bylo uvedeno výše, knihovnické služby se poskytují na základě rovného principu všem bez rozdílu. Knihovní zákon ani další jiné právní předpisy pro jejich poskytování nevymezují kvantitativní a kvalitativní indikátory služeb ani podmínky jejich dostupnosti

uživatelům. Za tímto účelem byl v roce 2011 vydán *Metodický pokyn Ministerstva kultury k vymezení standardu veřejných knihovnických a informačních služeb poskytovaných knihovnami zřizovanými a/nebo provozovanými obcemi a kraji na území České republiky*.

Tento pokyn vychází z obecných principů *Manifestu IFLA/UNESCO o veřejných knihovnách* z roku 1994 a návazné směrnice IFLA *Služby veřejných knihoven* z roku 2010. Má povahu doporučení, není tedy právně závazný, a vztahuje se na všechny knihovny zřizované obcemi nebo kraji na území ČR zapsané v evidenci knihoven Ministerstva kultury. Cílem standardu je zlepšení dostupnosti a kvality poskytovaných knihovnických služeb. Standard umožňuje knihovnám a jejich zřizovatelům srovnávat a kontrolovat dostupnost a kvalitu těchto služeb, zároveň funguje jako nástroj motivace, jehož indikátory slouží k čerpání finančních prostředků z veřejných rozpočtů, k podpoře rozvoje veřejných knihovnických služeb.

Článek 3 uvádí kategorie, jež jsou předmětem standardu knihovnických služeb [Česko, 2011a, s. 3]:

- a. *provozní doba knihovny pro veřejnost,*
- b. *tvorba knihovního fondu a informačních zdrojů,*
- c. *umístění knihovny v obci,*
- d. *plocha knihovny určená pro uživatele,*
- e. *studijní místa pro uživatele knihovny,*
- f. *přístup k internetu a informačním technologiím,*
- g. *webová prezentace knihovny,*
- h. *elektronický katalog knihovny na internetu,*
- i. *pracovníci knihovny a jejich vzdělávání,*
- j. *měření spokojenosti uživatelů knihovny.*

V každé kategorii jsou dále stanoveny indikátory (kritéria), za kterých by měly být v knihovnách poskytovány služby uživatelům. Tato hlediska jsou pak stanovena jako optimální a jejich dosažení garantuje vhodné podmínky pro poskytování služeb.

Článek 9 se věnuje webové prezentaci knihovny, jejímž prostřednictvím by měla být zajištěna dostupnost informací o knihovně a jejích službách dálkovým (online) přístupem [Česko, 2011a, s. 7]. Webová prezentace by měla mít vlastní doménu na internetu nebo využívat domény svého provozovatele. Prezentace je tvořena digitálními dokumenty představující základní informace o knihovně a zprostředkovávajícími elektronické služby knihovny (online informační a výpůjční služby, elektronický katalog, vlastní nebo

licencované databáze apod.). Presentace by měla obsahovat přinejmenším tyto informace: název a sídlo knihovny, kontaktní údaje, název zřizovatele (provozovatele), stručnou charakteristiku knihovny, výčet oddělení (existují-li), provozní dobu, knihovní řád, přehled nabízených služeb, ceník služeb. Základním doporučeným údajem je odkaz na Souborný katalog ČR, další spolupracující knihovny a na centrální služby (např. koordinovaná dotazovací služba „Ptejte se knihovny“). Celá prezentace by navíc měla být zpracována v souladu s požadavky na tvorbu přístupného webu.

Článek 10 dále zpracovává téma elektronického katalogu knihovny na internetu, jenž také představuje prezentaci knihovních služeb v rámci webu. Zde je stanoven indikátor, že knihovny v obcích s počtem obyvatel vyšším než 500 by měly poskytovat online elektronický katalog knihovny, jež by mohla veřejnost využívat prostřednictvím dálkového přístupu [Česko, 2011, s. 7–8].

V roce 1999 byl přijat vládou schválený dokument pod názvem *Strategie knihoven 1999–2003*, který v roce 1998 připravila Ústřední knihovní rada, tedy poradní orgán ministra kultury pro oblast knihovnických a informačních služeb, knihovnictví a knihoven. Na tuto strategii navázala v roce 2004 *Koncepce rozvoje knihoven na léta 2004–2010*, první strategický rozvojový dokument pro oblast knihovnictví, opět připravený Ústřední knihovní radou, k němuž navíc v říjnu roku 2002 proběhla veřejná diskuze [Koncepce, 2004, s. 123].

Zatím poslední a v současné době platnou strategii je *Koncepce rozvoje knihoven ČR na léta 2011–2015 včetně internetizace knihoven*. Její zpracování bylo taktéž vedeno Ústřední knihovnickou radou, ovšem za pomoci přizvaných expertů. V průběhu zpracování byla koncepce původně rozdělena do pěti hlavních oblastí rozvoje knihoven, na každé části pak pracovala příslušná pracovní skupina. Tyto části se jmenovaly: Klient/služby, Procesy/legislativa, Fondy, Finance a Pracovníci a jejich rozvoj [Příprava, 2010]. Oblast marketingu a propagace knihovních služeb byla zahrnuta v sekci Klient/služby. Z marketingového hlediska byly navrženy cíle, mezi něž patřila idea vypracovávat cílené a systematické průzkumy uživatelských potřeb ve vztahu k různým typům knihoven, jejich výsledky zpracovávat do metodik a případových studií a dále provést ekonomický výzkum společenských benefitů z činnosti knihoven (Return of Investment, ROI). Mezi další cíle patřilo dlouhodobě zvyšovat v populaci podíl lidí, kteří považují knihovny za důležité a kteří knihovny nějak využívají. Těchto dílčích cílů by mělo být dosaženo pomocí finančně marketingových aktivit systému knihoven z centrálních veřejných zdrojů bez ohledu na rezortní příslušnost. Každý krok směřující k centralizaci knihovních služeb by měl být nepřehlédnutelně propagován veřejnosti i politické sféře. Knihovny by měly získat silné

partnery, a to jak z oblasti široké uživatelské základy, tak partnery mediální, celebritní, finanční, ale i komerční z řad firem. Dále by bylo vhodné proniknout do koncepčních materiálů souvisejících oblastí, např. školství, regionálního rozvoje nebo práce a sociálních věcí. Otázky marketingu a propagace by se měly zařadit mezi prioritní oblasti knihovnického vzdělávání a knihovnického kurikula. Je nutné vytvořit marketingové zázemí (servis) pro knihovny, které nemají možnost dovolit si vlastní profesionální zázemí (např. regionální marketingová centra v rámci regionálních funkcí, koordinace s Národní knihovnou ČR apod.) [Příprava, 2010, s. 9–10].

Finální verze Koncepce nakonec obsahuje šest částí [Česko, 2011b]:

- a. digitalizace knihovních fondů, ochrana a zpřístupnění kulturního dědictví,*
- b. přístup k informačním zdrojům a službám knihoven,*
- c. podpora vzdělávání a čtenářské gramotnosti,*
- d. rovný přístup ke službám knihoven,*
- e. kvalita, efektivita a marketing služeb knihoven,*
- f. rozvoj lidských zdrojů.*

Marketingu služeb knihoven je tedy věnován oddíl *e. kvalita, efektivita a marketing služeb knihoven*. Tvoří jej následující čtyři cíle.

Cíl č. 16 řeší aktualizaci a zavedení standardů kvality veřejných knihovnických a informačních služeb (VKIS) do praxe. Každý obyvatel ČR by měl mít zajištěn přístup k těmto službám nezávisle na svém sociální či ekonomickém postavení nebo místě bydliště.

Cíl č. 17 je zaměřen na zpracování metodiky ekonomických výzkumů návratnosti investic v knihovnách. Ekonomické a společenské přínosy činnosti knihoven nejsou dostatečně zhodnoceny z hlediska návratnosti investic veřejných prostředků, tedy veřejných rozpočtů, z nichž jsou knihovny financovány. Produkce VKIS by měla být analyzována ve finančním vyjádření, produktivita (efektivita) by měla být měřitelná, knihovny by měly disponovat nástroji pro měření výkonů svých činností.

Náplní cíle č. 18 je podpora šetření informačních potřeb obyvatel na národní a lokální úrovni a jejich využití pro optimalizaci VKIS. Informační potřeby obyvatel se v poslední době mění v souvislosti s rozvojem internetu, množstvím šířených informací a také s prudkým rozvojem informačních technologií, jež s sebou nesou také negativní jevy, jako např. pokles úrovně čtenářské gramotnosti. Knihovny by měly tyto změny informačních potřeb sledovat a reagovat na ně, např. pomáhat při výběru relevantních a důvěryhodných pramenů. Požadovaným stavem je tedy rozvíjení tradičních služeb knihoven a nabídka služeb nových.

Cíl č. 19 se věnuje podpoře marketingové aktivity centrálních i lokálních služeb systému knihoven. Vnímání knihoven ze strany veřejnosti se povětšinou omezuje na to, že knihovna je instituce, která zajišťuje pouze půjčování knih. Knihovny v současné době ale poskytují celou řadu nových služeb, především v digitálním prostředí. Požadovaným stavem tohoto cíle je situace, kdy se v populaci zvýší podíl uživatelů s širším povědomím o činnosti knihoven a VKIS a zároveň budou disponovat potřebnou úrovní vzdělání a schopností k využívání těchto služeb [Česko, 2011b, s. 24-26].

4.2 Knihovnické asociace a organizace v ČR

V České republice existuje několik spolků, sdružení a konsorcií působících v oblasti veřejného knihovnictví. Jedná se o Svaz knihovníků a informačních pracovníků České republiky (SKIP), Sdružení knihoven České republiky (SDRUK), Souborný katalog ČR (CASLIN) nebo Sdružení uživatelů knihovnického systému LANius (SKAT). Činnost veřejného knihovnictví dále ovlivňuje působení vysokoškolských studijních oborů, konkrétně Kabinetu informačních studií a knihovnictví Masarykovy univerzity v Brně (KISK), jehož inovativní projekty zaznamenaly řadu pozitivních ohlasů. Oblasti vysokoškolského knihovnictví se věnuje Asociace knihoven vysokých škol (AKVŠ). Největší podíl na sdružování oborových pracovníků s přímým působením na veřejné knihovny má patrně SKIP, jenž je v současnosti považován za největší oborovou organizaci v republice.

4.2.1 Svaz knihovníků a informačních pracovníků České republiky

Svaz knihovníků a informačních pracovníků České republiky (SKIP) je dobrovolnou profesní a stavovskou organizací, která má charakter občanského sdružení.

Cílem Svazu je dbát na soustavné zvyšování úrovně knihovnické a informační profese a s tím spojené prestiže oboru, snaží se také o vytvoření příznivých podmínek pro rozvoj a činnost ze strany státu, zřizovatelů knihoven a informačních institucí. Významnou činností Svazu je centrální vyjednávání legislativních otázek za oblast knihovnictví (např. autorskoprávních), spolupracuje se spřízněnými vzdělávacími institucemi zabývajícími se knihovnictvím a informační činností, organizuje odbornou přípravu specialistů a pracovníků knihoven v rámci celoživotního vzdělávání a rozvíjí spolupráci s domácími i zahraničními oborovými organizacemi.

V současné době sdružuje okolo 1500 členů a je organizován na základě regionálního principu, tj. je spravován jedenácti regionálními výbory. Svaz je dále rozdělen do celkem čtrnácti tematických oddílů, respektive sekcí (Sekce veřejných knihoven, Sekce vzdělávání,

Sekce knihovníků - trenérů paměti), klubů (např. Klub dětských knihoven, Klub tvořivých knihovníků apod.) a komisí (Ediční komise a Komise pro zahraniční styky) [Svaz, 2012b].

K založení organizace došlo rozhodnutím Rezoluce pražských knihovníků, bibliografů a vědecko-informačních pracovníků dne 21. března 1968, která se ve svém třetím bodě usnesla, že rozvoj československé informační soustavy nutně vyžaduje vytvoření dobrovolné zájmové organizace, která by sdružovala knihovníky, bibliografy a vědecko-informační pracovníky [Burgetová, 2008, s. 2]. Předsedou přípravného výboru se stal doc. dr. Jiří Cejpek, tajemnicí pak dr. Jarmila Burgetová. Prohlášení přípravného výboru oslovilo odbornou veřejnost počátkem května téhož roku, stanovy a program SKIP byly následně publikovány ve zvláštní příloze časopisu Čtenář.²⁹ Dne 29. září 1970 došlo rozhodnutím Ministerstva vnitra ČSR k rozpuštění spolku, jeho obnovy se Svaz dočkal až o téměř dvacet let později, 7. dubna 1990 [Burgetová, 2008, s. 17–19]. V současnosti je předsedou spolku PhDr. Vít Richter, čestnou předsedkyní PhDr. Jarmila Burgetová a výkonným tajemníkem Mgr. Roman Giebisch, PhD.

Nejvyšším orgánem organizace je valná hromada SKIP, mezi další orgány patří výkonný výbor, předsednictvo výkonného výboru, dozorčí komise, regionální a odborné orgány. Celé fungování Svazu upravují Stanovy Svazu knihovníků a informačních pracovníků ČR [Svaz, 2010].

Ve spolupráci s knihovnami po celé České republice pořádá SKIP během celého roku řadu akcí a projektů na podporu čtení, čtenářství, čtenářů a knihoven samotných.

V roce 2012 SKIP pořádal nebo se spolupodílel na téměř třicítce akcí, seminářů, celostátních setkání a projektů. Mezi nejvýznamnější měsíce v celostátních akcích patří březen, jenž od roku 2010 považován za měsíc čtenářů (dříve znám pod názvem Měsíc knihy, později Měsíc internetu). V rámci celého měsíce se pořádá pětice akcí, jež slouží k propagaci čtení (Týden čtení, Maraton čtení), ale i soutěžení (Čtenář roku, Biblioweb). Konec března uzavírá populární akce Noc s Andersenem spjatá s Mezinárodním dnem dětské knihy, která se pořádá nejenom v knihovnách, ale také ve školách, domech dětí a mládeže a v dalších místech.

Dalším významným měsícem je říjen, na jehož první týden připadá celostátní akce zvaná Týden knihoven. Účelem celého týdne je podpora četby a knihoven, program je rozdělen podle cílových skupin stávajících uživatelů. Nejenom v očích současných, ale hlavně nových čtenářů by měla knihovna působit jako místo atraktivního využití volného času. V říjnu se

²⁹ Stanovy a program SKIP byly publikovány v časopise Čtenář, roč. 1968, č. 11 „Materiály k ustavujícímu sjezdu“.

dále ve spolupráci se společností SKANSKA uděluje ocenění Městská knihovna roku, které hodnotí dlouhodobé zásluhy o rozvoj knihovnictví nebo mimořádný přínos k rozvoji knihovnických a informačních služeb. Cenu uděluje ministr kultury České republiky na základě nařízení vlády č. 5/2003 Sb., o oceněních v oblasti kultury, udělovaných ministerstvem kultury. Oceňují se nejlepší české knihovny, které jsou provozovány či zřizovány městy, cílem je motivovat knihovny k rozšíření a zkvalitnění veřejných knihovnických a informačních služeb.

Během celého roku SKIP pořádá množství setkání pracovníků knihoven, která se zaměřují na různá témata (OKNA - O KNihovnických Aktivitách, Hrátky s pamětí, Literární Šumava v Českém Krumlově, Jarní putování aneb Jak se kde knihovničí, Co venkovské knihovny umějí a mohou, Malé podzimní setkání, Knihovnický happening). Semináře se zaměřují na oborovou specializaci pracovníků knihoven (Arteterapie v knihovnách pro děti a mládež, Račte poslouchati, co vám chci zpívatí..., Rozvíjíme čtenářskou gramotnost, Práce s veřejností – sociální sítě, Moderní služby lékařských knihoven), případně na vybrané skupiny pracovníků (Seminář pro knihovníky – seniory). Některé kluby SKIP pořádají své samostatné akce (Hry bez hranic aneb Knihovnice dětem, projekt Klubu dětských knihoven při SKIP Karlovarského kraje, Přehlídka tvorby členů Klubu tvořivých knihovníků, Přidej se do Klubu!, seminář pro pracovníky školních knihoven). Mezi celostátní akce, ke kterým SKIP vydává propagační materiály a knihovny se k nim mohou dobrovolně připojit, patří již zmíněný Březen – měsíc čtenářů, Týden knihoven a Den pro dětskou knihu [Svaz, 2012a].

Především větší a masovější akce pořádané SKIP se opírají o propagační materiály, jež jsou dostupné jak v tištěné podobě (dostupné osobně k vyzvednutí na adrese Svazu nebo ve smluvených distribučních místech), tak v elektronické podobě ke stažení z webových stránek [Svaz, 2012c]. Jedná se o propagační letáky, plakáty a jednu pohlednici s kresbou Vladimíra Renčina.

Letáky shrnují poslání Svazu, jeho organizační rozdělení do sekcí, klubů a komisí a uvádí nejvýznamnější pořádané akce. Jsou dostupné v české, slovenské, polské, anglické, německé a francouzské jazykové mutaci. Plakáty se snaží upoutat pozornost na Svazem pořádané akce (Březen – měsíc čtenářů, Noc s Andersenem, Týden knihoven, Den pro dětskou knihu)³⁰, ale také produkty spojené se službami i provozem knihoven (Elektronická kniha, Audioknihy, nabídka knihovního nábytku). Propagační pohlednice slouží k oslovení potenciálních zájemců o členství ve Svazu.

³⁰ Ukázka propagačních plakátů pro akce pořádané Svazem knihovníků a informačních pracovníků viz Obr. 11.

4.2.2 Sdružení knihoven České republiky

Sdružení knihoven České republiky (SDRUK) je zájmové sdružení právnických osob podporujících rozvoj odborných a vědeckých knihoven na území České republiky. Činnost sdružení se věnuje naplňování mezinárodních programů v oblasti knihovnictví, bibliografii a informační vědě, organizaci a koordinaci řešení týkající se knihovních fondů, kooperativnímu zajišťování knihovních fondů a informačních zdrojů, organizaci a hodnocení vhodných technologií pro knihovnické procesy (zejména vědecké a odborné literatury), pořádání odborných porad, seminářů a konferencí a také vydávání odborných publikací, a to především ve vlastní ediční řadě nazvané *Informační zdroje*. Všechny z výše uvedených aktivit Sdružení nejsou v rozporu s postavením a funkcemi členských knihoven a mohou být organizovány i ve spolupráci se zahraničními partnerskými organizacemi [Sdružení, 1998]. Činnost Sdružení se řídí stanovami, které byly odsouhlaseny v Seči dne 21. října 1998. V současnosti sdružuje členy ze čtyřiceti tří knihoven a informačních středisek. Předsedkyní sdružení Ing. Lea Prchalová, místopředsedkyní Mgr. Eva Svobodová a tajemníkem Ing. Aleš Brožek.

Nejvyšším orgánem organizace je valná hromada, podobně jako u SKIP, jež je tvořena statutárními nebo zplnomocněnými zástupci členských organizací (vždy jeden za každou instituci). Jako jediná rozhoduje o cílech Sdružení a jejich dosažení, schází se minimálně jednou ročně. Veškerá činnost je vedena Radou sdružení, kterou tvoří statutární zástupci členských organizací, nejméně jednou ročně svolává Valnou hromadu a té předkládá zprávu o činnosti a hospodaření. Správné plnění usnesení Rady a správnost hospodaření kontroluje tříčlenná Revizní komise.

Sdružení je dále rozčleněno na sekce a pracovní skupiny, jejichž členové se na práci podílejí podle svého oborového zaměření. Jsou to Sekce pro akvizici, Sekce pro bibliografii, Sekce pro historické fondy, Sekce pro informační vzdělávání uživatelů, Sekce pro informační technologie a Sekce pro regionální funkce. V těchto sekcích a jejich pracovních skupinách mohou působit i jiné osoby než zástupci členských organizací. Každá sekce má svého předsedu a pořádá semináře a další akce vztahující se k působení své oborové specializace.

Zakládajícími členy Sdružení byla v roce 1998 založena **Nadace knihoven**, jejíž náplní je každoročně vyhlašovat soutěže podporující oborovou publikační činnost a studijní cesty a stáže do zahraničí. Sdružení knihoven a Nadace knihoven společně udělují v rámci konání konference Knihovny současnosti tzv. Čestnou medaili Z. V. Tobolky. Medaile se uděluje již od roku 2000 ve třech kategoriích – knihovně, osobnosti za rozvoj českého knihovnictví nebo osobnosti za celoživotní práci v knihovnictví. Odůvodněný návrh na ocenění může Radě SDRUK podat kdokoliv, o udělení medaile poté rozhoduje Rada SDRUK a Nadace knihoven.

Další významným počinem Sdružení je **Slovník českých knihovníků**, jehož námět pochází z roku 2007 a v současné době jeho elektronická verze zpřístupňuje téměř šest set hesel. Úspěch spočívá ve spolupráci oborových pracovníků při výběru i zpracování osobních hesel. Základy slovníku vytvořilo několik zdrojů. O zpracování seznamu osob vhodných k zařazení do slovníku požádala redakce jednotlivé regiony, k oslovení došlo skrze Národní knihovnu a krajské knihovny. Dalším zdrojem byla excerpce knihovnických bibliografií a periodik (odtud bylo zpracováno 130 personálních hesel z dosud publikovaných biografických medailónků) [Sdružení, 2007]. Slovník je dostupný v elektronické formě z adresy <http://sck.sdruk.cz/>, o obsáhlejší tištěné podobě se zatím pouze uvažuje.

Tradiční knihovnickou konferenci **Knihovny současnosti** pořádá SDRUK od roku 1993 v Seči na Chrudimsku. V roce 2011 se místo konání přesunulo do nové budovy Akademické knihovny Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích, v roce 2012 se konference konala v areálu Univerzity Pardubice.

Jádrovými tématy akce jsou vzdělávací a kulturní služby knihoven poskytované veřejnosti, přičemž do popředí se každoročně posouvají aktuální trendy a problémy řešené v rámci českého knihovnictví. Mezi hlavní témata patřila v minulých letech jednotný přístup k elektronickým informačním zdrojům, technologie v knihovnách, legislativní rámec a koncepce rozvoje knihoven, elektronické knihy, komunitní význam knihoven nebo vzdělávání knihovníků. Ke každému ročníku je publikován konferenční sborník, jenž je v tištěné podobě dostupný ke koupi v rámci konference, po ukončení akce je dostupný v elektronické podobě (v případě posledních ročníků také včetně jednotlivých prezentací, programů konferencí a fotogalerií). Tyto elektronické verze jsou dostupné z webových stránek Sdružení [Sdružení, 2012].

Co se týče marketingové podpory knihoven, SDRUK žádnou konkrétní službu či produkt neposkytuje.

4.2.3 Ústřední knihovnická rada České republiky

Ústřední knihovnická rada České republiky (ÚKR) je poradním, iniciativním a koordinačním orgánem ministra kultury ČR pro oblast knihovnických a informačních služeb, knihovnictví a knihoven v České republice, zřízeným ministerstvem kultury. Jedná se o zákonem stanovenou platformu pro komunikaci knihovny a vládou, respektive Ministerstvem kultury.

Historický vznik je spjat s druhým knihovnickým zákonem, tedy zákonem o jednotné soustavě knihoven č. 53/1959 Sb. Rada byla v § 9 odst. 1 vymezena jako „*poradní, iniciativní a koordinační orgán ministra školství a kultury pro zásadní otázky knihoven jednotné*

soustavy“ [Československo, 1959, s. 173], a to jak při celostátním ministerstvu kultury, tak při úřadu pověřence školství a kultury na Slovensku. Při přípravě nového knihovnického zákona koncem 90. let usilovala knihovnická komunita o zachování poradního orgánu ministra kultury pro oblast knihovnictví, ačkoliv tehdejší ministr kultury Pavel Dostál usiloval o omezení jakýchkoliv poradních orgánů ovlivňujících Ministerstvo kultury. Při projednávání návrhu zákona v legislativní radě vlády bylo nakonec Ministerstvu kultury uloženo, aby ustanovení o ÚKR bylo do zákona doplněno [Richter, 2005, s. 1]. Rada je ve stávajícím zákonu zmíněna bez jasné specifikace svého poslání, pouze v ustanovení § 15 odstavce 2 se říká, že „Pro stanovení prioritních oblastí poskytování dotací si ministerstvo vyžádá stanovisko Ústřední knihovnické rady, kterou ministerstvo zřídí, vydá její stanovy a jednací řád“ [Česko, 2001, s. 5687].

Přesnou specifikaci úlohy ÚKR vymezují až její stanovy a jednací řád, který v článku I říká, že ÚKR je poradním, iniciativním a koordinačním orgánem ministra kultury ČR pro oblast knihovnických a informačních služeb, knihovnictví a knihoven. Úkoly dále specifikuje článek II [Ústřední, 2002]:

- 1. Rada se vyjadřuje k zásadním programovým, legislativním a normativním záměrům v oblasti knihovnictví. Ve spolupráci s příslušným odborem MK ČR předkládá ministru kultury ČR návrhy na řešení zásadních problémů knihovnictví v České republice.*
- 2. Rada se vyjadřuje ke stanovení prioritních oblastí poskytování dotací provozovatelům knihoven a k náplni programů MK ČR určených k rozvoji knihovnictví.*
- 3. Rada zpracovává návrhy a doporučení týkající se postavení, funkce a mezirezortní kooperace knihoven poskytujících veřejné knihovnické a informační služby.*

Jak říkají stanovy, ÚKR projednává především nejobecnější otázky rozvoje knihoven v ČR. Z legislativní oblasti se Rada zabývala především vypracováním Koncepcí rozvoje knihoven ČR na léta 2004–2010 a 2011–2015 (včetně internetizace knihoven), dále se projednávaly novely knihovního a autorského zákona. Pravidelným bodem jednání bývá problematika rozdělení finančních prostředků na dotační programy Ministerstva kultury, především pak programu VISK.

Členy rady jmenuje a odvolává ministr kultury ČR zejména z řad odborníků, zástupců profesních sdružení a představitelů institucí z oblasti knihovnictví. Předseda, místopředseda a tajemník je jmenován a odvoláván ministrem kultury ČR na doporučení členů rady. Členství v radě je čestné a nezastupitelné. Postupem času se ustálil výběr členů tak, že jsou zde

zastoupení představitelů všech předních knihovnických organizací (SKIP, SDRUK, AKVŠ), ředitelů všech ústředních knihoven (Národní knihovna, Státní technická knihovna, Národní lékařská knihovna, Knihovna AV ČR, Knihovna Uměleckoprůmyslového musea) a výběrově ředitelů krajských a městských knihoven [Richter, 2005, s. 2].

Zasedání ÚKR svolává předseda nejméně dvakrát ročně a z každého zasedání je tajemník povinen zpracovat zápis, jenž se po odsouhlasení předsedou odesílá ministrovi kultury, zástupci ministerstva kultury a členům Rady, případně jiným určeným osobám. Za Ministerstvo kultury se zasedání účastní vedení Odboru umění, knihoven a kinematografie a příslušný náměstek ministra kultury.

4.2.4 Knihovnický institut NK ČR

Knihovnický institut (KI) je pověřeným orgánem Ministerstva kultury ČR a v tomto pověření zpracovává koncepční, metodické a normativní podklady pro organizační výstavbu a funkční rozvoj veřejných knihovnických a informačních služeb v České republice. Jedná se o odbor Národní knihovny ČR, ředitelem institutu je PhDr. Vít Richter.

Institut tvoří tři oddělení [Národní, 2012]:

1. Studijní a informační oddělení (včetně Knihovny a studovny knihovnické literatury) – vytváří a zpřístupňuje fond knihovny a studovny knihovnické literatury, registruje a dokumentuje českou oborovou literaturu, zpracovává a zveřejňuje zprávy k aktualitám českého a světového knihovnictví, spolupracuje s IFLA, participuje na aktuálních oborových průzkumech a zpřístupňuje významné zahraniční databáze z oblasti informační vědy a knihovnictví.
2. Oddělení vzdělávání – zabezpečuje kurzy, školení, semináře, přednášky a rekvalifikační kurzy, případně další formy odborného vzdělávání pro pracovníky knihoven, konzultuje knihovnickou vzdělávací problematiku, hodnotí vzdělávací programy a učební osnovy.
3. Referát pro analýzu a koordinaci VKIS – řeší koncepce, normy, metodiky a legislativu spjatou s oborem, poskytuje poradenské, konzultační a expertízní služby, především veřejným knihovnám, jejich informačním pracovištím a zřizovatelům. Shromažďuje informace o českých knihovnách a podílí se na zpracování adresáře knihoven a informačních institucí v zemi, celostátně koordinuje a vyhodnocuje vykonávání regionálních funkcí, koordinuje a organizuje program Veřejné informační služby knihoven (VISK).

V neposlední řadě je významnou činností institutu projekt Benchmarking knihoven, jehož je garantem. Manažerský nástroj pro měření výkonnosti a kvality činností veřejných knihoven

byl spuštěn v roce 2005 a byl inspirován německou předlohou Der Bibliotheksindex. Projektu se může účastnit jakákoliv veřejná knihovna bez ohledu na její velikost. Základní podmínkou je schopnost poskytnout kompletní statistická data o činnosti knihovny (včetně ekonomických údajů). Porovnává se celkem 29 indikátorů (v oblastech podmínek pro činnost knihovny, uživatelů a služeb a financování, výdajů a efektivity) [Richter, 2009]. V roce 2012 bylo do projektu zapojeno 183 veřejných a vědeckých knihoven různých velikostí.

4.2.5 Kabinet informačních studií a knihovnictví MU

Kabinet informačních studií a knihovnictví (KISK) je odborné vědecké pracoviště při Ústavu české literatury a knihovnictví Filozofické fakulty Masarykovy univerzity v Brně. Kabinet nabízí studijní obor Informační studia a knihovnictví, jenž je možné studovat v prezenční i kombinované formě ve třech programech – tříletém bakalářském studiu, dvouletém navazujícím magisterském studiu a formou celoživotního vzdělávání. Obor je koncipován interdisciplinárně s propojením na Fakultu informatiky a Fakultu sociálních studií Masarykovy univerzity, čímž jsou zohledněny humanitní i přírodovědné aspekty oboru. Současným vedoucím KISK je PhDr. Petr Škyřík, PhD.

Obor se zaměřuje především na nové technologie, trendy jejich rozvoje, konkurenční zpravodajství, informační gramotnost a sociální informatiku [Masarykova, 2012a]. Výstupem oborové profilace a cvičení praktických dovedností jsou studentské projekty, jenž zpravidla vznikají v rámci studijních předmětů, konkrétně povinného předmětu v rámci magisterského cyklu Aplikační seminář (výsledkem jsou tzv. Projekty APLS). Touto cestou vznikly projekty Marketing do knihoven, Guerilla Readers nebo čtenářské portály BiblioHelp a ČteSyRád. Některé z nich jsou začleněny také pod rozcestník projektů KISK Knihovna.cz.

Portál **Knihovna.cz** je rozcestník webových projektů vzniklých pod záštitou KISK. Jeho vznik byl podpořen z dotačního podprogramu VISK 3 Ministerstva kultury a spuštěn v lednu 2012.³¹ Projekty jsou určeny pracovníkům v knihovnách, jsou zdarma a nevyžadují registraci, čímž jsou dostupné široké knihovnické veřejnosti. Měly by podporovat inovační tendence, mají inspirovat, propojovat a vzdělávat pracovníky v knihovnickém oboru [Masarykova, 2012b].

Jádro portálu tvoří šest projektů, které jsou ověřeny osmnáctiměsíční praktickou zkušební lhůtou (ta probíhá v rámci tzv. Inkubátoru). Věnují se vzdělávacím e-learningovým kurzům

³¹ VISK 3 Informační centra veřejných knihoven (ICEKNI). Cílem podprogramu je systematická podpora šíření a poskytování informací občanům prostřednictvím knihoven s využitím informačních technologií, zejména prostřednictvím veřejně přístupné informační sítě.

(kurzy.knihovna.cz), přístupu k osobám se specifickými potřebami (bezbarierova.knihovna.cz), sdílení a publikování odborných prací (digitalni.knihovna.cz), využití 3D technologií nejen v knihovnách (virtualni.knihovna.cz), online nástrojům pro ulehčení, zefektivnění a zatraktivnění činností spjatých s prací v knihovnickém sektoru (nastroje.knihovna.cz) a tvorbě webových prezentací, které nevyžadují žádné technické znalosti (webovky.knihovna.cz). Každý projekt je prezentován v rámci svých webových stránek, všechny vystupují pod jednotnou grafickou úpravou.

Součástí portálu je sekce Inkubátor, kde jsou představeny projekty, které vznikají za spolupráce studentů KISK (tří- až šestičlenné týmy), mentora a odborníků z praxe v rámci předmětu Aplikační seminář. Projekty bývají v této sekci uloženy po dobu osmnácti měsíců, úspěšné návrhy jsou poté zveřejněny v portálu Knihovna.cz.

Jedním z projektů sekce Inkubátor je projekt **MADOK! Marketing DO Knihoven** dostupný z portálu <http://marketing.knihovna.cz/>. Projekt vznikl v rámci Aplikačního semináře v říjnu roku 2011. Měl by sloužit jako informační základna pro knihovníky veřejných a akademických knihoven. Jeho účelem je přinášet novinky a inspiraci z oblasti marketingu pro všechny zájemce o tuto problematiku a vytvořit prostor pro sdílení informací a poznatků mezi čtenáři. Kromě odborných informací by zde měly být publikovány také návody a tipy praktického charakteru a zajímavé oborové články týkající se marketingu v knihovnách.

Portál je dle obsahu rozdělen do šesti kategorií: Novinky, Návody, Videá, Recenze, Tipy, Takhle ano!, Takhle ne! a Nezařazené. Zatím je portál naplněn jen malým množstvím článků (nárůst jednoho až dvou článků měsíčně) a některé se nacházejí v několika kategoriích zároveň. V rámci portálu je dále veden blog a je zde zveřejněna Charta knihovníka-marketéra, heslář pojmů z marketingu a příbuzných oblastí, informace o projektu a kontaktní informace. Na pravé straně webové stránky jsou dále Štítky, tedy různě zvýrazněné tagy odkazující na jednotlivé články. Pod nimi se nachází soupis nejnovějších příspěvků, odkaz na stránku projektu na sociální síti Facebook a soupis aktuálních článků z oblasti marketingu pod názvem Novinky v marketingu, který představuje odběr novinek prostřednictvím kanálu RSS z českého elektronického portálu Marketing Journal.

Skupina studentek kolem portálu MADOK! dále uspořádala workshop zaměřený na metody propagace (Propagační metody a techniky do knihoven, Slezská univerzita v Opavě, 7. 5. 2012) a dva semináře týkající se marketingové komunikace (Jak správně komunikovat, FF MUNI, 26. 6. 2012) a tištěným propagačním materiálům (Tvorba plakátů a informačních letáků, Městská knihovna Přerov, 27. 6. 2012).

Projekt **Guerrilla Readers** je studentský projekt vyvinutý v rámci Aplikačního semináře v roce 2008, nyní pokračuje pod záštitou KISK a je dostupný z portálu www.greaders.cz. Jeho smyslem je kreativně rozvíjet a aplikovat netradiční marketingové metody k propagaci čtení a čtenářství, zavést guerilla marketing do praxe veřejných knihoven.

„*Guerillový marketing je nekonvenční forma propagace s cílem vzbuzení maximálního zájmu za použití omezeného rozpočtu*“ [Guerillový, 2011]. Je to vysoce efektivní a inovativní druh marketingu, jehož hlavní znaky jsou efektivita, nízkonákladovost, nekonvenčnost, efekt překvapení a kreativita, je vhodný pro menší a středně velké organizace [Sovová, 2010, s. 42]. Pro guerilla marketing jsou primární nikoliv peníze, ale čas, energie, představitivost, zaujetí, nápaditost a osobní angažovanost.

Původním záměrem tvůrců projektu bylo vyzkoušet jaké techniky a metody guerilla marketingu fungují v prostředí veřejných knihoven, předávat a sdílet své zkušenosti a iniciovat vzájemnou spolupráci knihoven v této oblasti (např. sdílení propagačních materiálů). Nyní se projekt profiluje širě, zajímá se o marketing a public relations, sociální sítě a nová média [Guerrilla, 2010].

Webové stránky projektu jsou rozděleny podobně jako u projektu MADOK! do předmětových kategorií: Art, Copywriting, Čtenářství, Facebook, G-marketing, GR Akce, Jak na to, Ke stažení, Knihovny, Multimédia, Nápady, Nástroje, Názory, Nezařazené, Performance, Pozvánky, Recenze, Sociální média, Sociální sítě, Trendy, Twitter a Youtube. Dále jsou zde rubriky týkající se samotného projektu, kde lze najít složky: Blog, O nás, Ke stažení, Fotogalerie, Marketing na sociálních sítích a Kontakt. Co se obsahové náplně portálu týče, nejvíce příspěvků pochází z let 2008–2010.

V rámci podpory čtenářství zaznamenala úspěch kampaň Čtenářské placky ve spolupráci s e-shopem Bad Gees, která započala v létě roku 2010 první sadou (devět čtenářských placek ve velikosti 24 mm, později také ve velikosti 37 mm). V zimě téhož roku vstoupila do výroby a distribuce druhá, desetidílná sada placek s novými čtenářskými motivy.³² Na jaře roku 2011 vznikla zatím poslední řada čtenářských placek, a to s detektivními motivy pod názvem Crime badges. Tato řada vznikla ve spolupráci Bad Gees a českou facebookovou stránkou populárního norského spisovatele detektivních románů [Jo Nesbø \(CZ\)](#).

Partnerská síť informačních profesionálů (PARTSIP) je projekt sdružující knihovníky, informační pracovníky a odborníky z akademické sféry i praxe, dostupný z portálu

³² Viz Obr. 12.

<http://www.partsip.cz/>. Jeho cílem je zahájit a podporovat spolupráci mezi institucemi, kde se vzdělávají a uplatňují informační pracovníci (tj. instituce vysokoškolského vzdělávání, výzkumné instituce a veřejný i soukromý sektor). Projekt je zacílen na akademické i neakademické pracovníky vysokých škol, pedagogické i nepedagogické pracovníky vyšších odborných škol, pracovníky výzkumných institucí a vysokoškolské studenty (především magisterského a doktorského stupně). Projekt vznikl v roce 2008 a jeho realizace probíhá v rámci Operačního programu Vzdělávání pro konkurenceschopnost.³³ Tým projektu tvoří zaměstnanci KISK a množství externích spolupracovníků. Manažerkou projektu je Mgr. Ladislava Zbiejczuková (rozená Suchá), odbornými garanty Bc. Eva Güntherová a Mgr. Tomáš Bouda, administrátorkou projektu je Bc. Veronika Krajíčková.

Pro výše zmíněné cílové skupiny pak PARTSIP pořádá vzdělávací a síťové aktivity, mezi něž patří pořádání konferencí, seminářů, stáží a workshopů, realizace kurzu Informační mediátor, tvorba interaktivního webového portálu a virtuálního prostředí pro sdílení znalostí, zpracování informačních a výukových materiálů a tvorba metodik pro další spolupráci [PARTSIP, 2008].

Jednou z jejich akcí je jednodenní konference **Library Marketing Tuesday**, zaměřená na marketingovou komunikaci v knihovnách. Konference se koná tradičně v úterý prvního zářijového týdne. První ročník se uskutečnil v roce 2011 a věnoval se tiskovému designu, vizualizaci dat, komunikaci na sociálních sítích a online propagaci, spolupráci médií, content strategy a práci s obsahem při navrhování webu, cílové skupině středoškoláků, virálnímu marketingu a marketingové strategii na sociálních sítích.

Druhý ročník konaný v roce 2012 byl zároveň jednou z posledních větších akcí PARTSIP. Tentokrát se věnoval event marketingu, vlivu knihovníků na marketéry, designu, kreativité v reklamních kampaních, návrhu uživatelského rozhraní, opět komunikaci na sociálních sítích a online propagaci, firemní vizi a komunikaci, coworkingovým centřům³⁴ a gamifikaci v knihovnách [PARTSIP, 2012].³⁵ Program připravuje a konferenci moderuje Mgr. Olga Biernátová.

³³ Operační program Vzdělávání pro konkurenceschopnost je strukturální fond Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy realizovaný v letech 2007-2013. PARTSIP byl podpořen v rámci prioritní osy 7.2 Terciální vzdělávání, výzkum a vývoj, oblast podpory 7.2.4 Partnerství a sítě. Celková částka vyplacená na konci projektu činila 3 663 340 Kč [Česko, 2012].

³⁴ Coworking je metoda práce nezávislých pracovníků v rámci určité komunity ve sdíleném pracovním prostoru nebo během neformálních coworking setkání. Coworkingová centra vznikají v České republice od roku 2009, a to především ve velkoměstech (Praha, Brno), výjimkou je Coworkingové centrum v Písku.

³⁵ Gamifikace je aplikace herních principů mimo hru, zejména na webových stránkách. Tímto způsobem si uživatelé osvojují obsah stránky, aplikace či jiné úkony, které by za jiných okolností vykonat nechtěli (ankety, průzkumy apod.).

Hosté z neziskové i komerční sféry zde aplikují své zkušenosti z praxe na oblast knihoven (především vysokoškolských). Jedním z cílů je, aby se knihovníci setkali s názory odborníků, kteří v knihovnách nikdy nepůsobili. Knihovníci se tak mohou na problematiku marketingu podívat z jiné perspektivy, inspirovat se, zkusit pracovat jinak. Ačkoliv je konference určena především pro vedoucí pracovníky knihoven a informační profesionály se zájmem o propagaci své instituce, může se jí zúčastnit kdokoliv se zájmem o nové trendy v marketingu ve spojení s knihovnami.

Informace o konferenci a registrace jsou dostupné na samostatných webových stránkách konference <http://lmt.knihovna.cz/>.

Dalším z projektů KISK je e-zin **Inflow: information journal**, odborné periodikum pro oblast informační vědy a knihovnictví dostupné z domény [Inflow.cz](http://inflow.cz).³⁶ Vznikl jako studentský elektronický časopis v lednu roku 2008. Postupně kolem sebe vytvořil komunitu studentů, oborových pracovníků a akademiků KISK a je pro ně jakousi publikační platformou. Mohou zde vzájemně sdílet informace, interaktivně komunikovat, zakládat si odborné blogy. Předsedou redakční rady je PhDr. Petr Škyřík, PhD., šéfredaktorkou Bc. Gabriela Šimková.

„Inflow.cz se snaží naplnit vizi živého a pulzujícího oborového prostoru. Proto e-zin aktivně podporuje vznik a šíření odborných článků mladých autorů a autorek, které jsou často velmi kvalitní, ale díky nedostatku příležitostí i sebevědomí tvůrců by za jiných okolností buď vůbec nevznikly, nebo by neměly šanci oslovit širší odbornou a profesní veřejnost“ [O časopisu, 2012].

Periodická část vychází sedmý den v měsíci. Pravidelnou přílohou e-zinu je tzv. experimentální internetový magazín. Ten se zaměřuje vždy na jedno aktuální téma, přispívají do něj jak studenti KISK, tak akademici. Magazín má i svou audio část, a to oborové rádio LibRa, které přináší nahrávky z konferencí, seminářů, ale i studentského života či vede rozhovory s oborově významnými osobnostmi. Inflow magazín vychází nepravidelně, cca jedenkrát za 7 až 14 dní.

Na titulní stránce e-zinu je obsah aktuálního čísla. Ten je rozdělen do několika rubrik: Editorial, Informační instituce, Informační systémy a technologie, Informační věda, Interview, Knihovny a jejich služby, Nástroje a možnosti internetu a Reportáže. Pod aktuálním číslem se nacházejí Kategorie blogů a Příspěvky z blogů. Na levé straně webu jsou umístěny Novinky na Inflow (odkaz na profil e-zinu na sociální síti Facebook), Expres (krátké zprávy, aktuality, odkazy, poukázání na zajímavé články, akce, knihy apod.), Read or Die

³⁶ E-zin, též webzin, je internetový portál zpracovaný do podoby magazínu. Obsahuje články, komentáře či rozhovory a mezi jeho výhody patří vysoká flexibilita a snazší možnost editace obsahu.

(doporučení knih), odkazy na spřízněné projekty (KISK a jeho projekty, spolky a festivaly). Pravá strana portálu obsahuje odkaz na Inflow magazín, Poslední komentáře (komentáře k článkům, blogovým příspěvkům aj.), Kalendář akcí a rubriku Vyzkoušejte, kde jsou pravidelně uváděny tipy na programy a aplikace prezentované v rámci projektu Nastroje.knihovna.cz.

5 Návrh na inovaci prezentace knih ve volném výběru, tzv. prodejní koncept

5.1 Prodejní koncept

V nizozemských knihovnách se čím dál tím více uplatňuje nový typ prezentace a rozmístění knih ve volném výběru, tzv. „retail“ neboli prodejní koncept. V městských knihovnách v Almere, Amsterdamu, Haagu, Haarlemu, Amstelveenu, Leidenu a speciální pobočce Knihovny na nádraží v Haarlemu jsem narazila na konkrétní využití této koncepce. Princip je převzat z prodejní praxe a spočívá v atraktivní prezentaci knih, při které jsou knihy vystavovány podobně jako v knihkupectvích obávkami nahoru, více výtisků jednoho titulu na hromádce na sobě. Tituly se sdružují podle tématu, autorského hlediska nebo aktuálnosti (novinky). Knihy jsou vystaveny na nižších stolcích ve volném prostoru, čtenáři je mohou brát do rukou a prohlížet, brouzdat fondem. Pokud se prezentace zaměří na konkrétní téma a shromáždí podobné tituly (např. detektivní příběhy), znamená to pro čtenáře lepší orientaci ve fondu než procházet regály a hledat tituly podle abecedy (čemuž předchází buď znalost tematiky nebo fondu knihovny a jejího katalogu). Jedná se o uživatelsky přívětivější prezentaci knih, která dokáže upoutat čtenářovu pozornost a zatraktivnit volný výběr knihovny. Nejedná se pouze o výstavky nových titulů. Nizozemské knihovny začlenily prodejní koncept jako část trvalého uspořádání volného výběru. Koncepce nesouvisí s rozmístěním fondu, lze ji začlenit do jakékoliv tematiky, nicméně nejúčinněji se osvědčila ve fondu beletrie. K jejímu uplatnění se využívá nový typ knihovnického nábytku, jakési prezentační stolky.

Prvky prodejního konceptu začala v roce 2003 mezi prvními realizovat Městská knihovna v Almere (De nieuwe bibliotheek). Knihovna tehdy plánovala vystavění nové budovy pro svou centrální pobočku. Aby dokázala co nejlépe poskytovat služby svým uživatelům a zamezila trendu poklesu čtenářů, vypracovala průzkum uživatelských skupin a jejich potřeb. Podle Margy Kleinenberg z Oddělení marketingu a komunikace výzkum potvrdil, že zaměření fondu nekoresponduje s potřebami uživatelů knihovny, navíc 80 % čtenářů navštěvovalo knihovnu bez představy, co si chtějí půjčit, a svou volbu učinili až při procházení knihovního fondu. Dalším cílem vycházejícím z průzkumu bylo prodloužit délku pobytu čtenáře v knihovně, která byla do té doby velmi omezená. Knihovna vycházela z logického předpokladu, že čím déle čtenáři zůstanou v knihovně, tím více toho uvidí, více si půjčí a budou propagovat knihovnu ve svém okolí (což by vedlo ke zvýšení počtu čtenářů). V jedné z poboček proto vytvořili jakési „obchody“, které sestávaly ze směsi beletrie a

literatury faktu. Každý „obchod“ odpovídal jedné z celkem pěti cílových skupin, každý dostal svou grafickou podobu (korespondující s celkovou image knihovny) a byl nově vybaven speciálním nábytkem.³⁷ Po vzoru knihkupectví pak byly knihy prezentovány obálkami nahoru, neboť obálka by měla čtenáře upoutat a zlákat ho k tomu, aby si vzal knihu do ruky. Výsledky použití konceptu byly navzdory počáteční nedůvěře knihovnického oboru překvapivé, mezi roky 2004 a 2009 totiž vzrostl počet čtenářů o 43 % a počet výpůjček o 21 %. Při výstavbě nové budovy bylo osloveno architektonické studio Concrete Architectural Associates, které do návrhu interiéru knihovny už implementovalo prvky prodejního konceptu.

Centrální pobočka Městské knihovny v Amsterdamu využívala koncept jak pro prezentaci novinek, tak pro tematické prezentace ve volném výběru.³⁸ Podobně pracuje s fondem Městská knihovna v Haarlemu, která v prostorách blízko vchodu do knihovny prezentuje novinky, zatímco ve volném výběru se nacházejí speciální stolky s tituly shromážděnými dle tématu.³⁹ Pokud se knihovna chystá některou ze svých poboček renovovat, uplatňuje v interiéru principy prodejního konceptu, jak uvedla ředitelka knihovny Lotte Sluysen. V Městské knihovně v Haagu se prvky konceptu objevují také v oddělení pro děti a mládež, kde jsou novinky prezentovány na speciálním stupňovitém nábytku ve tvaru pyramidy.

Ryzí užití prodejní koncepce představuje pilotní projekt Knihovny na nádraží v Haarlemu, jejíž interiér je vybudován pouze na jeho zásadách. Na rozloze pouhých 150 m² nabízí pět dní v týdnu v omezené výpůjční době (vždy v ranní a odpolední špičce) téměř dva tisíce novinek a populárních titulů, časopisů a grafických novel. Samotný fond je rozmístěn podle toho, kolik času může čtenář v knihovně strávit (půl minuty, tři minuty, pět minut a déle). Nejblíže ke vchodu jsou na nízkých stolcích umístěny tituly z kategorie *Nově v médiích* (knihy, o kterých se nyní píše), za nimi jsou tituly z žebříčku *Top 60* nejčtenějších knih v Nizozemsku. Literatura faktu je rozdělena do čtyř kategorií: *Já* (psychologie, životní styl), *Práce* (ekonomie, podnikání), *Dům* (péče o dům a zahradu, koníčky) a *Svět* (politika, historie, umění). Ty jsou umístěny ve středu místnosti za nejčtenějšími tituly a také po levé straně od vchodu na nízkých regálech, knihy v nich stojí, opět obálkou vzhůru. Nalevo od vstupu do pobočky se také nachází tři samoobslužná zařízení pro půjčování knih a jedna odkládací police pro právě vrácené knihy. Na pravé straně místnosti je umístěn výběr beletrie, knihy zde

³⁷ Viz Obr. 13.

³⁸ Viz Obr. 14.

³⁹ Viz Obr. 15.

také stojí obálkou čelem ke čtenáři, a to v kategoriích *Detektivní příběhy*, *Grafické novely*, *Literatura a Ženské romány*.⁴⁰

Prodejní koncept v takto zpracované variantě není v českém knihovnictví doposud znám, proto jsem se rozhodla zpracovat jeho zavedení na příkladu Městské knihovny v Praze.

5.2 Marketingový plán prodejního konceptu: zavedení nového typu prezentace knih ve volném výběru na příkladu Městské knihovny v Praze

1 Celkové shrnutí

Městská knihovna v Praze (MKP) je tradiční instituce a se svými třiačtyřiceti pobočkami představuje největší městskou knihovnu České republiky. Je to knihovna s univerzálním fondem, jenž je přístupný široké veřejnosti. Tehdejší Veřejná obecní knihovna královského hlavního města Prahy byla zřízena 1. července 1891 vyhláškou městské rady jako knihovna určená všem pražským občanům. V roce 2011 velkolepě oslavila 120. výročí. Její fond čítá téměř dva miliony tři sta tisíc knihovních jednotek, mezi něž patří knihy, mapy, CD a DVD nosiče, obrazy, noty, kazety, elektronické dokumenty a čtečky elektronických knih. Ročně fond narůstá přibližně o sto tisíc nových jednotek, na jejichž nákup knihovna vynakládá téměř sedmnáct milionů korun. Z celého fondu knihovna ročně provede až sedm milionů výpůjček.

Konkurenční výhodou knihovny je především její rozsáhlý knihovní fond a široká síť knihovních poboček. V městských oblastech, kde nejsou zřízeny kamenné pobočky, zajišťují služby knihovny tři bibliobusy. Od roku 2009 je možné vracet vypůjčené knihovní jednotky na jakékoliv pobočce sítě MKP. Pokud má knihovna zavřeno, je možné vracet knihovní jednotky také do biblioboxu umístěném před pobočkou MKP na Opatově. Opatovská pobočka je dále výjimečná svou službou půjčování obrazů, neboť její součástí je fond artotéky, který nabízí k zapůjčení sbírku české grafiky a umělecké reprodukce českých a světových malířů. Ústřední knihovna a pobočka v Bohnicích, která provozuje hudební oddělení, disponují digitálním pianem. Vybrané pobočky jsou vybaveny technikou pro nevidomé a slabozraké (kamerová televizní lupa a počítačový program ZoomText), a to v rámci projektu Pomáháme vám číst, který společně připravuje Městská knihovna v Praze, družstvo Spektra, v.d.n. a Sjednocená organizace nevidomých a slabozrakých ČR.

Marketingový plán je připravován pro zavedení nového typu prezentace knih ve volném výběru podle tzv. prodejního konceptu, kdy jsou knihy prezentovány podobně jako v knihkupectvích, tedy méně v regálech, zato více volně na speciálních stolcích a obálkou

⁴⁰ Viz Obr. 16.

vzhůru. Tituly se sdružují podle tématu, autorského hlediska nebo aktuálnosti (novinky). Knihy jsou vystaveny na nižších stolicích ve volném prostoru, čtenáři je mohou brát do rukou a prohlížet, brouzdat fondem. Pokud se prezentace zaměří na konkrétní téma a shromáždí podobné tituly (např. detektivní příběhy), znamená to pro čtenáře lepší orientaci ve fondu než procházet regály a hledat tituly podle abecedy (čemuž předchází buď znalost tematiky, nebo fondu knihovny a jejího katalogu). Jedná se o uživatelsky přívětivější prezentaci knih, která dokáže upoutat čtenářovu pozornost a zatraktivnit volný výběr knihovny.

Tento typ prezentace by měl být součástí trvalého uspořádání volného výběru, a to nezávisle na rozřídění fondu. Se zavedením konceptu souvisí nákup speciálního, vhodnějšího typu knihovnického nábytku.

Z hlediska strategického plánování se v tomto případě jedná o strategii intenzivního růstu, konkrétně o strategii penetrace trhu. Jejím cílem je zvýšení spotřeby současné služby (výpůjční služba) současnými zákazníky, ale tím segmentem, který konzumuje podobné služby u konkurence (např. knihkupectví) a přesvědčování těch zákazníků, kteří služby knihovny zatím nekonzumují. Nástrojem pro penetraci trhu je marketingová komunikace a efektivnější využití marketingových nástrojů na současných trzích pro současné produkty [Johnová, 2008, s. 265].

Cílem inovované prezentace knih je zatraktivnění služeb knihovny (respektive volného výběru), a to především pro nejslabší cílové skupiny knihovny, tj. čtenáře ve věku 24–30, 35–50 a 50–65 let, genderově jsou slabší skupinou čtenářů muži. Užití konceptu bylo pozorováno v městských knihovnách v Nizozemsku a jeho provoz se prokázal jako velice efektivní. Uvedení konceptu proběhně v rámci akce Týden knihoven v říjnu 2013.

2 Situační analýza

2.1 Analýza makrookolí

Analýza vlivů makrookolí se zabývá vazbami a souvislostmi, které firmu, podnik nebo celé odvětví ovlivňují. Vhodnou metodou zjištění současného stavu je tzv. PEST analýza, metoda tvorby scénářů nebo metoda „4 C“. V rámci tohoto marketingového plánu je využito PEST analýzy, která se věnuje rozboru současného stavu faktorů působících na oblast knihovnického sektoru. Jejím cílem je zhodnotit současné politicko-právní, ekonomické, socio-kulturní a technické prostředí.

1. Politicko-právní prostředí

Na činnost veřejných knihoven a oblast inovací služeb spojenými též s novou prezentací knih se vztahují následující zákony, vyhlášky a doporučení:

- Zákon č. 257/2001 Sb. o knihovnách a podmínkách provozování veřejných knihovnických a informačních služeb (knihovní zákon),
- Zákon o svobodném přístupu k informacím 106/1999 Sb.,
- Koncepce rozvoje knihoven ČR na léta 2011–2015 včetně internetizace knihoven,
- Metodický pokyn Ministerstva kultury k vymezení standardu veřejných knihovnických a informačních služeb poskytovaných knihovnami zřizovanými a/nebo provozovanými obcemi a kraji na území České republiky,
- 10 doporučení k postupu při realizaci činnosti veřejné knihovny / Aktualizujte vaše knihovny,
- Služby veřejných knihoven: směrnice IFLA/UNESCO pro rozvoj.

2. Ekonomické prostředí

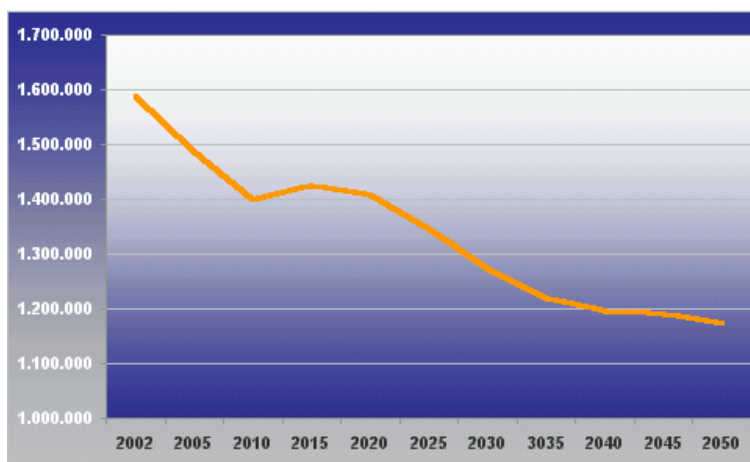
Snížená sazba DPH na knihy 14 %, od roku 2013 15 %.

Rozpočet zřizovatele (města, ministerstva kultury).

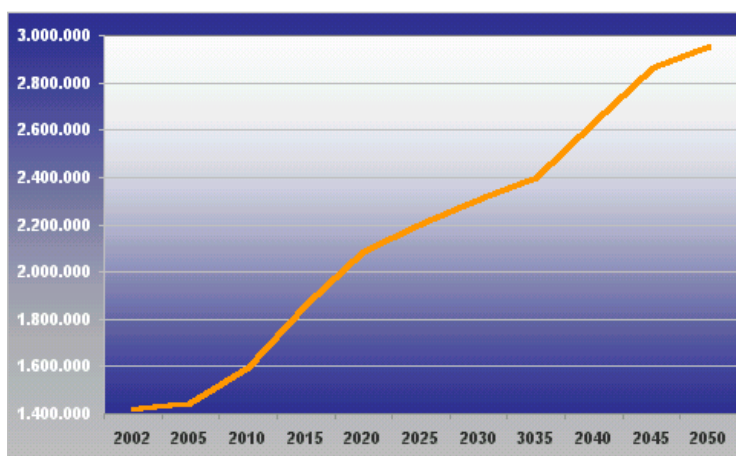
Podpora vybraných oblastí činností knihoven, účelové vynakládání prostředků formou grantů do specifických oblastí činnosti knihoven.

3. Socio-kulturní prostředí

Návštěvnost knihoven souvisí s využitím volného času, jehož ubývá s pracovní vytížeností. Podle posledního celonárodního průzkumu stavu čtenářství v České republice z roku 2010 čtenářů neubývá (v porovnání s předešlým průzkumem provedeným v roce 2007), úbytek je pozorován nejvíce ve věkové skupině 25–34 let, především v mužském pohlaví - ženy čtou a navštěvují knihovny všeobecně více [Trávníček, 2010]. Početnou čtenářskou skupinu představují lidé důchodového věku (nad 60 let), kteří disponují větším množstvím volného času. Mezi čtenáři chybí tzv. decision makers, lidé s rozhodovací pravomocí, kteří mají dostatek peněz a nemají potřebu knihovnu navštěvovat.



Graf 1: Budoucí vývoj počtu osob ve věku 0-14 let v ČR, 2002-2050 [Svobodová, 2005].



Graf 2: Budoucí vývoj počtu osob ve věku nad 65 let v ČR, 2002-2050 [Svobodová, 2005].

4. Technologické prostředí

K zabezpečení fyzických fondů knihoven jsou využívány technologie RFID čipů a čárových kódů. RFID technologie poskytuje bezdotykovou automatickou identifikaci a slouží k přenosu a ukládání dat pomocí elektromagnetických vln. Radiofrekvenční čipy jsou prepisovatelné, tj. veškerá data na nich uložená se mohou kdykoliv měnit, doplňovat a aktualizovat. Základními komponentami RFID technologie jsou radio-frekvenční čip, hardware pro přenos informací z čipu a software pro ovládání hardwaru a dekodování informací získaných z čipu. Čtecí zařízení může mít fixní podobu (např. RFID brána) nebo mobilní ve formě datového terminálu (snímač). Doplnkem systému je tzv. digitální knihovní asistent, tedy lehká ruční čtečka RFID čipů, která dokáže čip přečíst bez ohledu na orientaci dokumentů a místo, na kterém je čip nalepen. Umožňuje řadu úkonů jako např. třídění odložených a vrácených knih, vyhledávání špatně zařazených dokumentů a v neposlední řadě i snadnou a rychlou revizi fondu nebo kontrolu jednotlivých regálů (knihovnick jen obchází regály a pomocí čtečky snímá čipy jednotlivých dokumentů). Technologie RFID slouží

v knihovnách k automatizaci rutinních procesů (samoobslužné vyřízení a vrácení knihovních jednotek), umožňuje sběr informací o pohybu knihovního fondu a následně tvorbu analýzy vhodnosti využití finančních prostředků knihovny.

Systém využití čárového kódu v knihovnách byl vyvinut na konci 80. let především pro potřeby automatizované evidence výpůjček, lze jej však použít i pro jakékoliv jiné agendy, např. čtenářské průkazy. Čárový kód vyjadřuje označení knihovny a knihovní jednotky. Používá se čárový kód systému „39“ (respektive „3 z 9“), neboť umožňuje vyjádřit všech prvních 128 znaků ASCII (tj. celé základní tabulky ASCII) a tudíž má univerzálnější použití. Systém zároveň musí vyhovovat kódování v systému EAN (European Article Number). Kód EAN pro knihovní jednotku tvoří 10 číslic a skládá se ze 3 prvků. První prvek (jeden znak) vyjadřuje počet znaků použitých pro označení knihovny (signalizuje tedy velikost knihovny, čím nižší číslo tím větší fond). Druhý prvek značí číselný kód knihovny (1 až 4 znaky), vyjadřuje lokaci knihovní jednotky. Třetí prvek znamená vlastní označení konkrétní knihovní jednotky (8 až 5 znaků) v rámci dané knihovny.

Každá technologie má své výhody a nevýhody. RFID čipy poskytují větší datovou kapacitu, přepisovatelnost, lepší odolnost proti mechanickému poškození. Čárové kódy jsou levnější a nezávislé na nosiči.

2.2 Analýza mikrookolí

Analýza trhu: trh produktů a služeb, trh s informačními zdroji, využití v pobočkách veřejných, akademických, soukromých i specializovaných knihoven.

Potencionální dodavatelé komponentů pro výrobu knihovnického nábytku:

- výrobci knihovnického nábytku: Nábytek a interiéry Alax, Interiéry Toman, Truhlářství Antonín Gál, Ceiba, BCI Eurobib (prostřednictvím Ceiba), Josef Šebek – Intebo, Santal spol. s r. o., B-Credit s.r.o., Hippos Design (mobiiliář pobočky MKP Dejvická v budově Národní technické knihovny, variabilní mobiliář v Národní technické knihovně), Atak Design (mobilář interiéru knihkupectví v Ostravě a Bratislavě).
- grafický návrh potisků: Libor Jelínek (autor loga a grafického manuálu MKP), Petr Babák (studio Laboratoř, návrh loga a vizuálního stylu Národní technické knihovny).
- zhotovovatel polepů na nábytek (fóliová reklama): Galio crossmedia, Alfagraf, Grafické studio Artfocus, Resys Blansko.

Distribuce: pobočky MKP, webové stránky MKP, letáky a plakáty v knihovních pobočkách, lokální tisk (Metro, MF Dnes, Lidové noviny, Hospodářské noviny), knihovnická periodika a e-ziny (Ikaros.cz, Inflow.cz, Knihovna: knihovnická revue, Čtenář: měsíčník pro knihovny).

Financování knihoven: rozpočet zřizovatele (hl. m. Praha), Grantový systém hl. m. Prahy v oblasti kultury a umění na léta 2010–2015.

Konkurence: volný web, knihkupectví, televize, rádio, divadlo, sport, jiná kultura a využití volného času.

Možní spotřebitelé: široká veřejnost.

2.3 SWOT analýza prodejního konceptu

Silné stránky (Strengths)	Slabé stránky (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> • atraktivní prezentace knih • snadná orientace ve fondu • browsing fondu • sdružování podobných titulů (bližší současnému lidskému přemýšlení) • moderní přístup při řešení interiérů knihoven 	<ul style="list-style-type: none"> • nedostatek prostoru • finanční náročnost spojená s nákupem nábytku • nelze uplatnit na celý volný výběr (vhodný především ve fondu beletrie, u odborného fondu se neosvědčil)
Příležitosti (Opportunities)	Hrozby (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> • zaujmout slabší segmenty čtenářů • nárůst počtu nově registrovaných čtenářů • nárůst stráveného času čtenářů v knihovnách • zvýšení počtu výpůjček • nový způsob prezentace knih • nový typ knihovnického nábytku • aplikace konceptu také v dětských odděleních • popularizace knihovních služeb • zlepšení renomé knihoven v povědomí široké veřejnosti 	<ul style="list-style-type: none"> • nedostatek financí • nemožnost čerpat z grantů Ministerstva kultury ČR

2.4 Analýza zákazníků

Podle statistických údajů Městské knihovny v Praze počet čtenářů neklesá, ale vykazuje mírný stabilní růst. V roce 2009 měla knihovna 167 516 registrovaných čtenářů, v roce 2010

se počet zvedl na 179 103 registrovaných čtenářů, v roce 2011 dosáhl celkový počet registrovaných čtenářů 189 453. Každoročně tak čtenáři vykazují nárůst okolo deseti tisíc nových registrovaných čtenářů. Z celkového počtu čtenářů v roce 2011 nekonzumovalo služby knihovny 9 282 čtenářů mladších 15ti let a 365 čtenářů starších 15ti let s platným čtenářským průkazem. Nejsilnější skupinou jsou čtenáři ve věku 10–14 let (nad 3 500 čtenářů v každé věkové skupině), 18–28 let (nad 4 000 čtenářů v každé věkové skupině). Nejrychlejší tendenci růstu čtenářů má skupina 15–20 let. Nejprudší pokles čtenářů vykazuje věková skupina 23–30 let, dále pak skupina 35–45 let. Od 28. roku se počet čtenářů mírně, ale neustále snižuje, od 43. roku je v každé věkové skupině méně než 2 000 čtenářů. V populaci tvoří nejsilnější čtenářskou skupinu lidé ve věku 23 let. Ženy tvoří 66 % čtenářů knihovny, muži tvoří se 34 % menšinovou skupinu.

Segmentace zákazníků

Geografické kritérium: obyvatel Prahy a okolí.

Věkové kritérium: 23–30 let, 35–45 let, 50–65 let.

Zájem: kultura (také literatura a četba), kladný vztah k novým technologiím, záliba v trendy produktech a službách (inovace), rád tráví čas ve společnosti a stýká se s přáteli.

Cílová skupina: Muž, 30 let, není čtenářem knihovny (knihovnu nenavštěvuje, má o ní zastaralou představu), případně si knihy kupuje.

3 Marketingové cíle

Cíl 1: V říjnu 2013 uvedeme na trh inovovanou službu, nový typ prezentace knih ve volném výběru.

Účelem je zatraktivnění výpůjčních služeb zejména pro segmenty nejslabších cílových skupin a nečtenáře, kteří mají o knihovnách zastaralou představu. Knihovna je živý organismus, její fond se mění, ale je stále přístupný široké veřejnosti. Je to zároveň místo setkání, odpočinku, knihovna poskytuje zázemí s širokým spektrem informací a podporuje lidskou seberealizaci, osobní růst. Je-li vyhledávání v katalogu a potažmo v regálech pro většinu lidí obtížně, jestli tento klasický způsob uskladnění a prezentace knih neodpovídá současnému laickému uspořádání informací, může být aplikace prodejního konceptu, převzatého z praxe knihkupectví, změnou k lepšímu. Nejenom sdružování novinek na jednom místě, ale především prezentace podobných titulů na základě tématu je výzvou. Pokud by se volný výběr alespoň částečně uspořádal pouze podle tematického hlediska na základě

prodejního konceptu, zvýší se obrat výpůjček vystavených titulů, neboť lidé budou moci tímto fondem volně brouzdat, prohlížet si podobné tituly (podobně jako např. v projektu LibraryThing nebo ČteSyRád ve webovém rozhraní).

Průzkum spokojenosti a přijetí inovované služby čtenáři bude probíhat jednou měsíčně (reference od knihovníků), dále bude prováděn měsíční průzkum nárůstu návštěvnosti knihovny (viz Cíl 2). Po roce se uskuteční čtenářská anketa.

Cíl 2: Za rok získáme 100 nově registrovaných čtenářů z každé věkové skupiny nejslabších segmentů čtenářů (celkem 1700 nových čtenářů).

Nejprudší pokles čtenářů vykazuje věková skupina 23–30 let, podobný pokles se týká také skupiny 35–45 let. Záměrem je oslovit vhodnými komunikačními kanály zástupce výše uvedených nejslabších čtenářských segmentů, informovat je o novém přístupu k prezentaci knih ve volném výběru a zlákat je svou nabídkou k využívání našich služeb. V rámci propagace uváděné inovace budou publikovány tiskové zprávy (na webových stránkách knihovny a v místním tisku), novinka bude komunikována také na sociálních sítích (Facebook, Twitter). K uvedení produktu bude v knihovně vyhrazena samostatná akce v rámci Týdne knihoven v říjnu 2013, již by se měly zúčastnit osobnosti knihovnictví i veřejného kulturního života a akci by se tak dostalo publicity. Nárůst počtu registrovaných čtenářů se bude měřit měsíčně v rámci statistických údajů.

Cíl 3: Prodloužíme čas našich čtenářů strávený v knihovně.

V místech s prodejním konceptem prezentace volného výběru budou zároveň zřízena nová místa k sezení s adekvátním mobiliářem (pohovky, křesla, stolky, lampičky, automat s drobným občerstvením). Čím déle času čtenáři stráví v knihovně, tím více mohou konzumovat naše služby, případně je propagovat ve svém okolí. Propagaci služeb by měl zajistit dostatečný počet tištěných propagačních materiálů. Ve spojení s nábytkem je vhodné uvažovat nad možným sponzoringem velkých nábytkářských firem (Ikea, Kika, Möbelix). Smyslem je vytvořit pohodlné a útulné prostředí, kde se čtenáři mohou posadit, odpočinout si, prolistovat a číst knihy a časopisy, jednoduše kvalitně trávit svůj volný čas. Měření času stráveného v knihovně se bude provádět podobně jako kontrola nárůstu počtu čtenářů, tedy měsíčně v rámci statistických údajů o čtenářích, po roce bude následovat čtenářský průzkum a anketa.

4 Marketingová strategie

Produkt: inovace prezentace knih ve volném výběru podle tzv. prodejního konceptu, kdy jsou knihy prezentovány podobně jako v knihkupectvích, tedy méně v regálech, zato více volně na speciálních stolcích a obálkami vzhůru. Tituly se sdružují podle tématu, autorského hlediska nebo aktuálnosti (novinky). Knihy jsou vystaveny na nižších stolcích ve volném prostoru, čtenáři je mohou brát do rukou a prohlížet, brouzdat fondem. Jedná se o uživatelsky přívětivější prezentaci knih, která dokáže upoutat čtenářovu pozornost a zatraktivnit volný výběr knihovny. Se zavedením konceptu souvisí nákup nového, vhodnějšího typu knihovnického nábytku.

Způsob distribuce: inovativní typ prezentace volného výběru bude dostupný ve vybraných kamenných pobočkách Městské knihovny v Praze, zejména v těch, které disponují větším volným prostorem. Volný výběr zaujme návštěvníky knihovny nepřímo, pouze svou exponovaností. Druhým typem distribuce inovovaného produktu bude adresné oslovení stávajících registrovaných čtenářů prostřednictvím přímého, respektive databázového marketingu, tj. prostřednictvím e-mailových adres registrovaných čtenářů MKP.

Cena: služba je zdarma, respektive je zahrnuta do poplatku za využívání služeb MKP. Registrace nového čtenáře činí 80 Kč, poplatek za roční registrační období (12 měsíců) činí 60 Kč a cena čtenářského průkazu činí 20 Kč.

Propagace: stávající registrovaní čtenáři MKP budou informováni v elektronickém bulletinu *Kostkované noviny*, který je jednou měsíčně rozesílán na e-mailové adresy registrovaných čtenářů. Bude připravena tisková zpráva ohledně uvedení inovovaného produktu, která bude publikována na webových stránkách knihovny a v regionálním tisku (Metro, Mladá fronta DNES, Lidové noviny, Hospodářské noviny, Právo, Mladá fronta E15). K uvedení produktu se uskuteční „křest“, na který budou pozvány osobnosti z řad českého knihovnictví a veřejného kulturního života, zároveň budou pozváni zástupci tisku, aby byla zajištěna publicita produktu. V místě distribuce, tedy na pobočkách MKP, a v příbuzných institucích (Národní knihovna ČR, kulturní centra, školy) budou rozmístěny tištěné propagační materiály, tj. letáky, plakáty, záložky.

5 Akční programy

Aktivita	Cíl aktivity	Zodpovědná osoba	Začátek	Konec	Plánovaný rozpočet
Předběžný průzkum k zavedení prezentace knih podle prodejního konceptu	Čtenářský průzkum. Zjistit postavení nábytkářských firem pro knihovny a knihkupectví na trhu. Které firmy by mohla knihovna ve výběrovém řízení oslovit.	Tisková mluvčí, vedoucí Odboru služeb	Listopad 2012	Únor 2013	
Výběr vhodné pobočky	Najít nejvhodnější pobočku pro zavedení inovovaného produktu. Jednou z podmínek je dostatek prostoru. Uspořádat poradou vedoucích pracovníků jednotlivých poboček a seznámit je s novým projektem.	Hlavní knihovnice, vedoucí Odboru služeb	Leden 2013	Březen 2013	
Výběrové řízení – prezentační stoly a mobiliář (pohovky, křesla, stolky, lampičky)	Najít vhodného výrobce stolků a pultů pro prezentaci knih podle prodejního konceptu. Zjistit cenově výhodný a dispozičně vhodný nábytek, který bude doplňovat prostor prezentovaných knih.	Vedoucí Odboru služeb	Únor 2013	Duben 2013	
Nákup prezentačních stolů a mobiliáře	Nákup nábytku: 1 velký a 2 menší stoly. Nákup mobiliáře: 1 gauč, 2 křesla, 2 lampy a 4 sedací pytle, 2 konferenční stolky.	Vedoucí Odboru služeb	Květen 2013	Červenec 2013	13.700 Kč (velký stůl), 16.900 Kč (2x malý stůl), mobiliář 34.000 Kč
Pilotní provoz	Instalace prezentačních stolů a mobiliáře do vybrané pobočky. Sledovat, jak na nový typ prezentace reagují čtenáři.	Hlavní knihovnice, vedoucí Odboru služeb	Spreu 2013	Září 2013	
Slavnostní uvedení inovované služby	Umístění prezentačních stolů a doplňkového	Ředitel, tisková mluvčí, vedoucí	První týden v říjnu 2013		10.000 Kč

	nábytku do prostor vybrané pobočky. Uspořádání slavnostní zahajovací akce k zavedení nového konceptu prezentace knih.	Odboru služeb, hlavní knihovnice, vedoucí pobočky			
--	---	---	--	--	--

6 Rozpočet

Předpokládané náklady

Prezentační stoly – 13.700 Kč (1 velký stůl), 16.900 Kč (2 malé stoly) – ceny jsou bez DPH (20 %), dopravy a instalace.

Mobiliář – 10.000 Kč (pohovka), 10.000 Kč (2 křesla), 10.000 Kč (4 sedací vaky), 2.000 Kč (2 lampy), 2.000 Kč (2 konferenční stolky).

Propagační materiály – 4.000 Kč.

Křest inovované služby – 10.000 Kč (občerstvení, dekorace, oslovení zástupců médií).

Celkem 78.600 Kč.

Předpokládané tržby

Reklamní prostor – 30.000 Kč (dodavatel nábytku Ikea, dodavatel sedacích pytlů Tuli, výrobce knihovního nábytku Ceiba).

7 Systém měření a kontroly

Cíl 1: Uvedení inovovaného produktu – průběžné sledování, 1x měsíčně porada a sdílení poznatků a dojmů od knihovníků (přímý kontakt se čtenáři, zjištění jak reagují na inovaci služby), anketa na webových stránkách a v tištěné podobě na pobočce, po roce větší anketa spokojenosti.

Cíl 2: Nárůst nově registrovaných čtenářů – 1x měsíčně.

Cíl 3: Čas strávený v knihovně – 1x měsíčně, po roce čtenářský průzkum a anketa.

6 Srovnání vybraných faktorů na národní úrovni

Tato kapitola se pokusí o porovnání vybraných oblastí nizozemského a českého knihovnictví. V Nizozemsku je patrná silná centralizace a spolupráce v poskytování služeb, zatímco v některých ohledech (zejména v prezentaci služeb veřejných knihoven) je česká situace nekompaktní a roztráštěná, tedy není možné ji komplexně srovnávat a hodnotit.

Vývoj legislativního rámce

Nizozemská knihovnická legislativa je poměrně mladší než ta česká. Přestože vláda dotovala veřejné knihovny již od roku 1921, kdy byly zformulovány podmínky pro udělování grantů knihovnám, první knihovní zákon vstoupil v platnost až v roce 1975. Zákon ustanovil financování knihoven mezi stát, který plně hradil platy zaměstnanců a 20 % ostatních provozních nákladů knihoven a místní samosprávu, která platila zbylých 80 % provozních nákladů. Pokud mělo město méně než 30 000 obyvatel, byla povinna tuto část uhradit provincie. Zákon dále ustanovil vznik tzv. provinčních knihovních center, s nimiž knihovny sloužící městům pod 30 000 obyvatel museli podepsat smlouvu o poskytování služeb, zaměstnanci těchto knihoven se pak stali členy provinčních knihovních center. K deregulaci finanční podpory knihoven přispěl Zákon o sociální péči z roku 1987. V roce 1994 byl přijat zvláštní Zákon o kulturní politice, jenž se knihoven týká pouze ve dvou článcích, které ustanovují zpoplatnění knihovních služeb veřejnosti (vyjma dětí a mládeže do 18ti let) a kooperaci knihoven na národní, provinční a místní úrovni. Výši poplatků za poskytované knihovní služby stanovil Autorský zákon z roku 1996. V letech 2002–2008 platil tzv. Pakt o restrukturalizaci veřejných knihoven, jehož cílem bylo sdružování základních veřejných knihoven do větších celků obsluhujících více obcí, a tudíž poskytování kvalitnějších služeb. Poslání a zásady veřejných knihoven deklaruje Charta holandských veřejných knihoven, která byla poprvé vydána v roce 1990, druhá verze pochází z let 2010–2012.

Česká knihovnická legislativa je více konzistentní. Začala se utvářet po vzniku samostatného Československa, kdy v roce 1919 vstoupil v platnost první knihovnický Zákon o veřejných knihovnách obecních. Později se legislativa přizpůsobovala politickým poměrům, když byl v roce 1959 vydán druhý knihovnický Zákon o jednotné soustavě knihoven, jenž z knihoven vytvořil jakéhosi pomocníka socialistické výchovy, na druhou stranu se však zasloužil o vytváření knihovních sítí na různých úrovních. Po rozpadu Československa v roce 1992 nastal čas na další změnu zákona, ta přišla až v roce 2001 se zatím posledním platným Zákonem o knihovnách a podmínkách provozování veřejných knihovnických a informačních služeb (knihovní zákon, novelizován v roce 2006). Tento zákon stanovil poskytování tzv.

regionálních funkcí, jež jsou srovnatelné se službami nizozemských knihovnických center. Nizozemsko je rozděleno do územních správních celků, provincií, stejně jako je Česká republika rozdělena do krajů. Regionální funkce poskytují krajské a jimi pověřené knihovny (z krajského rozpočtu) základním knihovnám v kraji, přičemž se jedná zejména o poradenské, vzdělávací a koordinační služby, výměnné fondy a zapůjčení výměnných souborů knihovnických dokumentů. Celostátní kooperaci regionálních funkcí a vyhodnocování jejich plnění zajišťuje Národní knihovna.

Kvalitu a kvantitu poskytovaných veřejných knihovnických služeb určuje Metodický pokyn Ministerstva kultury k vymezení standardu veřejných knihovnických a informačních služeb poskytovaných knihovnami zřizovanými a/nebo provozovanými obcemi a kraji na území České republiky, který má povahu doporučení a týká se knihoven zřizovaných obcemi nebo kraji. Jeho cílem je srovnávat a kontrolovat dostupnost a kvalitu služeb, což je přínosné jak pro knihovny, tak pro jejich zřizovatele.

V roce 1999 byl vládou přijat první strategický dokument v oblasti knihoven Strategie knihoven 1999–2003, jež následovala Koncepce rozvoje knihoven na léta 2004–2010 a poslední, aktuálně platná verze Koncepce rozvoje knihoven ČR na léta 2011–2015 včetně internetizace knihoven. Koncepce se zabývá širokým spektrem aktuálních otázek současného knihovnictví, od digitalizace knihovnických fondů, přes přístup k informačním zdrojům a službám knihoven, informační gramotnosti uživatelů, marketingem služeb po rozvoj lidských zdrojů.

Zřizování knihoven

Většina nizozemských veřejných knihoven byla zřízena a funguje jako nezisková organizace (ve formě soukromých fondů nebo nadací). Knihovny tedy nejsou součástí místní samosprávy nebo komunálních služeb, ačkoliv většina finančních prostředků plyne z veřejných zdrojů (město, provincie, stát). Proto jsou knihovny jako veřejné v pravém smyslu slova otevřené široké veřejnosti. Protože jedním ze zdrojů financování jsou městské rozpočty, jež v posledních letech zaznamenávají rozsáhlé škrtky, musí nizozemské knihovny podobně jako ty české obhajovat před městskými zastupitelstvy svou pozici, význam a konkurenceschopnost.

V České republice jsou základní knihovny, tedy knihovny s univerzálním nebo specializovaným fondem, tudíž i veřejné knihovny, zřizovány příslušným orgánem obce. Správa těchto knihoven tedy spadá pod Ministerstvo vnitra České republiky. Zákon přitom umožňuje, aby základní a specializované knihovny byly zřizovány i jinými subjekty než

uvedeným příslušným orgánem obce, tedy např. jako neziskové či příspěvkové organizace. V České republice byla jako příspěvková organizace zřízena např. Moravskoslezská vědecká knihovna v Ostravě, Středočeská vědecká knihovna v Kladně, Knihovna města Olomouce, pražská Knihovna na Vinohradech (nyní je jejím zřizovatelem městská část Praha 2), jako občanské sdružení knihovna exilové a samizdatové literatury Libri prohibiti a také některé neprofesionální knihovny (Obecní knihovna Ráby, Obecní knihovna Jiřice a další).

Oborové organizace podporované vládou

Z hlediska státní podpory je nizozemské knihovnictví organizačně propracovanější. Ministerstvo školství, kultury a vědy řídí tři stěžejní oborové organizace: Asociaci veřejných knihoven (Vereniging van Openbare Bibliotheken in Nederland), Nizozemský institut veřejných knihoven (Sectorinstituut Openbare Bibliotheken) a Nadaci Bibliotheek.nl (Stichting Bibliotheek.nl). Asociace sdružuje všechny pobočky veřejných knihoven v Nizozemsku a provinční knihovní centra. V roce 2011 se sloučila s Asociací zaměstnavatelů veřejných knihoven. Roční rozpočet činí 600 milionů €. Nizozemský institut veřejných knihoven koordinuje v rámci národní strategie všechny plány zaměřené na obnovu a posílení knihovnického sektoru. Jeho základními úkoly jsou mezinárodní propagace a reprezentace, informace, reflexe, diskuze a vzdělávání, harmonizace a koordinace knihovnického sektoru a adaptace četby pro nevidomé a zrakově postižené. Tyto úkoly jsou plněny v sedmi samostatných programech a množství jejich podprogramů. Cílem Nadace Bibliotheek.nl je řízení a správa národní digitální knihovny, jež vzniká za spolupráce veřejných knihoven. Zajišťuje centralizovaný přístup k veřejným zdrojům s cílem jejich efektivního využití a rozvoje digitálních služeb. Aktivita nadace jsou rozděleny do pěti oddělení, převládá zde správa digitálního repozitáře Bibliotheek.nl, dalším velkým projektem je vývoj a správa národního loga, do kterého se mohou veřejné knihovny dobrovolně přihlásit.

Výše zmíněný institut i nadace jsou financovány Ministerstvem školství, kultury a vědy, a to jedním rozpočtem, který následně institut přerozděluje. Rozpočet institutu není znám, ovšem roční rozpočet nadace čítá okolo 20 milionů €. Je důležité zdůraznit, že vláda financuje zvláště nadaci a zvláště knihovny, které se rozhodnou do národní informační infrastruktury zapojit.

V České republice je jediným vládním orgánem pro oblast knihovnictví Ústřední knihovnická rada, jež plní funkci poradního, iniciativního a koordinačního orgánu Ministerstva kultury ČR a jejíž existence je ukotvena také v Zákoně o knihovnách a podmínkách provozování veřejných knihovnických a informačních služeb (knihovní zákon).

Tento zákon říká, že funkcí rady je vyslovovat se ke stanovení prioritních oblastí pro poskytování dotací (konkrétně především pro program VISK).

Podobnou funkci jako má Nizozemský institut veřejných knihoven vykonává v českém prostředí Knihovnický institut při Národní knihovně. Ten zpracovává koncepční, metodické a normativní podklady pro organizační výstavbu a funkční rozvoj VKIS v České republice, poskytuje poradenské, konzultační a expertní služby knihovnám, zejména veřejným, a informačním pracovištím i jejich zřizovatelům (prostřednictvím Referátu pro analýzu a koordinaci VKIS), realizuje průzkumy, v rámci oddělení vzdělávání poskytuje mimoškolní vzdělávání pracovníků knihoven.

Benchmarking knihoven

Asociace veřejných knihoven v Nizozemsku začala vyvíjet benchmarkingový výzkum jako nástroj k porovnávání kvalitativních a kvantitativních ukazatelů knihoven od roku 2006. Celkem hodnotí čtyřicet šest indikátorů v oblastech knihovního fondu, přístupu k informacím, řízení, pracovního prostředí, pracovníků, síťovém partnerství, poskytovaných programech a nabídce služeb a image. Data poskytovaná knihovnami se slévají do jednotného datového skladu (Branche Informatie Systeem, BIS), jenž se od roku 2012 zdokonaluje a v budoucnu bude maximálně využívat dat z Nadace Bibliotheek.nl.

Benchmarkingový průzkum vysokoškolských knihoven provádí Královská knihovna jednou za čtyři roky (naposledy v letech 2006–2010, celkem třináct vysokoškolských knihoven).

Veřejné knihovny mají možnost zakoupit si výzkumnou platformu pro benchmarking knihoven BiebPanel od provinčního knihovního centra ProBiblio. Služba čtyřikrát ročně analyzuje data získaná od zapojených knihoven (v roce 2012 bylo zapojeno třicet šest knihoven z celého Nizozemska s více než 20 000 čtenáři). Účelem služby je pomoci knihovnám porozumět potřebám svých čtenářů, jedná se o zdroj přímé zpětné vazby a slouží k porovnávání výsledků mezi knihovnami. Zástupci zapojených knihoven se dvakrát ročně scházejí a konzultují své výsledky. Nizozemský institut pro veřejné knihovny uznal BiebPanel jako alternativu ke standardnímu průzkumu spokojenosti zákazníků v rámci certifikace nizozemských knihoven.

V České republice probíhá projekt Benchmarking knihoven od roku 2005 pod garancí Knihovnického institutu Národní knihovny ČR. Projektu se může účastnit jakákoliv veřejná knihovna bez ohledu na svou velikost, základní podmínkou je schopnost poskytnout kompletní statistická data o činnosti knihovny (včetně ekonomických údajů). Porovnává se

celkem 29 indikátorů (v oblastech podmínek pro činnost knihovny, uživatelů a služeb a financování, výdajů a efektivity) [Richter, 2009]. V roce 2012 bylo do projektu zapojeno 183 veřejných a vědeckých knihoven různých velikostí. Národní knihovna se při přípravě projektu inspirovala německou předlohou Der Bibliotheksindex, který slouží pro porovnávání výkonů veřejných i specializovaných německých knihoven.

Národní knihovní karta

V roce 2004 vznikla jako společný projekt Asociace veřejných knihoven v Nizozemsku, NBD Biblion a projektového týmu odborníků na informační a komunikační technologie z ICT Expertisecentrum LAURENS jednotná národní knihovní karta (de Nationale Bibliotheekkaart). Účast v projektu je dobrovolná, přihlásit se a aplikovat celonárodně platnou knihovní kartu může jakákoliv veřejná knihovna v Nizozemsku. Každému čtenáři je přiděleno jedinečné identifikační číslo, jež umožňuje rozpoznat čtenáře v kterékoliv knihovně v zemi a pomáhá rozvíjet online služby, např. v rámci jednotné brány veřejných knihoven Bibliotheek.nl. Při přípravě projektu se vycházelo z předchozích neúspěšných snah o zavedení národního čtenářského průkazu, a vznikl tak soubor zásad, o něž se projekt opíral. Karta obsahuje povinné prvky – číslo čtenáře, čárový kód a identifikátor ISIL (International Standard Identifier for Libraries and related organizations, tedy Mezinárodní standardní číslo knihoven a spřízněných organizací), který je registrován jako mezinárodní standard ISO 15511:2011. Kombinací čísla ISIL a čísla čtenáře vzniká světově jedinečné číslo, pod jehož záštitou mohou čtenáři využívat služeb knihoven (též prostřednictvím vzdáleného přístupu). Nizozemská čísla ISIL pro veřejné knihovny spravuje, generuje a přiděluje Asociace veřejných knihoven v Nizozemsku.

České knihovny o zavedení jednotného čtenářského průkazu uvažují, ale zatím jen rámcově. V rámci projektu Centrálního portálu českých knihoven Knihovny.cz se zvažuje jednotná autentizace uživatelů prostřednictvím služby MojeID [Ponert, 2012]. Pomocí této služby by se čtenář mohl registrovat v libovolné knihovně a prokazovat se stejným ověřovacím identifikačním číslem v jakékoliv jiné knihovně. V České republice je nejčastější formou jednotného průkazu jeden čtenářský průkaz pro všechny pobočky konkrétní městské knihovny (především v případech velkých veřejných knihoven, např. v Praze, Brně, Hradci Králové či Karlových Varech). Městská knihovna v Praze poskytuje zřízení čtenářského průkazu také jako aplikaci na čipové kartě Opencard pro Pražany a návštěvníky Prahy. Vysokoškolské knihovny mají možnost využít studentskou čipovou kartu ISIC k jednotlivým záznamům o čtenářích, ale bez možnosti sdílení identit.

Národní logo veřejných knihoven

Národní logo veřejných knihoven *de Bibliotheek* vzniklo v roce 2009 v rámci marketingového oddělení Nadace Bibliotheek.nl, jež má na starost tvorbu, propagaci a distribuci národního knihovního loga a s ním spjatého jednotného vizuálního stylu (korporátní identity). Jeho cílem je jednotný a dobře zapamatovatelný vzhled, značka, která jasně označí veřejné knihovny. Knihovna má být platformou, kde uživatel najde vše na jednom místě, je to pokladnice vědomostí, místo, kde se lidé seberealizují a rozvíjejí. Tvorbě loga předcházela diskuse s veřejnými knihovnami, ty se mohly k přijetí loga přihlásit, vyjádřit své názory a připomínkovat zrod loga na speciálním portálu <http://www.landelijkehuisstijl.nl>. V rámci tvorby národního loga proběhl rozsáhlý výzkum uživatelských potřeb (Consument Inside Traject), na jehož základě vznikl tzv. *inspiring guide*, který se stal výchozím dokumentem pro nakládání s logem (jak a kde je používat a nepoužívat, v jaké velikosti apod.). Na zmíněném webovém portálu si po přihlášení mohou knihovny stahovat podklady pro propagační materiály, které mohou dle svých potřeb upravit a vytisknout, případně nechat je v mutaci své knihovny nechat vytisknout přímo v nadaci.

Od roku 2009 se k národnímu logu připojilo na 80 % veřejných knihoven, které jsou speciálně financovány státem za zapojení do národní infrastruktury a používání jednotného loga. K logu se připojují především menší městské veřejné knihovny, neboť u nich by byly náklady za vlastní logo vysoké, zato velké veřejné knihovny, jako v Amsterdamu nebo Haagu, si ponechávají vlastní logo. Často se jedná o loga, která byla uvedena před jednotnou národní variantou, jsou poměrně mladá, ale zavedená. Tyto knihovny přesto s Nadací Bibliotheek.nl spolupracují a podílejí se na různých národních kampaních, které Nadace pořádá.

V České republice se jednotný vizuální styl veřejných knihoven řeší v rámci Koncepce rozvoje knihoven ČR na léta 2011–2015 včetně internetizace knihoven, konkrétně v cíli č. 19 (Podporovat marketingové aktivity centrálních i lokálních služeb systému knihoven). Jedním z dílčích cílů je „zajistit výkon marketingových aktivit a public relations systému knihoven a VKIS na centrální úrovni“, další dílčí cíl si klade za úkol „poskytovat marketingový servis knihovnám, které si nemohou v oblasti marketingu dovolit vlastní profesionální zázemí [Česko, 2011b, s. 26].“ Oba cíle by se mohly inspirovat nizozemským příkladem, který zatím zaznamenává pozitivní ohlasy, ovšem vyžaduje aktivní zapojení vlády a jejích finančních prostředků.

Se sjednocením vizuálního stylu veřejných knihoven lze spojit také nový projekt centrálního portálu českých knihoven Knihovny.cz, jehož záměr je podobný jako u

nizozemského portálu Bibliotheek.nl, tedy poskytovat informace a přístup k požadovaným dokumentům v tištěné i digitální podobě kdykoliv, kdekoliv a odkudkoliv.

Oddělení marketingu a komunikace v knihovnách

V organizačních strukturách nizozemských veřejných knihoven jsou zakotvena oddělení marketingu a komunikace. Jejich pracovníci jsou především marketéři se vzděláním ekonomického či marketingového charakteru, knihovníci spíše ojediněle. Velikost oddělení závisí na velikosti knihovny a počtu poboček, od jednoho zaměstnance (sdružení knihoven Amstelland Bibliotheken), přes čtyři (Městská knihovna a kulturní centrum v Leidenu), po osm (Městská knihovna v Amsterdamu) až devět pracovníků v oddělení marketingu a komunikace (Městská knihovna v Haagu).

Městská knihovna v Praze má svou tiskovou mluvčí v rámci Oddělení komunikace, která se stará o kontakt s médii a sdělovacími prostředky. Knihovna města Ostravy vede ve své organizační struktuře Oddělení vztahů s veřejností a propagace, ve kterém pracují dva zaměstnanci.

Většina českých městských knihoven nemá žádné přímo určené marketingové oddělení. Na marketingu se většinou podílejí všichni zástupci jednotlivých oddělení, kdy každý propaguje služby, které má na starosti. V rozdílné situaci jsou knihovny působící na národní úrovni (Národní knihovna ČR – Oddělení PR a marketingu, Národní technická knihovna – Oddělení marketingu a vzdělávání, Národní lékařská knihovna – Odbor knihovnicko-informačních služeb a komunikace) či akademické knihovny (Knihovna Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně), které disponují odděleními marketingu a komunikace.

7 Závěr

Tato diplomová práce zpracovává problematiku prezentace veřejných knihovních služeb veřejnosti a představuje současný stav poznání v této oblasti z dostupných zdrojů a literatury. Po úvodní části následuje kapitola věnující základním otázkám marketingové komunikace ve veřejných knihovnách, osvětluje komunikační mix a základní prostředky, jejichž prostřednictvím komunikují knihovny své služby uživatelům. Třetí kapitola je nejobsáhlejší a snaží se shrnout současný stav nizozemského knihovnictví se zaměřením na veřejné knihovny. Analyzována je tamní legislativa, postavení veřejných knihoven a působení oborových organizací. Především část týkající se oborových organizací se zaměřuje na marketingovou podporu a spolupráci v souvislosti s veřejnými knihovnami, kde byly mimo jiné zjištěny některé velice funkční metody marketingové komunikace v knihovnách, jenž se prozatím v českém prostředí neprosadily, a to forma telemarketingu a přímý marketing prostřednictvím e-mailové pošty v duchu tzv. *customer relationship management*, který řídí celý proces e-mailové komunikace s uživateli knihoven. Čtvrtá kapitola se v podobném duchu jako kapitola předchozí zabývá českým knihovnictvím, ovšem je kratší a stručnější, neboť většina faktů ohledně knihovnické legislativy a oborových organizací je oborové veřejnosti blíže známa. Pátá kapitola představuje inspiraci v poznacích z nizozemského knihovnictví, které byly podloženy studijní cestou po nizozemských veřejných knihovnách a oborových organizacích. Jedním z nejvíce patrných prvků, které se v posledních letech v nizozemských knihovnách uplatňují, je tzv. prodejní koncept ve volném výběru. Jedná se o nový přístup v prezentaci knih, inspirovaný komerčním obchodem (na knižním trhu se tento princip uplatňuje v knihkupectvích). Pro výklad a implementaci prodejního konceptu byl zpracován samostatný marketingový plán, jenž by měl sloužit jako podnět pro zavedení tohoto přístupu, jakožto trvalou součást prostorového řešení volného výběru v českých veřejných knihovnách. Marketingový plán byl vytvořen na případě Městské knihovny v Praze. Závěru předchází předposlední, šestá kapitola, a to srovnání vybraných prvků nizozemského a českého knihovnictví na národní úrovni. Srovnán byl knihovnický legislativní rámec, možnosti zřizování veřejných knihoven, stav vládní podpory oborových organizací, stav benchmarkingu knihoven, národní knihovní průkaz, jednotné logo veřejných knihoven a organizační zabezpečení marketingových oddělení ve veřejných knihovnách.

Ze závěrečného srovnání vychází zajímavá souvislost mezi již existujícími a fungujícími nizozemskými projekty centrálního portálu veřejných knihoven *Bibliotheek.nl*, jednotným vizuálním stylem *de Bibliotheek* a všeobecně centralizací služeb na národní úrovni, na které se v České republice začalo pracovat v roce 2012 v souvislosti s Konceptí rozvoje knihoven

ČR na léta 2011–2015 včetně internetizace knihoven. Jednotný knihovní portál se řeší v rámci cíle č. 6 (Vytvořit jednotné rozhraní systému knihoven s cílem zprostředkování všech nabízených služeb z každé knihovny), centralizace marketingových služeb a vizuálního stylu knihoven řeší cíl č. 19 (Podporovat marketingové aktivity centrálních i lokálních služeb systému knihoven). Každý cíl řeší samostatná pracovní skupina, do roku 2015 by měly jednotlivé cíle mít své řešení a do roku 2020 by měl být stav v porovnání s vytýčenými cíli koncepce ideální.

Cílem této diplomové práce nebylo zhodnotit komplexní stav současného českého a nizozemského knihovnictví. Účelem bylo nalézt inspiraci k inovaci služeb českého knihovnictví a doufám, že se to alespoň částečně podařilo a tato práce bude přínosná především v ohledu kooperace knihoven na národní úrovni, centralizace služeb nebo vizuální prezentace městských knihoven.

Seznam použité literatury

Anne Rube: *directeur-bestuurder ProBiblio* [online], 2011. Mountain View (Kalifornie): LinkedIn Corporation, c2011, [cit. 2012-07-01]. Dostupný z: <http://nl.linkedin.com/pub/anne-rube/24/547/328>.

BIERNÁTOVÁ, Olga, 2010. *Propagace knihoven a komunikace s uživatelem na Facebooku*. Brno, 2010 [cit. 2012-11-15]. Diplomová práce (Mgr.). Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Petr Škyřík. Dostupné také z: <http://theses.cz/id/1rwt59/>.

BIERNÁTOVÁ, Olga, 2011. Marketing Knihovny UTB ve Zlíně. *Inflow: information journal* [online]. 2011, roč. 4, č. 2 [cit. 2012-06-20]. ISSN 1802-9736. Dostupný z: <http://www.inflow.cz/marketing-knihovny-utb-ve-zline>.

BURGETOVÁ, Jarmila a Vít RICHTER, 2008. Minulost, přítomnost a budoucnost SKIP. In: *40. výročí založení Svazu knihovníků a informačních pracovníků ČR (SKIP): slavnostní setkání u příležitosti 40. výročí založení SKIP spojené s konferencí „Profese: knihovník“* [online]. Praha: SKIP, 2008 [cit. 2012-08-13]. Dostupný z: <http://skip.nkp.cz/akc40Vyroci.htm>.

ČADILOVÁ, Kateřina, 1993. *Public relations v knihovnách: studijně rozborová zpráva*. 1. vyd. Praha: SKIP, 1993. 30 s. Aktuality SKIP; sv. 4. ISBN 80-900919-6-2.

ČECH, Martin, 2008. Web 2.0 jako základní kámen Library 2.0. In: *Library 2.0 - Knihovna 2.0 : možnosti využití webu 2.0 v prostředí knihoven* [online]. c2008 Creative Commons Attribution-Noncommercial-Share Alike 3.0 Unported License [cit. 2012-06-20]. Webový projekt vychází z bakalářské práce LIBRARY 2.0 – možnosti využití technologií Webu 2.0 pro zlepšení služeb knihovny. Dostupný z: <http://library20.webnode.cz/library-2-0-knihovna-2-0/web-2-0-jako-zakladni-stavebni-kamen-library-2-0-knihovny-2-0/>.

ČERMÁK, František a Zdenka HRNČÍŘOVÁ, 1997. *Nizozemsko-český slovník = Nederlands-Tsjechisch woordenboek*. V nakl. Leda vyd. 1. Voznice: Leda, 1997. 1039 s. ISBN 80-85927-12-8.

ČESKO, 2001. Zákon č. 257 ze dne 29. června 2001 o knihovnách a podmínkách provozování veřejných knihovnických a informačních služeb (knihovní zákon). In: *Sbírka zákonů České republiky*. 2001, částka 98, s. 5683-5688. ISSN 1211-1244. Dostupný také ve formátu PDF z: <http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/2001/sb098-01.pdf>. Úplné znění zákona se zapracováním všech novel přijatých do června 2006 dostupné z: http://knihovnam.nkp.cz/sekce.php3?page=03_Leg/01_LegPod/Zakon257.htm.

ČESKO. MINISTERSTVO KULTURY, 2011a. *Metodický pokyn Ministerstva kultury k vymezení standardu veřejných knihovnických a informačních služeb poskytovaných knihovnami zřizovanými a/nebo provozovanými obcemi a kraji na území České republiky*. 2011. 9 s. Dostupný z: http://knihovnam.nkp.cz/docs/VKIS/MK_standard_VKIS_2011.pdf?PHPSESSID=8e6d225c1fc0f7b74cb1453416447358.

ČESKO. MINISTERSTVO KULTURY, 2011b. *Koncepce rozvoje knihoven ČR na léta 2011-2015 včetně internetizace knihoven*. 2011. 35 s. Dostupný z: http://www.mkcr.cz/assets/literatura-a-knihovny/Koncepce_rozvoje_knihoven_2011-2015.pdf.

ČESKO. MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY, 2012. *Strukturální fondy. OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost. Seznam příjemců OP VK. Indikativní tabulka se seznamem příjemců v rámci OP VK.xls* [online]. Praha: MŠMT, c2006-2012 [cit. 2012-08-30]. Dostupný z: <http://www.msmt.cz/strukturalni-fondy/souhrny-seznam-prijemcu-financi-pomoci>.

ČESKOSLOVENSKO, 1959. Zákon ze dne 9. července 1959 č. 53/1959 Sb., O jednotné soustavě knihoven (knihovnický zákon). In: *Sbírka zákonů Republiky československé*. 1959, částka 22, s. 170-173. Dostupný také ve formátu PDF z: <http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1959/sb22-59.pdf>.

DAS, Henk, 2011. *NBD Biblion: a joint venture of booksellers, libraries & publishers* [online]. [Leidschendam], Mai 2011. 34 s. Powerpointová prezentace k přednášce pronesené v listopadu 2011 v Městské knihovně v Lublani. Dostupné z: <http://www.drustvo-zaloznikov.si/pdf/phdsep11.pdf>.

De Nationale Bibliotheekkaart: migratiestrategieën: versie 1.0 [online], 2005. [Leidschendam: NBD Biblion, po 2004]. Dostupný ve formátu PDF z: <http://www.nbdbiblion.nl/tools/Default.asp?leesanoniem=/nbdbiblion/Documenten/migratie.nbk.pdf>.

DEBEIJ, Jos, 2006. Veřejné knihovny - jejich spolupráce, struktura služeb. In: *Knihovny současnosti 2006*. Brno: Sdružení knihoven ČR, 2006, s. 457-464. ISBN 80-86249-41-7.

GILL, Philip (ed.), 2002. *Služby veřejných knihoven: směrnice IFLA/UNESCO pro rozvoj*. Praha: Svaz knihovníků a informačních pracovníků ČR, 2002. 127 s. Aktuality SKIP, sv. 20. Dostupný také z: http://www.nkp.cz/o_knihovnach/konsorcia/skip/ifla.pdf. ISBN 80-85851-14-8.

GOOGLE Inc., 2012. *Google Překladač* [webová aplikace]. Mountain View (Kalifornie): Google, Inc., [c2012, cit. 2012-11-13]. Dostupný z: translate.google.cz.

GUERRILLA READERS (autorský tým), 2010. Projekt GR. In: *Guerrilla Readers* [online]. Brno: Guerrilla Readers, 2010 [cit. 2012-08-29]. Dostupný z: <http://www.greaders.cz/o-nas/projekt-gr/>.

Guerillový marketing, 2011. In: *Wikipedie: otevřená encyklopedie* [online]. San Francisco (Kalifornie): Wikimedia Foundation, 2001- , stránka naposledy editována 23. 12. 2011 [cit. 2012-08-29]. Česká verze. Dostupné z: http://cs.wikipedia.org/wiki/Guerillov%C3%BD_marketing.

HANRATH, Jan David a Wilco de GIER, 2004. *De Nationale Bibliotheekkaart: de haalbare kaart: versie 1.0 (definitief)* [online]. [Heerlen: ICT Expertise Centrum, 2004]. 27 s. Dostupný z: <http://dcr.bibliotheek.nl/binaries/content/assets/stichting/rfid/de-haalbare-kaart.pdf>.

JOHNOVÁ, Radka, 2008. *Marketing kulturního dědictví a umění: [art marketing v praxi]*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008. 284 s. ISBN 978-80-247-2724-0.

JUROVSKÝ, Anton a Matej ZÁCHENSKÝ, 1956. *Názorná propagácia v knižnici*. Martin: Matica slovenská, 1956. 106 s.

Koncepce rozvoje knihoven v České republice na léta 2004 až 2010, 2004. *Národní knihovna: knihovnická revue*. 2004, roč. 15, č. 3, s. 123-151. ISSN 1214-0678. Dostupný také z: <http://knihovna.nkp.cz/nkkr0403/0403123.html>.

KONINKLIJKE BIBLIOTHEEK (Nizozemsko), 2012a. Libraries and related organizations in the Netherlands. In: *Koninklijke Bibliotheek: national library of the Netherlands* [online]. Den Haag: Koninklijke Bibliotheek, [c2012, cit. 2012-04-15]. Dostupný z: <http://kb.nl/en/expertise/for-libraries/guide-to-libraries-and-documentation-services/the-netherlands>.

KONINKLIJKE BIBLIOTHEEK (Nizozemsko), 2012b. The Koninklijke Bibliotheek in a nutshell. In: *Koninklijke Bibliotheek. National library of the Netherlands* [online]. Den Haag: Koninklijke Bibliotheek, [c2012, cit. 2012-04-15]. Dostupný z: <http://www.kb.nl/en/organization-and-policy/kb-in-a-nutshell>.

KOREN, Marian, 2006a. Holandské knihovnické spolky a asociace. In: *Knihovny současnosti 2006*. Brno: Sdružení knihoven ČR, 2006, s. 457-464. ISBN 80-86249-41-7.

KOREN, Marian, 2006b. Legislativní rámec veřejných knihoven v Holandsku. In: *Knihovny současnosti 2006*. Brno: Sdružení knihoven ČR, 2006, s. 427-433. ISBN 80-86249-41-7.

MASARYKOVA UNIVERZITA. KABINET INFORMAČNÍCH STUDIÍ A KNIHOVNICTVÍ, 2012a. *Informace o KISK* [online]. Brno: Masarykova univerzita, c2004-2012 [cit. 2012-08-21]. Dostupný z: <http://kisk.phil.muni.cz/informace-o-kisk>.

MASARYKOVA UNIVERZITA. KABINET INFORMAČNÍCH STUDIÍ A KNIHOVNICTVÍ, 2012b. *Knihovna.cz: o projektu* [online]. Brno: Masarykova univerzita, c2011 [cit. 2012-08-21]. Dostupný z: <http://www.knihovna.cz/o-projektu.php>.

MĚSTSKÁ KNIHOVNA (Praha, Česko), 2010. Služby. In: *Městská knihovna v Praze* [online]. Praha: Městská knihovna v Praze, c2010 [cit. 2012-06-18]. Dostupný z: <http://www.mlp.cz/cz/sluzby/>.

MORAVSKÁ ZEMSKÁ KNIHOVNA (Brno, Česko), MASARYKOVA UNIVERZITA. Kabinet knihovnictví, 2011a. O Webovkách. In: *Webovky.knihovna.cz* [online]. Brno: Moravská zemská knihovna: KISK MU, c2010-2011 [cit. 2012-06-21]. Dostupný z: <http://webovky.knihovna.cz/o-webovkach/>.

MORAVSKÁ ZEMSKÁ KNIHOVNA (Brno, Česko), MASARYKOVA UNIVERZITA. Kabinet knihovnictví, 2011b. Co můžete mít na webu? In: *Webovky.knihovna.cz* [online]. Brno: Moravská zemská knihovna: KISK MU, c2010-2011 [cit. 2012-06-21]. Dostupný z: <http://webovky.knihovna.cz/tipy-triky/uzitecne-tipy/co-muzete-mit-na-webu/>.

NÁRODNÍ KNIHOVNA ČESKÉ REPUBLIKY, 2012. Knihovnický institut (KI). In: *Informace pro knihovny: portál Knihovnického institutu Národní knihovny ČR* [online]. Praha: Národní knihovna ČR, 2012-07-13 [cit. 2012-11-29]. Dostupný z: http://knihovnam.nkp.cz/sekce.php3?page=01_Knihovnický_inst.htm&PHPSESSID=6e11824e8917670bb39455857203c426.

NBD Biblion in the Netherlands Selects Primo and Aleph by Ex Libris [online], 2009. Jerusalem: Ex Libris Ltd., 2009 [cit. 2012-06-04]. Dostupný z:

http://www.exlibrisgroup.com/default.asp?catid={5FD5A4BC-85D9-4EC4-8D75-49F2F5A84A51}&details_type=1&itemid={290FF67B-289A-4320-94D7-2E5C6B2D9872}.

NBD BIBLION, 2011. *De Nationale Bibliotheekkaart: een kaart met allure* [online]. Leidschendam: NBD Biblion, [2011]. 6 s. Dostupný ve formátu PDF z: <http://www.nbdbiblion.nl/tools/Default.asp?leesanoniem=/nbdbiblion/Documenten/brochure.nbk.pdf>.

NBD BIBLION, 2012. Leveringsvoorwaarden. In: *NBD Biblion* [online]. [Leidschendam]: NBD Biblion, c2012 [cit. 2012-06-04]. Dostupný z: <http://www.nbdbiblion.nl/product/leveringsvoorwaarden>.

Nizozemské provincie. In: *Wikipedie: otevřená encyklopedie* [online]. San Francisco (Kalifornie): Wikimedia Foundation, 2001- , stránka naposledy editována 26. 1. 2012 [cit. 2012-04-15]. Česká verze. Dostupné z: http://cs.wikipedia.org/wiki/Nizozemsk%C3%A9_provincie.

Nizozemsko. In: *Wikipedie: otevřená encyklopedie* [online]. San Francisco (Kalifornie): Wikimedia Foundation, 2001- , stránka naposledy editována 27. 4. 2012 [cit. 2012-04-15]. Česká verze. Dostupné z: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Nizozemsko>.

O časopisu, 2012. In: *Inflow: information journal* [online]. Brno: Kabinet informačních studií a knihovnictví, c2007-2012 [cit. 2012-09-03]. ISSN 1802-9736. Dostupný z: <http://www.inflow.cz/poslani-casopisu>.

OCLC and Bibliotheek.nl to include complete collections of Dutch public libraries in shared cataloguing system [online], 2012. Dublin, Ohio : OCLC, c2012 [cit. 2012-05-13]. Dostupný z: <http://www.oclc.org/news/releases/2012/201215.htm>.

OPÁLKOVÁ, Markéta. OPACy nové generace I – AquaBrowser a WorldCat Local. *Ikaros* [online]. 2009, roč. 13, č. 10 [cit. 31.05.2012]. URN-NBN:cz-ik5741. ISSN 1212-5075. Dostupný z: <http://ikaros.cz/node/5741>.

OPENBARE BIBLIOTHEEK AMSTERDAM, 2012a. Free internet only for OBA-members. In: *Openbare Bibliotheek Amsterdam* [online]. Amsterdam: Openbare Bibliotheek Amsterdam, 2012, [cit. 2012-04-23]. Dostupný z: http://www.oba.nl/index.cfm/t/Free_internet_only_for_OBA_members/objectid/52B7A287-FE92-A89F-40273B2333E97BD1/vid/4966C44C-B589-189D-4709FECEC75C8BB0/containerid/666415AA-C09F-296A-61DB669427684CB2/displaymethod/display_news.

OPENBARE BIBLIOTHEEK AMSTERDAM, 2012b. Rates 2012. In: *Openbare Bibliotheek Amsterdam* [online]. Amsterdam: Openbare Bibliotheek Amsterdam, 2012, [cit. 2012-04-24]. Dostupný z: http://www.oba.nl/index.cfm/t/Rates_2012/vid/31DC99DB-9AAE-5A23-A754124679AB9267.

PARTSIP (autorský tým), 2008. O projektu. In: *Partsip* [online]. Brno: Partsip.cz, 2008 [cit. 2012-08-30]. Dostupný z: <http://partsip.cz/o-projektu/o-projektu>.

PARTSIP (autorský tým), 2012. Přednášející 2012. In: *Library Marketing Tuesday* [online]. [Brno]: Partsip.cz, 2012 [cit. 2012-08-30]. Dostupný z: <http://lmt.knihovna.cz/rocnik-2012/prednasejici/>.

PiCarta, 2012. In: *Wikipedia: de vrije encyclopedie* [online]. San Francisco (Kalifornie): Wikimedia Foundation, 2001- , laatst bewerkt op 20 jan 2012 [cit. 2012-04-25]. Nizozemská verze. Dostupné z: <http://nl.wikipedia.org/wiki/PiCarta>.

PONERT, Radim, 2012. Knihovníci doporučují MojeID. In: *.blog* [online]. 2012-09-19 [cit. 2012-11-3]. Dostupné z: <http://blog.nic.cz/2012/09/19/knihovnici-doporucuji-mojeid/>.

ProBiblio, 2011. In: *Wikipedia: de vrije encyclopedie* [online]. San Francisco (Kalifornie): Wikimedia Foundation, 2001- , laatst bewerkt op 10 aug 2011 [cit. 2012-07-01]. Nizozemská verze. Dostupné z: <http://nl.wikipedia.org/wiki/ProBiblio>.

PROBIBLIO, 2012a. Marktonderzoek. In: *ProBiblio* [online]. Hoofddorp: ProBiblio, [2012, cit. 2012-07-01]. Dostupné z: <http://www.probiblio.nl/producten--diensten.aspx?marcom=356>.

PROBIBLIO, 2012b. Organisation. In: *Airport Library* [online]. Hoofddorp: ProBiblio, c2012, [cit. 2012-07-04]. Dostupné z: <http://www.airportlibrary.nl/en/organisation.html>.

PROBIBLIO, 2012c. Facts & Figures. In: *Airport Library* [online]. Hoofddorp: ProBiblio, c2012, [cit. 2012-07-04]. Dostupné z: <http://www.airportlibrary.nl/en/facts-a-figures.html>.

PROBIBLIO, 2012d. Organisatie. In: *Bibliotheek op het Station* [online]. Hoofddorp: ProBiblio, c2012, [cit. 2012-07-04]. Dostupné z: <http://www.bibliotheekophetstation.nl/over-ons/organisatie>.

PROBIBLIO, 2012e. Plug-in bibliotheek, flexibel en modular. In: *Bibliotheek op het Station* [online]. Hoofddorp: ProBiblio, c2012, [cit. 2012-07-04]. Dostupné z: <http://www.probiblio.nl/nieuws/programma%27s-en-projecten/plug-in-bibliotheek.aspx>.

PROKOPOVÁ, Olga a Petr ŠKYŘÍK, 2011. Webovky.knihovna.cz - snadný krok k perfektnímu webu. *IT lib*. 2011, roč. 15, č. 1, s. 58-62. ISSN 1335-793X. Dostupné také z: <http://www.cvtisr.sk/itlib/itlib111/prokopova.htm>.

Příprava koncepce rozvoje knihoven na období 2011-2014, 2010. Telč: [s.n.], 2010. 15 s. Dostupný z: http://knihovnam.nkp.cz/docs/UKR/KoncepceTelc_03_2010.pdf.

Provinciale Bibliotheekcentrale, 2010. In: *Wikipedia: de vrije encyclopedie* [online]. San Francisco (Kalifornie): Wikimedia Foundation, 2001- , laatst bewerkt op 29 mei 2010 [cit. 2012-07-01]. Nizozemská verze. Dostupné z: http://nl.wikipedia.org/wiki/Provinciale_Bibliotheekcentrale.

RIET, Paul van, 2006. Centralizované služby knihovnám v Holandsku. In: *Knihovny současnosti 2006*. Brno: Sdružení knihoven ČR, 2006, s. 453-456. ISBN 80-86249-41-7.

RICHTER, Vít, 2005. Co je a k čemu slouží Ústřední knihovnická rada. *U nás*, 2005, roč. 15, č. 4, s. 29-30. ISSN 0862-9366. Dostupné také v PDF z: http://www.svkhk.cz/SVKHK/u-nas-pdf_archiv/610.pdf.

RICHTER, Vít, 2009. Benchmarking knihoven. *Čtenář: měsíčník pro knihovny*. Roč. 61, č. 2 (2009), s. 43-48. ISSN 0011-2321. Dostupný též z: <http://ctenar.svkkk.cz/clanky/2009-roc-61/02-2009/tema-benchmarking-knihoven-55-329.htm>.

SAKÁLOVÁ, Elena, 1997a. Marketingový program veřejné knihovny. Část třetí. *Čtenář: měsíčník pro knihovny*. 1997, roč. 49, č. 4, s. 152-153. ISSN 0011-2321.

SAKÁLOVÁ, Elena, 1997b. Marketingový program veřejné knihovny. Část pátá. *Čtenář: měsíčník pro knihovny*. 1997, roč. 49, č. 5, s. 188-189. ISSN 0011-2321.

SAKÁLOVÁ, Elena, 1997c. Marketingový program veřejné knihovny. Část šestá. *Čtenář: měsíčník pro knihovny*. 1997, roč. 49, č. 6, s. 227. ISSN 0011-2321.

SDRUŽENÍ KNIHOVEN ČESKÉ REPUBLIKY, 1998. *Stanovy Sdružení knihoven ČR* [online]. Seč: Sdružení knihoven ČR, 1998 [cit. 2012-08-13]. Dostupný z: <http://www.svos.cz/sdruk/o-organizaci/clanek/stanovy-sdruzeni-knihoven-cr/>.

SDRUŽENÍ KNIHOVEN ČESKÉ REPUBLIKY, 2007. *Slovník českých knihovníků* [online]. Ostrava: Sdružení knihoven ČR, 2007 [cit. 2012-08-14]. Dostupný z: <http://sck.sdruk.cz/index>.

SDRUŽENÍ KNIHOVEN ČESKÉ REPUBLIKY, 2012. *Konference Knihovny současnosti* [online]. Ostrava: Sdružení knihoven ČR, 2007 [cit. 2012-08-14]. Dostupný z: <http://www.svos.cz/sdruk/konference-knihovny-soucasnosti/clanek/konference-knihovny-soucasnosti/>.

SECTORINSTITUUT OPENBARE BIBLIOTHEKEN, 2012a. About us. In: *Sectorinstituut Openbare Bibliotheken* [online]. Den Haag: Sectorinstituut Openbare Bibliotheken, [2012, cit. 2012-05-12]. Dostupný z: <http://www.siob.nl/about-us/item11>.

SECTORINSTITUUT OPENBARE BIBLIOTHEKEN, 2012b. Bibliotheekcharter 2010-2012. In: *Sectorinstituut Openbare Bibliotheken* [online]. Den Haag: Sectorinstituut Openbare Bibliotheken, [2012, cit. 2012-04-23]. Dostupný z: <http://www.siob.nl/bibliotheekmonitor/trends-bibliotheeken/achtergrondinformatie/bibliotheekcharter-2010-2012/item59>.

SECTORINSTITUUT OPENBARE BIBLIOTHEKEN, 2012c. Korte geschiedenis openbare bibliotheek. In: *Sectorinstituut Openbare Bibliotheken* [online]. Den Haag: Sectorinstituut Openbare Bibliotheken, [2012, cit. 2012-04-24]. Dostupný z: <http://www.siob.nl/bibliotheekmonitor/trends-bibliotheeken/achtergrondinformatie/korte-geschiedenis-openbare-bibliotheek/item57>.

SOVOVÁ, Eliška, 2010. *Guerrilla marketing a jeho praktické využití aneb Rošťáctví v knihovnách*. Brno, 2010. Diplomová práce (Mgr.). Vedoucí práce Ing. Zuzana Prouzová. Dostupný též ve formátu PDF z: http://is.muni.cz/th/180316/ff_m/Diplomova_prace.pdf.

STICHTING BIBLIOTHEEK.NL, 2012a. Nationale Bibliotheekkaart. In: *Bibliotheek.nl: helpt bibliotheken innoveren* [online]. Den Haag: Stichting Bibliotheek.nl, [2012, cit. 2012-06-27]. Dostupný z: <http://stichting.bibliotheek.nl/pagina/20088.nationale-bibliotheekkaart.html>.

STICHTING BIBLIOTHEEK.NL, 2012b. *Bibliotheek.nl: helpt bibliotheken innoveren* [online]. Den Haag: Stichting Bibliotheek.nl, [2012, cit. 2012-07-04]. Plug-in bibliotheek. Dostupný z: <http://stichting.bibliotheek.nl/pagina/14759.plugin-bibliotheek.html>.

STICHTING BIBLIOTHEEK.NL, 2012c. *Schoolbieb.nl*. In: *Bibliotheek.nl: helpt bibliotheken innoveren*. [online]. Den Haag: Stichting Bibliotheek.nl, [2012, cit. 2012-05-15]. Dostupný z: <http://stichting.bibliotheek.nl/pagina/14744.schoolbieb-nl.html>.

STICHTING BIBLIOTHEEK.NL, 2012d. *Tarieven*. In: *Bibliotheek.nl: helpt bibliotheken innoveren*. [online]. Den Haag: Stichting Bibliotheek.nl, [2012, cit. 2012-05-14]. Dostupný z: <http://stichting.bibliotheek.nl/pagina/14778.tarieven.html>.

STICHTING BIBLIOTHEEK.NL, 2012e. *Over de Bibliotheek*. In: *De Bibliotheek*. [online]. Den Haag: Stichting Bibliotheek.nl, [2012, cit. 2012-05-13]. Dostupný z: <http://bibliotheek.nl/pagina/16484.over-de-bibliotheek.html>.

STICHTING BIBLIOTHEEK.NL, 2012f. *Ons aanbod*. In: *De Bibliotheek*. [online]. Den Haag: Stichting Bibliotheek.nl, [2012, cit. 2012-05-15]. Dostupný z: <http://www.bibliotheek.nl/pagina/16516.ons-aanbod.html>.

STICHTING BIBLIOTHEEK.NL, 2012g. *Jaarplan 2012* [online]. Den Haag: Stichting Bibliotheek.nl, [2012, cit. 2012-10-05]. Dostupný z: <http://www.jaarplan.bibliotheek.nl/>.

SVAZ KNIHOVNÍKŮ A INFORMAČNÍCH PRACOVNÍKŮ, 2010. *Stanovy Svazu knihovníků a informačních pracovníků ČR* [online]. Praha: SKIP, [2010, cit. 2012-08-07]. Dostupný ve formátu PDF z: <http://www.skipcr.cz/dokumenty/Stanovy2010.pdf>.

SVAZ KNIHOVNÍKŮ A INFORMAČNÍCH PRACOVNÍKŮ, 2012a. *Akce SKIP v roce 2012*. In: *SKIP: Svaz knihovníků a informačních pracovníků* [online]. Praha: SKIP, c2010-2012 [cit. 2012-06-18]. Dostupný z: <http://www.skipcr.cz/akce-a-projekty>.

SVAZ KNIHOVNÍKŮ A INFORMAČNÍCH PRACOVNÍKŮ, 2012b. *Historie a poslání SKIP*. In: *SKIP: Svaz knihovníků a informačních pracovníků* [online]. Praha: SKIP, c2010-2012 [cit. 2012-08-06]. Dostupný z: <http://www.skipcr.cz/co-je-skip>.

SVAZ KNIHOVNÍKŮ A INFORMAČNÍCH PRACOVNÍKŮ, 2012c. *Propagační materiály*. In: *SKIP: Svaz knihovníků a informačních pracovníků* [online]. Praha: SKIP, c2010-2012 [cit. 2012-08-13]. Dostupný z: <http://www.skipcr.cz/co-je-skip/publikace/propagacni-materialy>.

SVOBODOVÁ, Kamila, 2005. *Analýza: stárnutí populace podle výsledků projekce ČSÚ*. In: *Www.demografie.info* [online]. [Loděnice] : Demografické informační centrum, 2005 [cit. 2011-12-10]. Dostupný z: http://www.demografie.info/?cz_detail_clanku&artclID=34. ISSN 1801-2914.

TRÁVNÍČEK, Jiří, 2011. *Čtenáři a internauti: obyvatelé České republiky a jejich vztah ke čtení (2010)*. Vyd. 1. Brno: Host ve spolupráci s Národní knihovnou České republiky, 2011. 191 s. ISBN 978-80-7294-515-3.

TUMA, Tanja, 2011. Nizozemski knjižni trg je eden najbolj razvitih na svetu! *Bukla: brezplačna revija o dobrih knjigah in multimediji* [online]. 2011, roč. 6, č. 71 [cit. 2012-06-03]. ISSN 1854-3359. Dostupný z: http://www.bukla.si/?action=clanki&article_id=1583.

ÚSTŘEDNÍ KNIHOVNICKÁ RADA ČR, 2002. *Stanovy a jednací řád Ústřední knihovnické rady České republiky* [online]. Praha: Informace pro knihovny, 2002 [cit. 2012-08-20]. Dostupný z: http://knihovnam.nkp.cz/sekce.php3?page=08_Spo/Organizacni_a_jednaci_rad_ukr.htm&PHPSESSID=724e2794b45bf7c345b8eee7b00ed507.

VANĚK, Aleš, 2004. Nizozemské knihovnictví. *Bulletin SKIP: Svaz knihovníků a informačních pracovníků*, roč. 13 (2004), zvláštní číslo, 23 s. ISSN 1210-0927.

VAŠTIKOVÁ, Miroslava, 2008. *Marketing služeb: efektivně a moderně*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008. 232 s. ISBN 978-80-247-2721-9.

Vereniging van openbare bibliotheken, 2011. In: *Wikipedia: de vrije encyclopedie* [online]. San Francisco (Kalifornie): Wikimedia Foundation, 2001- , laatst bewerkt op 17 mei 2011 [cit. 2012-04-24]. Nizozemská verze. Dostupné z: http://nl.wikipedia.org/wiki/Vereniging_van_Openbare_Bibliotheken.

VERENIGING VAN OPENBARE BIBLIOTHEKEN, 2012. About the Netherlands Public Library Association. In: *Vereniging van Openbare Bibliotheken: de brancheorganisatie van de openbare bibliotheken in Nederland* [online]. Den Haag: Vereniging van Openbare Bibliotheken, c2012 [cit. 2012-05-12]. Dostupné z: <http://www.debibliotheken.nl/english.html>.

Webová stránka, 2012. In: *Wikipedie: otevřená encyklopedie* [online]. San Francisco (Kalifornie): Wikimedia Foundation, 2001- , stránka naposledy editována 15. 6. 2012 [cit. 2012-06-21]. Česká verze. Dostupné z: http://cs.wikipedia.org/wiki/Webov%C3%A1_str%C3%A1nka.