

**Univerzita Karlova v Praze**

**Filozofická fakulta**

Ústav informačních studií a knihovnictví

# **Diplomová práce**

Bc. Monika Ovesná

**Dospívající dívky jako specifická kategorie uživatelů knihoven**

Teenage Girls as a Specific User Group in Libraries

Praha 2014

Vedoucí diplomové práce:

PhDr. Hana Landová, PhD.

Na tomto místě bych ráda poděkovala PhDr. Haně Landové, PhD. za cenné rady, připomínky a laskavé vedení diplomové práce. Také bych ráda poděkovala knihovníkovi Městské knihovny v Praze panu Miloslavu Lincovi za spolupráci, rady a poskytnutí interních informací.

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.

Dne 14. 4. 2014, v Praze

.....

Monika Ovesná

**Klíčová slova:**

Knihovny, dospívající dívky, marketing, služby, fond, personál, Česká republika, Německo

**Keywords**

Libraries, teenage girls, marketing, services, collections, staff, Czech Republic, Germany

## **Abstrakt**

Diplomová práce „Dospívající dívky jako specifická kategorie uživatelů knihoven“ se zaměřuje na dívky ve věku 12 - 19 let a na koncipování prostoru pro tuto věkovou kategorii uživatelů. Teoretická část chce knihovnické praxi poskytnout základ pro tvorbu prostoru pro dospívající, a to včetně marketingu, personálu, služeb a fondu. Teoretická část se rovněž zaměřuje na fyziologické, psychologické, emocionální a sociologické charakteristiky dospívajících dívek. Zmapována byla také situace v České republice. Vzhledem k počínajícím tendencím v poskytování služeb a prostoru dospívajícím v České republice, jsou použity příklady ze zahraničí, konkrétně Německa. Praktická část diplomové práce je realizována prostřednictvím dotazníkového šetření a rozhovoru. Praktická část se zaměřuje na stávající i potenciální uživatelky Městské knihovny v Praze, kde bude prostor pro dospívající realizován.

## **Abstract**

Master thesis called „Teenage Girls as a Specific User Group in Libraries“ is focusing on users of a library between the ages of 12 - 19 years and on the design of library space for this age group. The theoretical part of the thesis aims to provide the everyday library practice with the basis for creating space for teens, including marketing, staff, services and collections. The theoretical part also focuses on the physiological, psychological, emotional and sociological characteristics of teenage girls. The situation in the Czech Republic is also introduced. With regard to the fact, that the library services and spaces for the teenagers in the Czech Republic are at their very beginnings, the examples from abroad, Germany in particular, are introduced. The practical part is realized by means of a questionnaire survey and interviews. The practical part focuses on existing and potential users of the Municipal Library in Prague, where the new space for teens should be established in a near future.

# Obsah

<b>PŘEDMLUVA .....</b>	<b>9</b>
<b>ÚVOD.....</b>	<b>11</b>
<b>1 CHARAKTERISTIKA VĚKOVÉ KATEGORIE 12 – 19 LET.....</b>	<b>12</b>
1.1 Vymezení termínu dospívání .....	12
1.2 Fyzické změny .....	13
1.3 Vývoj poznávacích procesů .....	14
1.4 Emoční vývoj .....	16
1.5 Socializace.....	17
1.6 Digitální generace .....	17
<b>2 DOSPÍVAJÍCÍ VERSUS INTERIÉR A PERSONÁL .....</b>	<b>20</b>
2.1 Interiér .....	20
2.1.1 Pokyny pro prostory pro dospívající .....	23
2.1.2 Q-thek a další možnosti prostoru pro dospívající.....	25
2.2 Personál .....	30
<b>3 DOSPÍVAJÍCÍ VERSUS KNIHOVNA, SLUŽBY A FOND .....</b>	<b>32</b>
<b>4 MARKETING .....</b>	<b>35</b>
4.1 Guerillový marketing .....	35
4.1.1 Buzz marketing.....	37
4.1.2 Viral marketing.....	37
4.2 Design služeb .....	38
4.2.1 Příklady nástrojů designu služeb .....	39
4.3 Corporate identity.....	40

<b>5 PŘÍKLADY DOBRÉ PRAXE .....</b>	<b>43</b>
5.1 Česká republika.....	43
5.1.1 Městská knihovna v Ostravě .....	43
5.1.2 Masarykova veřejná knihovna Vsetín .....	45
5.1.3 Městská knihovna v Praze.....	46
5.1.5 Další knihovny .....	49
5.2 Německo .....	51
5.2.1 Hamburger Öffentliche Bücherhallen : Hoeb4U.....	51
5.2.2 Städtische Bibliothek Dresden – medien@age .....	52
5.2.3 Hugo Heimann Bibliothek - @hugo Jugendmedienetage .....	55
5.2.3 Další knihovny .....	58
5.3 Srovnání ČR vs. Německo .....	58
<b>6 PRAKTICKÁ ČÁST.....</b>	<b>61</b>
6.1 Zvolené metody získání dat .....	61
6.2 Cíle výzkumu .....	62
6.3 Popis vzorku a provedení výzkumu .....	62
6.4 Výzkumný problém a hypotézy .....	63
6.5 Výsledky a jejich interpretace.....	65
6.5.1 Návštěvnost knihovny dospívajícími dívkami .....	65
6.5.2 Preference dívek v oblasti činností realizovaných v knihovně .....	66
6.5.3 Faktory vedoucí dívky k nenavštěvování knihovny.....	67
6.5.4 Ochota dívek podílet se na činnosti knihovny.....	68
6.5.5 Preference dívek v oblasti zábavy a školních povinností.....	69

6.5.6 Spokojenost dívek s webovými stránkami knihovny .....	70
6.5.7 Preference dívek v oblasti zařízení prostoru pro dospívající .....	71
6.5.8 Požadavky na umístění v rámci dětského oddělení či oddělení pro dospělé.....	72
6.5.9 Preference dívek v oblasti aktivit konaných v rámci prostoru pro dospívající .....	73
6.5.10 Spokojenost dívek s personálem knihovny .....	74
6.5.11 Požadavky dívek na umístění prostoru pro dospívající.....	75
6.5.12 Celkový názor dívek na knihovnu.....	75
6.6 Porovnání výsledků s hypotézami.....	77
6.7 Rozhovor.....	79
6.7.1 Jana, 16 let.....	80
6.7.2 Barbora, 16 let .....	84
6.7.3 Marie, 18 let .....	90
6.7.4 Petra, 19 let.....	94
6.8 Shrnutí a závěr.....	97
<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>99</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>101</b>
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>110</b>
<b>SEZNAM GRAFŮ .....</b>	<b>111</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>112</b>



## Předmluva

Předkládaná diplomová práce nese název „Dospívající dívky jako specifická kategorie uživatelů knihoven“ a zabývá se koncipováním prostoru knihovny pro dospívající.

Hlavním cílem práce je poskytnout knihovnické praxi teoretický základ pro tvorbu prostoru pro dospívající, a to včetně marketingu, personálů, služeb a fondu. Přínosem je rovněž zmapování stavu knihovnické praxe ve vztahu k dospívajícím v ČR. Vzhledem k počínajícím tendencím v ČR jsou použity příklady ze zahraničí. Konkrétně jsou použity příklady z Německa, kde se knihovnická praxe, ale i teorie dospívajícími zabývá déle. Zvolena byla věková kategorie 12 – 19 let, jelikož se jedná o průměrný věk uživatelů spadajících do kategorie dospívajících, na které se knihovny zaměřují v ČR, ale i v Německu. Práce se zaměřuje na dívky, a to především první kapitolou a také praktickou částí. V práci byly využity poznatky z bakalářské práce<sup>1</sup>, přínosným zdrojem byl také workshop<sup>2</sup>, který se zabýval současným stavem knihovnické praxe vzhledem k dospívajícím. Práce se skládá jak z teoretické části, tak z části praktické, jejímž cílem je fakta teoretické části doplnit.

Tématem první kapitoly diplomové práce jsou psychologické, fyziologické, emocionální a sociální charakteristiky dospívajících dívek. Kapitola rovněž obsahuje informace o digitální generaci. Tyto charakteristiky jsou důležité pro zvolení přístupu k této věkové kategorii a celkovému pochopení této věkové kategorie.

Druhá kapitola specifikuje hlavní požadavky na personál a interiér pro dospívající.

Knihovna, služby a fond jsou hlavním předmětem kapitoly třetí, která charakterizuje požadavky na knihovnu pro dospívající v obecné rovině. Zároveň však popisuje konkrétní požadavky na fond a služby pro dospívající.

Ústředním problematikou čtvrté kapitoly je marketing. Kapitola se zaměřuje především na netradiční formu marketingu- guerilla marketing, který je finančně nenáročný, a tudíž vhodný pro knihovny. Jelikož ústředním produktem knihoven jsou

---

<sup>1</sup> OVESNÁ, M., *Dospívající dívky v knihovně*.

<sup>2</sup> MĚSTSKÁ KNIHOVNA V PRAZE a MĚSTSKÁ KNIHOVNA TŘINEC, *Mláď v hledí knihovny II*.

služby, kapitola se zaměřuje na design služeb. Opomenuta rovněž není ani problematika corporate identity.

Obsah páté kapitoly pak tvoří konkrétní příklady knihoven, oddělení či prostoru pro dospívající v ČR a Německu. Popsány jsou také konkrétní akce, služby, marketing a fond konkrétních knihoven. Všechny knihovny se však na dospívající nezaměřují ve všech směrech, popřípadě nejsou dostupné všechny informace.

Praktická část je poslední kapitolou, jejímž obsahem je kvantitativní výzkum realizovaný prostřednictvím dotazníku. Výsledky dotazníků doplňuje kvalitativní výzkum, konkrétně rozhovor.

## Úvod

Téma diplomové práce navazuje na práci bakalářskou: „**Dospívající dívky v knihovně**“, která byla obhájena v roce 2011 na Slezské univerzitě v Opavě<sup>3</sup>. Fakta zjištěná jak rešeršní činností, tak kvantitativním výzkumem, ukázala, že se jedná o téma nevyčerpané a hodné pozornosti. Diplomová práce téma dospívajících dívek v knihovně oproti bakalářské práci rozšíří a obohatí o nové poznatky. V bakalářské práci byla věková kategorie omezena na 12 - 15 let. Diplomová práce věkovou kategorii rozšíří na 12 - 19 let, a to z důvodu praktické zaměřenosti práce, která by měla být přínosná pro knihovnickou praxi, konkrétně v oblasti poskytování služeb dospívajícím. V rámci předmětu Rešeršní strategie pro vědu a výzkum byla též napsána **studijně rozborová práce**<sup>4</sup>, která měla za cíl shromáždit informace k některým kapitolám práce diplomové. V rámci přípravy na diplomovou práci jsem se také v listopadu roku 2013 účastnila workshopu „**Mláď v hledí knihovny II**“, kterou pořádala Městská knihovna Třinec ve spolupráci s Městskou knihovnou v Praze. Taktéž byl získán kontakt na knihovníka Městské knihovny v Praze, který pracuje s mládeží. Městská knihovna v Praze se rovněž chystá otevřít prostor pro dospívající, což určilo směr praktické části diplomové práce. Teoretická část diplomové práce přebírá první kapitolu práce bakalářské a doplňuje ji o další poznatky. Ze studijně rozborové práce byla převzata především pátá kapitola, která byla taktéž doplněna o další poznatky. Rovněž byly z bakalářské či studijně rozborové práce převzaty další drobnější části textu.

---

<sup>3</sup> OVESNÁ, M., *Dospívající dívky v knihovně*.

<sup>4</sup> OVESNÁ, M., *Dospívající dívky jako specifická kategorie uživatelů knihoven*.

# 1 Charakteristika věkové kategorie 12 – 19 let

## 1.1 Vymezení termínu dospívání

Období dospívání je přechodným obdobím mezi dětstvím a dospělostí. Časově je toto období ohraničeno 10. – 20. rokem života. Je to proces, který zabírá celou jednu dekádu života. Toto věkové vymezení je pouze orientační, proces dospívání má u každého jedince jinou délku trvání, stejně tak se může jeho počátek i konec objevit dříve či později, než je vymezeno výše. Dospívání je charakteristické komplexní proměnou osobnosti ve všech jejích oblastech: fyzické, psychické a sociální. Všechny změny jsou ve vzájemné interakci a primárně jsou podmíněny biologicky. Je to období hledání vlastní identity a upevňování místa ve společnosti, která na dospívajícího klade určité požadavky.<sup>5,6</sup>

Dospívající zaujímají ve společnosti nestabilní pozici, již nejsou součástí světa dětství a zároveň nejsou ještě dospělými. Postupně přecházejí od výchovy k sebevýchově. Rozhodování postupně přechází z druhé osoby na samotného dospívajícího. Dívky ve většině případů dospívají rychleji než chlapci a to jak fyzicky, tak psychicky.<sup>7</sup>

Dospívání je proces individuální, u každého jedince má jiný průběh. Marie Vágnerová<sup>8</sup> toto vývojové období dělí na dvě fáze:

- 1. Raná adolescence** (11 – 15 let), označována též jako **pubescence**. O tomto období hovoříme v prvních pěti letech procesu dospívání. Věkové členění není pevně dáno, vždy musíme počítat s individuálními odlišnostmi každého jedince. Pubescence je charakteristická především fyzickými změnami, které jsou markantní, jsou spjaty s pohlavním dozráváním tzv. pubertou. V závislosti na fyzických změnách dochází také k změnám psychickým.<sup>9</sup>
- 2. Pozdní adolescence** (15 – 20 let), pozdní adolescence je biologicky vymezena pohlavním dozráváním. V tomto období dochází k navazování partnerských vztahů, a tedy i k prvnímu sexuálnímu styku. Dominancí tohoto období jsou změny v psychické a sociální oblasti. Tato fáze je typická hledáním a rozvojem vlastní identity, to se projevuje větší snahou o sebepoznání, což se uskutečňuje v rámci skupiny vrstevníků,

<sup>5</sup> VÁGNEROVÁ, M., *Vývojová psychologie*, s. 321.

<sup>6</sup> OVESNÁ, M., *Dospívající dívky v knihovně*, s. 10.

<sup>7</sup> PAVLAS, I., *Vývojová psychologie*, s. 91.

<sup>8</sup> VÁGNEROVÁ, M., *Vývojová psychologie*, s. 323 - 326.

<sup>9</sup> OVESNÁ, M., *Dospívající dívky v knihovně*, s. 10.

kteřá poskytuje prostor pro sebevymezení. Hlavní úlohou pozdní adolescence je, aby jedinec měl dostatek času pochopit sám sebe, osamostatnit se a nastavit své směřování do budoucna. Biologický, psychický a sociální vývoj je u každého jedince různý, což může být zdrojem napětí. Příkladem mohou být dnes vysokoškolští studenti, kteří ačkoliv přesáhnou věk 20 let, nemají statut dospělého. Od 18 let má člověk samozřejmě právo volit, konat právní úkony apod., tudíž se z právního hlediska jedná o dospělého jedince, ale jelikož se mladí dospělí stále profesně připravují a jsou ekonomicky závislí, nelze z tohoto hlediska hovořit o dospělém. Lze tedy říci, že status dospělosti je určen dvěma faktory, na jedné straně vychází ze zákonodárství, kde je určená pevná věková hranice. Na straně druhé je dospělost vázáná na dosažení sociální emancipace.<sup>10, 11</sup>

V souvislosti s problematickým vymezením začátku dospělosti Kerstin Keller-Loibl hovoří o prodlužování fáze adolescence a to až do **25** nebo **26** let. Tato hranice se samozřejmě může pohybovat směrem nahoru či dolů. V tomto případě hovoříme o tzv. **postadolescenci**. V souvislosti s vysokoškolským studiem (viz předchozí odstavec) jedinec získává statut dospělého tedy až v třetí dekádě života, teprve v tomto období nabývá člověk sociální samostatnosti, zakládá rodinu a získává stále zaměstnání.<sup>12</sup>

Problematické vymezení období dospívání vystihuje definice sociologa Klause Hurrellmana:

*„Životní fáze mládeže je úsek života, jenž je charakterizován souběhem požadavků na jednání jednak nesamostatné, odpovídající dětství, jednak samostatné, odpovídající již dospělosti.“<sup>13</sup>*

## 1.2 Fyzické změny

Co se týče pubertálních změn u dívek, jsou dívkami samotnými vnímány spíše negativně a to především kvůli menstruaci, která dívky značně omezuje, naproti tomu chlapci fyzické změny v pubertě vnímají pozitivně a to především díky zvětšení síly, nárůstu svalové hmoty, výkonu apod.<sup>14</sup>

---

<sup>10</sup> JANOŠOVÁ, P., *Dívčí a chlapecká identita*, s. 195.

<sup>11</sup> OVESNÁ, M., *Dospívající dívky v knihovně*, s. 11.

<sup>12</sup> KELLER-LOIBL, K., *Handbuch Kinder- und Jugendbibliotheksarbeit*, s. 109.

<sup>13</sup> KELLER-LOIBL, K., *Mládež a knihovny* [online].

<sup>14</sup> MACEK, P., *Adolescence*, s. 43 - 45.

Činitelem, který uvádí dítě do období adolescence je podle většiny odborníků hormonální změna, která začíná již kolem osmého roku života, ale co se změny vzhledu a tělesných proporcí týče, konkrétní viditelná změna se objevuje až kolem 11. roku života. Dívky dospívají v průměru dříve než chlapci. Vedle rozvoje sekundárních a primárních znaků je pro období pubescence charakteristický zrychlený růst. Pubertální změny jsou u dívek rozvrstveny do pěti fází:<sup>15, 16, 17</sup>

1. fáze - nejsou viditelné téměř žádné pohlavní znaky,
2. fáze - zvětšuje se prsní tkáň, je patrné pubické ochlupení,
3. fáze - objevuje se vnější kontura prsou,
4. fáze - zjevná je již i vnitřní kontura prsou, objevuje se axilární ochlupení genitálu, již dospělého typu,
5. fáze- je dokončen vývoj sekundárních pohlavních znaků.<sup>18, 19</sup>

Dívky a chlapci jsou na tom, co se týče výšky a váhy, kolem 12 roku zpravidla podobně. V období pozdní adolescence však dívky oproti chlapcům v tělesném vývoji stagnují, chlapci ale stále rostou a přibývají na váze lineárně. Ve druhé fázi jsou fyzické změny a s nimi spojená změna vzhledu důležitou součástí identity.<sup>20, 21</sup>

### 1.3 Vývoj poznávacích procesů

V období pubescence, dochází k rozvoji poznávacích procesů, které jsou důležité také ve vztahu ke knihovně. Knihovna je totiž institucí, kde dochází k získávání nových poznatků, řadíme zde:<sup>22</sup>

#### 1. Myšlení

V momentě kdy je dospívající jedinec zralý z hlediska neurofyziologického rozvoje a díky vzdělávání získá potřebné zkušenosti, může dále rozvíjet své poznávací

<sup>15</sup> MACEK, P., *Adolescence*, s. 43 - 45.

<sup>16</sup> VÁGNEROVÁ, M., *Vývojová psychologie*, s. 327.

<sup>17</sup> OVESNÁ, M., *Dospívající dívky v knihovně*, s. 11.

<sup>18</sup> Tamtéž.

<sup>19</sup> MACEK, P., *Adolescence*, s. 43

<sup>20</sup> Tamtéž.

<sup>21</sup> VÁGNEROVÁ, M., *Vývojová psychologie*, s. 328.

<sup>22</sup> OVESNÁ, M., *Dospívající dívky v knihovně*, s. 12.

schopnosti. Jedinec je již schopen myslet abstraktně (tato schopnost se rozvíjí mezi 11. – 15. rokem.<sup>23, 24</sup>

Mezi typické znaky způsobu myšlení dospívajících patří:

- a) **Uznání existence variability různých možností** - tento znak znamená především pochopení odlišných názorů jiného člověka a schopnost analyzovat problém z různých hledisek.
- b) **Systematičtější uvažování** - mění se způsob manipulace s informacemi, objevuje se deduktivní způsob myšlení.
- c) **Experimentování s vlastními úvahami** - kombinační schopnost a integrace úvah do jednoho celku, objevuje se abstraktní způsob uvažování.<sup>25, 26</sup>

V souvislosti s myšlením je nutno hovořit také o intelektu. Intelekt je schopnost porozumět a užívat informace v souvislostech. Existuje celá řada tvrzení týkajících se vztahu genderu a intelektu. Jeden z názorů operuje s tvrzením, že nejmarkantnější rozdíl mezi oběma pohlavími v oblasti intelektu nastává v době, kdy dívky přebírají svou ženskou roli. Na dívky je vyvíjen tlak ze strany rodičů, kamarádů a školy, aby přebraly svou ženskou roli, díky čemuž se zhoršuje prospěch a klesá korelace IQ a školní úspěšnosti. Toto období nastává právě v pubertě.<sup>27, 28, 29</sup>

Pokud rozdělíme intelekt do dílčích složek, odlišnosti mezi oběma pohlavími se projevují zejména ve verbálních schopnostech, jako je čtení komunikace, pravopis, gramatika, slovní zásoba apod., dále v numerických a prostorových schopnostech, v tvořivosti a analytických schopnostech. Většina rozdílů mezi chlapci a dívkami se postupně vytrácí, dívky jsou však trvale lepšími v oblasti komunikace, pravopisu a gramatické. Naproti tomu dívky mají horší prostorovou představivost a méně kvalitní numerické uvažování než chlapci, což se začíná projevovat kolem patnáctého roku a to v souvislosti s rozvojem abstraktního myšlení. V tvořivosti, která se zaměřuje na

---

<sup>23</sup> MACEK, P., *Adolescence*, s. 46.

<sup>24</sup> VÁGNEROVÁ, M., *Vývojová psychologie*, s. 332.

<sup>25</sup> Tamtéž, s. 333.

<sup>26</sup> OVESNÁ, M., *Dospívající dívky v knihovně*, s. 12.

<sup>27</sup> Tamtéž, s. 12 – 13.

<sup>28</sup> HARTL, P., *Psychologický slovník*, s. 233.

<sup>29</sup> OAKLEY, A., *Pohlaví, gender a společnost*, s. 75 – 76.

restrukturaci, tj. schopnost řešit problém novým způsobem, být originální, jsou dívky horší, než chlapci. V oblasti estetické dívky chlapce převyšují.<sup>30, 31, 32</sup>

## 2. Pozornost

V souvislosti s fyziologickými změnami dochází zpočátku k zhoršení schopnosti koncentrovat se. V závěru tohoto období se schopnost pozornosti a koncentrace vyrovná pozornosti dospělého jedince.<sup>33, 34</sup>

## 3. Paměť

Dospívající disponují větší kapacitou paměti, než v dětství, užívají totiž účinnější strategie, vybírají si jen ty informace, které jsou pro ně podstatné. Využívají zralejší způsob selektivního opakování, kdy se zaměřují na složitější části učiva. Využívají mnemotechnické pomůcky a elaboraci, kdy si látku uspořádávají tak, aby si jí lépe zapamatovali. V období adolescence se také rozvíjí mezipaměť, která jim umožňuje lépe odhadnout své paměťové schopnosti a také znalosti.<sup>35, 36</sup>

### 1.4 Emoční vývoj

Období adolescence je z hlediska emočního vývoje poměrně dlouhé období a emoce se v jednotlivých etapách liší. Raná adolescence je typická markantní emocionální labilitou, v období pozdní adolescence projevy náladovosti a lability postupně mizí. Obecně jsou dívky považovány za více emotivní než chlapci. Období dospívání je emočně náročné pro dívky i pro chlapce. Emoční labilita u chlapců je častěji přenášena již z dětství, pokud dívky nejsou v dětství emočně labilní, psychické obtíže přicházejí až v pubescenci. Obtíže dívek v oblasti psychiky jsou často intenzivnější a dlouhodobější než u chlapců.<sup>37, 38</sup>

Emoční reakce pubescentů jsou ve srovnání s dřívějšími projevy značně nestabilní. Jejich citové prožitky jsou krátkodobé, intenzivní a proměnlivé. Osobnost

---

<sup>30</sup> OAKLEY, A., *Pohlaví, gender a společnost*, s. 65 – 69.

<sup>31</sup> JANOŠOVÁ, P., *Dívčí a chlapecká identita*, s. 158 – 159.

<sup>32</sup> OVESNÁ, M., *Dospívající dívky v knihovně*, s. 13.

<sup>33</sup> Tamtéž.

<sup>34</sup> TRPIŠOVSKÁ, D., *Vývojová psychologie pro studenty učitelství*, s. 51.

<sup>35</sup> VÁGNEROVÁ, M., *Vývojová psychologie*, s. 339 – 340.

<sup>36</sup> OVESNÁ, M., *Dospívající dívky v knihovně*, s. 13.

<sup>37</sup> Tamtéž, s. 14.

<sup>38</sup> MACEK, P., *Adolescence*, s. 47 – 48.



dospívajícího jedince se vyznačuje sklony k impulzivnímu jednání s nedostatkem sebeovládání. Setkáváme se také s emočním egocentrismem, kdy je pubescent přesvědčen, že nikdo nemá tak intenzivní prožitky jako on sám, zároveň se objevuje nechuť projevat své city navenek. Nestabilita tohoto období, nejistota a kritické reakce mají za následek sklony k navozování negativních emocí. Častou obranou reakcí v období dospívání je únik do fantazie. Ke konci adolescence dochází ke stabilizaci emocionálních prožitků.<sup>39, 40</sup>

## 1.5 Socializace

Dívky v období dospívání přebírají svou ženskou roli, s čímž je spjat větší tlak ze strany společnosti, tento tlak pramení z obecných představ o roli dospělé ženy. Původní role prepubertální dívky, která je do značné míry svobodná, je v rozporu s poměrně striktně definovaným obsahem ženské role. Tato role je navíc doprovázena řadou nových povinností a omezení. Změnu v sociálním postavení v období pubescence signalizuje především ukončení povinné školní docházky a volba budoucího profesního zaměření, dále pak obdržení občanského průkazu v 15 letech. V období pozdní adolescence je důležitým krokem příprava na budoucí povolání a dosažení plnoletosti. Mladý člověk tak získává pocit větší zodpovědnosti a důležitosti. V období pubescence se mění vztahy s lidmi, kdy pubescent odmítá podřízené postavení, respektive formální nadřazenost autorit např. učitelů, rodičů. K dospělým je kritický, často se objevují polemiky s názory dospělých, pubescent si tak ověřuje své kvality, k dospělým bývá pubescent netolerantní. Kritický je k vrstevníkům, ale i k sobě. V období rané adolescence dospívající rozšiřují své teritorium a to zejména co se týče volnočasových aktivit, které mohou být realizované jak v rámci institucí, tak mimo ně. Skupina vrstevníků má svá oblíbená místa, kde se scházejí, většinou jsou to místa, kam nechodí s dospělými. V období pozdní adolescence dospívající dospěle ignorují. V každém případě, je pro knihovnu příležitostí vytvořit dospívajícím teritorium respektive prostor, kde se budou moci scházet s vrstevníky.<sup>41, 42, 43</sup>

## 1.6 Digitální generace

Výše byly definovány vývojové aspekty dospívání. V této podkapitole se budeme zabývat teorií, která nahlíží na skupinu dospívajících z pohledu technologií. Tato teorie

---

<sup>39</sup> OVESNÁ, M., *Dospívající dívky v knihovně*, s. 14.

<sup>40</sup> VÁGNEROVÁ, M., *Vývojová psychologie*, s. 340 – 343.

<sup>41</sup> Tamtéž, s. 346 – 348.

<sup>42</sup> JANOŠOVÁ, P., *Dívčí a chlapecká identita*, s. 210.

<sup>43</sup> OVESNÁ, M., *Dospívající dívky v knihovně*, s. 14 – 15.

však zahrnuje také psychologické a sociologické aspekty. Důležité je však zmínit, že tato teorie má rozdílný podklad v ČR ve srovnání s USA, kde se moderní technologie rozvíjejí podstatně delší dobu a kde rodiče dnešních dětí používají výhradně technologie, píšou jen na klávesnici, poslouchají internetové rádio apod. Což samozřejmě ovlivňuje děti, které mají tendence rodiče napodobovat.<sup>44</sup>

Dnešní společnost, zejména pak dospívající, je spjata s technologiemi. Známa je teorie, která rozlišuje věkové kategorie pomocí přístupu k technologiím. Příslušníci věkové kategorie, která je předmětem našeho zájmu se nazývá **generace Z**, tato generace je nazývána dalšími termíny (viz níže). Věkové ohraničení generace Z, je nejednotné. Přibližně se jedná o lidi narozené od **poloviny 90. let do roku 2010**. Jedná se tedy o lidi, kteří spadají do věkové kategorie 12 – 19 let. Generace Z je také známá jako **generace M** (multitasking), **generace I** (internet/net generation), **generation next**, **homo zappiens**, **I-Kids**, či **digitální domorodci** (viz níže). Specifikem této věkové kategorie je to, že se jedná o první generaci, která se narodila do světa moderních technologií a současné podoby webu. Jedná se o generaci, která již technologie nevnímá jako nástroj, ale jako standardní součást života. Tato generace si osvojuje nové styly učení, které jsou zaměřené na to, jak získat jednotlivé informace, následně je propojit a začlenit do života.<sup>45, 46</sup>

Předchůdcem generace Z, je **generace Y** – i do této generace již patří věková kategorie, která je předmětem našeho zájmu. Jedná se o lidi narozené v letech **1980 – 2000**. V ČR se na konci tohoto období objevují mobilní telefony, e-mailová komunikace apod. V USA a jiných zemích, které nepostihl socialismus, se technologie objevují dříve. Rodiči této kategorie jsou příslušníci **generace X**, kteří se narodili v rozmezí let **1960 – 1980**, prarodiči tzv. **Baby boomers**, narození v letech **1945 – 1965**. Na druhé straně následovníky generace Z, je **generace alfa**, kam patří děti narozené v rozmezí let **2010 – 2025**.<sup>47</sup>

Jedním z prvních autorů, kteří se zabývají vztahem jednotlivých generací a technologií je **Don Tapscott**. V roce 1998 ve své knize „**Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation**“ použil termín **N-Gen** a **digitální děti**. Tento kanadský autor hovoří o lidech, kteří se narodili v letech **1977 – 1997**. Don Tapscott jako jeden z prvních rozvinul myšlenku, že v současné době je narušen tradiční vztah rodič-dítě, jelikož děti

<sup>44</sup> ZANDL, P, Digitální děti, In: *Wikipedia* [online].

<sup>45</sup> VEČEŘOVÁ, V. B., Generace Z, In: *Wikipedia* [online].

<sup>46</sup> BERGH, J. van den, *Jak cool značky zůstávají hot*, s. 24.

<sup>47</sup> GRAIL RESEARCH, *Consumers of Tomorrow* [online].

jsou ti, kteří učí rodiče orientovat se ve světě digitálních technologií a nikoliv naopak. Tato skutečnost ovlivní podle Tapscotta celou společnost, jelikož příslušníci této generace se učí, hrají si i komunikují zcela jiným způsobem, než generace předešlé.<sup>48</sup>

V roce 2001 rozvinul myšlenku Tapscotta **Marc Prensky**, který hovoří o termínu **digitální domorodci** (digital natives). Digitální technologie jsou pro dnešní generaci stejně přirozené jako voda či slunce (proto termín digitální domorodci). Za digitální domorodce v roce 2001 označil americký autor Marc Prensky vysokoškolské studenty, jednalo se tedy o lidi narozené v letech **1980 - 1994**. S těmito faktory souvisí také to, že příslušníci této generace přijímají informace zcela jiným způsobem a mnohem rychleji a jsou zvyklí aplikovat multitasking<sup>49</sup>. Z mnoha výzkumů vyplývá, že dnešní mládež má problémy s porozuměním textu, což je způsobeno tím, že škola nerespektuje zvyklosti mládeže, která potřebuje text interaktivní. Toto je faktor, který může ovlivnit práci knihoven s dospívajícími. Ti, kteří digitální domorodce vzdělávají, popřípadě s nimi jinak pracují např. v knihovně, jsou tzv. **digitální imigranti**, kteří nerozumí novému způsobu myšlení digitálních domorodců.<sup>50, 51</sup>

---

<sup>48</sup> LUPAČ, P., Mýty (a realita) digitální generace, In: *Lupa.cz* [online].

<sup>49</sup> Vykonávání více činností zároveň.

<sup>50</sup> LUPAČ, P., Mýty (a realita) digitální generace, In: *Lupa.cz* [online].

<sup>51</sup> BENNETT, S., The 'digital natives' debate, s. 2 [online].

## 2 Dospívající versus interiér a personál

### 2.1 Interiér

Nejen pro veřejné knihovny je výzvou zrealizovat prostor pro mládež, který by respektoval nové mediální chování této uživatelské skupiny a také zohlednil orientaci na uživatele.<sup>52</sup>

Jedním z nejdůležitějších faktorů při realizaci prostoru pro dospívající je ohraničení tohoto prostoru. Ideálním řešením je samostatná knihovna (myšleno budova) pro dospívající, popřípadě oddělení. Finanční možnosti však většinou knihovnám v ČR umožňují zprovoznit „pouze“ prostor pro dospívající. Aby knihovny dospívající získaly, je nezbytné dospívající prostorově oddělit jak od dětí, tak dospělých, ale zároveň jim umožnit přístup ke všem médiím a dokumentům. Na jedné straně je tedy potřeba dospívajícím vymezit prostor pouze pro ně, ale zároveň zajistit přístup ke všemu co potřebují. Častým problémem jsou např. romány určené dospívajícím. Tyto romány jsou k dispozici v regálech dětského oddělení. Obdobný problém nastává v případě literatury, kterou dospívající potřebují pro plnění školních či studijních povinností, ta je k dispozici pouze v oddělení pro dospělé konkrétně v naučné literatuře.<sup>53</sup>

Kerstin-Keller Loibl hovoří o tzv. „**Jump-Bereich**“ (což lze přeložit jako oblast skoku, myšleno mezi oddělením dětským a oddělením pro dospělé). Pokud knihovna nemá možnost otevřít samostatnou pobočku či oddělení pro mládež, měla by alespoň zajistit, aby prostor pro dospívající nebyl v blízkosti oddělení pro děti, ale zároveň byl zajištěn přístup k časopisům, hudbě apod. (viz výše). Což v praxi znamená, prostor pro dospívající pokud možno umístit spíše blíž k oddělení pro dospělé. I pokud se jedná pouze o prostor pro dospívající, je vhodné zvolit tzv. jednotný corporate design (viz kapitola 4). Což znamená například logo, určité barvy či jednotná trička personálu. Tímto směrem se vydala např. Hoeb4U (viz níže), která dokonce ve svém e-shopu nabízí reklamní předměty se svým logem včetně triček či tašek.<sup>54</sup>

V Německu se nejen navrhováním interiéru knihoven zabývá společnost **Ekz.bibliotheksservice GmbH**<sup>55</sup> (dále EKZ), která speciálně pro dospívající navrhla

<sup>52</sup> KELLER-LOIBL, Kerstin. *Handbuch Kinder- und Jugendbibliotheksarbeit*, s. 116.

<sup>53</sup> Tamtéž.

<sup>54</sup> Tamtéž, s. 116 – 117.

<sup>55</sup> Jedná se o společnost, která byla zřízena již ve čtyřicátých letech minulého století. EKZ se zabývá především veřejnými knihovnami a napomáhá při projektování služeb, prostoru, stavění fondu a dalších

design prostoru knihoven s názvem „freestyle“ (viz obrázky č. 1, 2, 3), kde kombinuje nabídku nábytku vhodného pro mládež (např. motiv graffiti, sedací vaky) a médií. Freestyle se zaměřuje především na volný čas mládeže. Knihovny se mohou rozhodnout, zda využijí celou značku „freestyle“ nebo zda zvolí jen některé služby, které produkt nabízí.<sup>56, 57</sup>



Obrázek č. 1 „freestyle“ – fond (<http://www.ekz.de/moebel-bibliothekszubehoer/themen/jugendbibliothek/>)

---

procesech v knihovně. Jejími zaměstnanci jsou lidé z nejrůznějších oblastí od IT přes novináře až například po obchodníky a další. EKZ spolupracuje také s německými knihovnickými spolky např. Bibliothek & Information Deutschland (BID), ale také s IFLA. <http://www.ekz.de/unternehmen/wir-ueber-uns/>

<sup>56</sup> Jugendbibliothek, In: *Ekz.bibliotheksservice GmbH* [online].

<sup>57</sup> KELLER-LOIBL, K., *Handbuch Kinder- und Jugendbibliotheksarbeit*, s. 117.



Obrázek č. 2 „freestyle“ - relaxace  
(<http://www.ekz.de/moebel-bibliothekszubehoer/themen/jugendbibliothek/>)



Obrázek č. 3 „freestyle“ – čtení  
(<http://www.ekz.de/moebel-bibliothekszubehoer/themen/jugendbibliothek/>)

Jak bylo řečeno již několikrát, mládež se zaměřuje na moderní média např. CD, DVD, hry apod. Kromě výpůjčky je však nutné poskytnout prostor, kde je možné tato média využít a to pokud možno s vrstevníky. Na interiér tato skutečnost klade speciální nároky. Vhodné jsou například různé zóny např. zóna určená ke čtení a učení, zóna určená k hraní her a povídání. Příkladem může být Národní technická knihovna (viz kapitola 5), kde jsou tzv. klidové zóny či skupinové a individuální studovny, které akustický problém mohou vyřešit. Problém samozřejmě nastává v momentě, kdy má knihovna k dispozici



pouze jeden prostor pro mládež. Jedinci, kteří potřebují klid, např. na čtení, pak tento prostor bohužel budou muset opustit a využít jiné prostory knihovny. Pro čtenáře může být vhodná například kavárna, kde si mohou v klidu přečíst knihy a zároveň využít nabídku cenově dostupných nápojů a jídla. Pokud v budově knihovny není možno zrealizovat kavárnu, je vhodné zajistit automaty na jídlo a pití, či alespoň rychlovarnou konvici.<sup>58</sup>

Co se týče nábytku vhodného pro mládež, měl by splňovat několik atributů. Nábytek k sezení by měl být především pohodlný a mělo by se jednat o nábytek moderní. Příkladem takového nábytku může být nábytek z obchodního domu IKEA, či takzvané sedací vaky a pytle. Vhodné také je do navrhování prostoru zapojit samotnou mládež. Koncept „freestyle“ také interiér často doplňuje vysokými stoly s barovými židlemi. Dalším konceptem může být tzv. **tovární styl** (betonové sloupy, odhalené roury apod.). To splňuje např. Hoeb4U či Národní technická knihovna ČR (viz kapitola 5). Další z možností je koncept „**Knihovna jako obývací**“ či „**Q-thek**“ (viz níže). V knihovně by také měla být prezentována u mládeže oblíbená témata např. graffiti, comics, fantasy apod. a to formou dekorací.<sup>59</sup>

### **2.1.1 Pokyny pro prostory pro dospívající**

Jelikož v České republice ani v Německu, neexistují žádná oficiální kritéria pro prostory pro dospívající v knihovně, proto jsou využity požadavky americké **YALSA**<sup>60</sup>, která stanovuje kritéria prostoru pro dospívající v knihovnách, konkrétně pro skupinu od 12 do 18 let:

#### **1. Vyžadovat od dospívajících zpětnou vazbu při vytváření prostoru pro dospívající a jeho designu**

Jak bylo řečeno již výše, dospívající by se měli podílet na činnosti knihovny. V tomto případě by se dospívající měli podílet na procesu plánování realizace prostoru/knihovny pro dospívající. Důležitá je také zpětná vazba ze strany dospívajících, která jim dá pocit „vlastnictví“ zařízení knihovny.

#### **2. Vytvořit takové prostředí, které podporuje emocionální, sociální a intelektuální vývoj**

---

<sup>58</sup> KELLER-LOIBL, K., *Handbuch Kinder- und Jugendbibliotheksarbeit*, s. 118.

<sup>59</sup> Tamtéž, s. 119-120.

<sup>60</sup> Young Adult Library Services Association, což je jedna z divizí ALA (American Library Association), <http://www.ala.org/yalsa/>

Prostředí knihovny by mělo být pohodlné, mít mladistvý vzhled a vyvolávat příjemné pocity. Knihovna by také měla být schopna poskytnout útočiště, jak dospívajícím, kteří se chtějí učit, tak dospívajícím, kteří se chtějí bavit. Důležité je dospívajícím umožnit, aby v prostorách knihovny mohli konzumovat jídlo a pití. Opomenuta nesmí být ani přehledná navigace, aby dospívajícím bylo jasné, kde se mohou bavit, kde učit apod. Prostor pro dospívající by také měl být bezbariérový.

### **3. Poskytnout dospívajícím takový prostor, který odráží jejich komunitu**

Důležité je začlenit takový design, aby bylo jasné, že se jedná o prostor právě pro dospívající. Prostor by měl také zabírat plochu úměrnou procentu dospívajících z celkové populace v dané lokalitě. Prostor pro dospívající by neměl být umístěn v blízkosti dětského koutku a klidových zón, tak aby při zábavě či jiných skupinových aktivitách nedocházelo k rušení ostatních uživatelů, samozřejmě musí být mládeži zpřístupněny i klidové zóny, aby se měla kde vzdělávat popřípadě si číst.

### **4. Poskytnout a propagovat materiály, které podporují vzdělávací a volnočasové potřeby dospívajících**

Důležité je, aby fond knihovny obsahoval, jak bylo řečeno již výše, materiály vyplňující volný čas mládeže, ale také umožňující plnit školní povinnosti. Tyto materiály samozřejmě musejí být aktuální. Co se volného času týče, nemělo by chybět fantasy (u dívek v současnosti oblíbené tzv. upírské ságy), sci-fi, manga, komiksy apod. Opomíjeny by neměly být ani audio knihy, hudba ve formátu mp3, filmy na BlueRay apod. Samozřejmostí jsou CD a DVD, ale také PC a konzolové hry. Pro účely vzdělávání by měly být k dispozici databáze s možností si potřebné materiály stáhnout či vytisknout.

### **5. Poskytnout dospívajícím takový prostor, který odpovídá jejich požadavkům, ti se mohou tak cítit bezpečně a vítáni**

Důležité je, aby byla nastavena taková pravidla chování, aby se dospívající v prostoru cítili bezpečně, pohodlně a neomezovali se navzájem a neomezovali ostatní uživatele knihovny. Vhodné je, pokud se dospívající na vytváření těchto pravidel budou podílet. Důležité je tato pravidla zveřejnit tak, aby je znali jak uživatelé, tak zaměstnanci.



## 6. Poskytovat takový nábytek a technologie, které jsou praktické a adaptabilní

Prostor pro dospívající by měl být navržen tak, aby umožňoval vykonávat různé aktivity. Stejně tak regály by měly být uzpůsobeny různým formátům dokumentů. Nábytek by měl být přemístitelný. Důležitý je takový software a hardware, který umožní využití všech technologií v knihovně dostupných a je přizpůsobený potřebám dospívajícím s postižením. Dostatečné osvětlení, větrání, akustika či regulace teploty jsou také důležitými komponentami. Důležité je také zajištění dostatečného počtu zásuvek, tak aby mládež mohla využít i vlastních zařízení. WiFi je pro dospívající samozřejmostí.<sup>61, 62</sup>

### 2.1.2 Q-thek a další možnosti prostoru pro dospívající

Jedná se o nový koncept prostoru veřejných knihoven. Kombinuje moderní nábytek, technologie a možnost učení a relaxace. Proto tento koncept vyhovuje požadavkům na prostor pro dospívající. Toto pojetí knihovny vzešlo z projektu, který byl realizovaný roku 2009 a byl zaměřen na prostor knihovny zaměřený na učení, jednalo se o projekt „Lernort Bibliothek – zwischen Wunsch und Wirklichkeit“ (v překladu Knihovna-místo učení mezi přáním a skutečností). Roku 2010 navrhla prostor architektonická kancelář Reich a Wamser GbR. V současnosti prostory Q-thek (viz obrázky č. 4, 5, 6) realizuje společnost EKZ.<sup>63, 64</sup>

---

<sup>61</sup> Teen Space Guidelines, In: *YALSA* [online].

<sup>62</sup> Pokud zůstaneme u Spojených států amerických, působí zde odbornice, která se zaměřuje právě na prostor pro dospívající **Kimberly Bolan**.

<sup>63</sup> „Q-thek“ [online], s. 3.

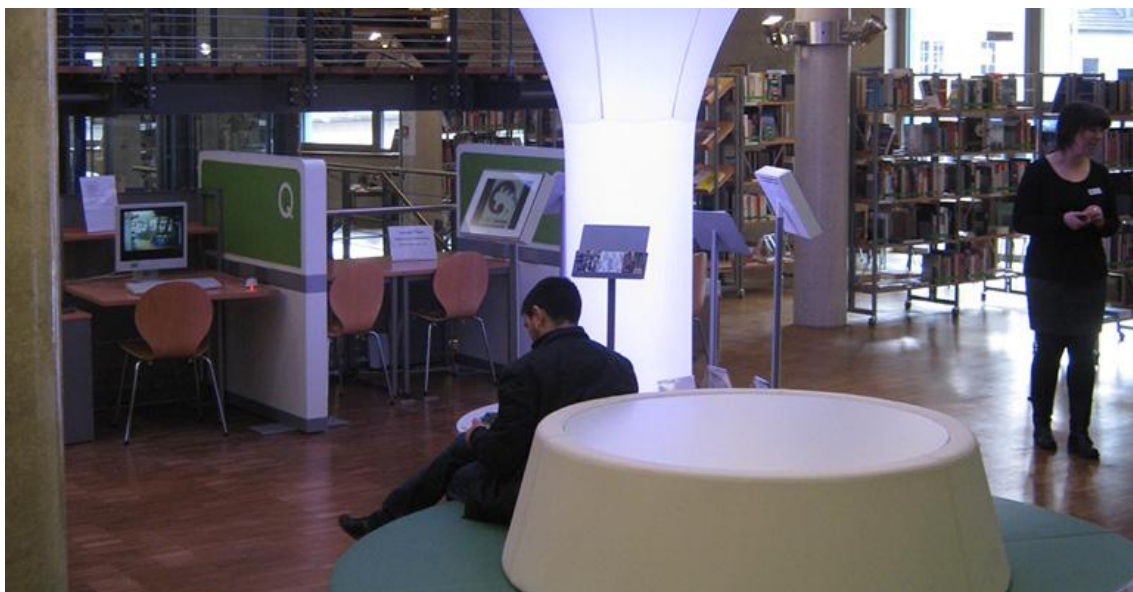
<sup>64</sup> Q-thek - ein Konzept für innovative Bibliotheksräume, In: *Ekz.bibliotheksservice* [online].



Obrázek č. 4 Q-thek  
(<http://www.ekz.de/moebel-bibliotheks-zubehoer/themen/q-thek/>)



Obrázek č. 5 Q-thek - prezentace  
(<http://www.ekz.de/moebel-bibliotheks-zubehoer/themen/q-thek/>)



Obrázek č. 6 Q-thek - relaxace  
(<http://www.ekz.de/moebel-bibliothekszubehoer/themen/q-thek/>)

### **Q-thek stojí na těchto principech:**

- 1) Prezentace**
- 2) Relaxace**
- 3) Učení**
- 4) Komunikace**
- 5) Informace<sup>65</sup>**

Další zajímavou možností jak realizovat prostor pro dospívající je koncept „**Knihovna jako obývací město**“. O tomto konceptu hovoří především Olga Biernatová<sup>66</sup> a Zlata Houšková<sup>67</sup>. Knihovny by se podle tohoto konceptu měly transformovat ze sterilních, tichých a zastaralých míst v domácí prostředí s příjemným interiérem. U nábytku je důležitá estetičnost, pohodlí. Důležité jsou také různé dekorace a také funkční rozdělení prostoru knihovny. Důležité je také kvalitní zázemí, což zahrnuje šatnu, WC, WiFi, možnost občerstvení apod. Tento koncept tedy opět splňuje požadavky na prostor pro dospívající.<sup>68</sup>

Inspirací jak by prostor pro dospívající měl vypadat, lze nalézt i v komerční sféře. V Praze je to například **Anticafé** (viz obrázek č. 7) , jedná se o prostor, kde je možno se

---

<sup>65</sup> „Q-thek“ [online], s. 5.

<sup>66</sup> PARTSIP. *Cesta za lepším rozhraním knihovnických služeb* [online], s. 17-19.

<sup>67</sup> HOUŠKOVÁ, Z., *Může knihovna být obývacím městem?* [online].

<sup>68</sup> VRZALOVÁ, T., *Knihovna jako obývací město*, In: *Wikipedia* [online].

v klidu učit, číst si, ale také hrát deskové i konzolové hry, povídat si s kamarády, zhlédnout filmy. Jsou zde klidové zóny, ale i zóny, kde se dá bavit s přáteli. K dispozici je také WiFi a velké plátno, na kterém je možno sledovat filmy. Knihy a veškeré ostatní materiály si návštěvník musí donést sám. Navíc se jedná o moderní prostor s moderním nábytkem. Platí se pouze za čas, který zde jedinec stráví, cena se pohybuje od 1 do 2 korun za minutu, s tím že je zde 10% sleva pro studenty a slevy pro věrné zákazníky. K dispozici je také občerstvení, které je zcela zdarma. Je také možné donést si vlastní občerstvení. Otevřeno je zde každý den od 10:00 do 22:00.<sup>69</sup>



Obrázek č. 7 Anticafé – plán (<http://www.anti-cafe.cz>)

Další možnou inspirací je Unijazz (viz obrázek č. 8), jedná se o knihovnu a čítárnu, která funguje již od roku 1997, k dispozici je zde asi 1500 knih, které jsou zaměřeny na hudbu a film, ale je zde také beletrie. Pořádají se zde poslechové pořady, filmové projekce, autorská čtení apod. Je zde domácké prostředí.<sup>70</sup>

<sup>69</sup> Anticafe [online].

<sup>70</sup> Profil Unijazzu, Unijazz [online].





Obrázek č. 8 Unijazz – čítárna (<http://www.unijazz.cz/cs/citarna/o-citarne/11/29>)

Zajímavý koncept designu interiéru nabízí síť kaváren **Starbucks** (viz obrázek č. 9), jedná se o kavárny pro které je typický originální design, pohodlná křesla a pohovky, ale také dekorace, decentní osvětlení a uklidňující hudba. Jedná se o místo vhodné pro posezení s přáteli či čtení knihy o samotě. Pro zákazníky je k dispozici WiFi, takže je možné pracovat například na vlastním notebooku. Nevýhodou pro dospívající mohou být poměrně vysoké ceny nápojů a jídla. Zajímavostí je, že v japonské veřejné knihovně v městě Takeo, byl otevřen Starbucks přímo v prostorách knihovny.<sup>71, 72</sup>



Obrázek č. 9 Starbucks (<http://www.starbuckscoffee.cz/coffeehouse>)

### Co se knihovny mohou od Starbucksu naučit?

- 1) Poloha v blízkosti centra
- 2) Moderní, netradiční nábytek

<sup>71</sup> Starbucks v České republice, In: *Starbucks Coffee Company* [online].

<sup>72</sup> TORRES, I., Japanese public library opens with a Starbucks inside, In: *The Japan Daily Press* [online].

- 3) **Přímý kontakt s personálem**
- 4) **Zřetelný firemní styl tzv. corporate identity**
- 5) **Bezplatný přístup k WiFi**
- 6) **Přátelská atmosféra pro práci i relaxaci**
- 7) **Komunikace**
- 8) **Jídlo a pití<sup>73</sup>**

## 2.2 Personál

Knihovník/informační pracovník, který pracuje s mládeží, má důležitou úlohu. Takový pracovník musí dokonale znát psychické zvláštnosti dospívajících, aby s nimi uměl vhodně komunikovat a uměl jim doporučit správnou knihu či službu, což znamená, že knihovník by se měl v těchto oblastech bez problému umět orientovat. Důležité také je, aby knihovník k dospívajícím přistupoval jako k individualitě. Důležitá je znalost zájmů a potřeb dospívajících. Knihovníci by také měli být schopni navázat spolupráci s ostatními organizacemi, které svým zaměřením korespondují s potřebami mládeže. Důležitou vlastností knihovníka, který pracuje s mládeží, je flexibilita. Výhodou samostatných oddělení pro mládež je, že dospívající se před vrstevníky nestydí zeptat, protože jsou mezi „svými“, na druhou stranu dospívající se v oddělení pro dospělé cítí důležitý. Pracovník informační instituce musí být odborně na výši, zároveň však musí mít psychologický postřeh a pedagogický takt, měl by být ochoten sdělovat své poznatky a všemi prostředky, které daná instituce nabízí zpřístupnit danou informaci či dokument.<sup>74, 75</sup>

Pro dospívající může být vstup do cizího prostředí komplikovaný, proto je důležitá přítomnost mladého personálu a to například v podobě tzv. tutorů či dobrovolníků z řad samotných dospívajících. Přítomnost mladého personálu během registrace nového uživatele může zvýšit důvěryhodnost dané knihovny. Průkopnický koncept v oblasti personálu zavedla Hoeb4U (viz kapitola 5). Jedná se o první „**juniorský provoz**“ v oblasti německých knihoven. „**Mladí mladým**“, to je motto, tohoto konceptu. Zaměstnanci jsou mladí lidé, důraz je kladen na corporate identity (zaměstnanci nosí černá trička s logem knihovny a jmenovky) a také na rovnocenný vztah s uživateli. V knihovně jsou tři stálí zaměstnanci, kteří se o knihovnu starají společně se stážisty (kterými jsou právě mladí lidé), kteří v Hoeb4U stráví 12 měsíců. Hoeb4U slouží jako „laboratoř“, kde jsou prakticky

---

<sup>73</sup> KELLER-LOIBL, K., *Mládež a knihovny* [online].

<sup>74</sup> VÁŠOVÁ, L., *Úvod do bibliopedagogiky*, s. 152 – 153.

<sup>75</sup> OVESNÁ, M., *Dospívající dívky jako specifická kategorie uživatelů knihoven*, s. 20.

zkoušeny programy pro mládež a po jejich úspěšné realizaci jsou uvedeny do praxe dalších knihoven.<sup>76, 77, 78</sup>

Dle YALSA by knihovník při vytváření nabídky pro dospívající měl splnit následující požadavky:

- 1. Navrhovat, realizovat a hodnotit programy a služby v rámci strategického plánu knihovny a to na základě vývojových potřeb dospívajících a s jejich zapojením.**
- 2. Identifikovat a plánovat služby a programy pro dospívající v netradičním prostředí, jako jsou nemocnice, výchovná zařízení apod.**
- 3. Poskytovat informační a rekreační služby tak, aby splňovaly různorodé potřeby a zájmy dospívajících a to ku prospěchu jejich osobního rozvoje a růstu.**
- 4. Průběžně identifikovat trendy a pop-kulturní zájmy dospívajících s cílem je informovat a mít k dispozici fond týkající se pop-kulturních zájmů a rekreačních potřeb.**
- 5. Poučit dospívající v základním sběru informací, výzkumných technikách a informační gramotnosti a rozvíjet návyky celoživotního vzdělávání.**
- 6. Aktivně zapojit dospívající při plánování a realizaci služeb knihovny pro jejich věkovou skupinu a to prostřednictvím neformálních prostředků.**
- 7. Vytvořit prostředí, které odpovídá flexibilní a měnící se povaze dospívajících zahrnující zábavu, informační a technologické potřeby.<sup>79, 80</sup>**

---

<sup>76</sup> Konzept. *Hoeb4U* [online].

<sup>77</sup> KELLER-LOIBL, K., *Handbuch Kinder- und Jugendbibliotheksarbeit*, s. 111.

<sup>78</sup> OVESNÁ, M., *Dospívající dívky jako specifická kategorie uživatelů knihoven*, s. 22.

<sup>79</sup> Tamtéž, s. 13.

<sup>80</sup> FLOWERS, S., *Guidelines for Library Services to Teens* [online].

### 3 Dospívající versus knihovna, služby a fond

V předešlých dvou kapitolách byly definovány sociologické, psychologické a emocionální charakteristiky dospívajících dívek. Definován byl taktéž interiér a personál z pohledu dospívajících. Důležité je rovněž charakterizovat knihovnu jako celek, ale také uvést, jaké služby by knihovna měla dospívajícím nabízet. Zásadním prvkem jak knihovny, tak poskytovaných služeb je fond knihovny a jeho charakteristika.

Prvním krokem k tomu, aby knihovna mohla být pro dospívající přínosná, je pochopení dospívajících jako cílové skupiny. To deklaruje i směrnice IFLA pro práci s dospívajícími: „*Mládež má nárok na knihovní služby stejné kvality, jaké se nabízejí jiným věkovým skupinám obyvatelstva. Kdekoli je to možné, služby by se měly rozvíjet v partnerství se samotnou mládeží.*“<sup>81, 82</sup>

Knihovny by dospívajícím měly nabízet přechod mezi dětským a dospělým oddělením a nabízet média a služby přizpůsobené potřebám dospívajícím. Pro knihovny je těžké uchopit potřeby této různorodé kategorie uživatelů. Dospívající potřebují informace např. k domácím úkolům, referátům. Jsou ale také příslušníky skupiny, jejichž zájmy a postoje se rychle mění. S tím také souvisí nutnost respektování odlišných způsobů oblékání a vzhledu. Dospívající jsou citliví a snadno rozpoznají, zda jsou někde vítáni či nikoliv, dvojnásob to pak může platit u dívek. Duševní a tělesný vývoj také u každého z jedinců probíhá různorodě, různorodá je také kulturní či náboženská příslušnost. Jak se přesvědčíme níže (viz kapitola 5), v zásadě existují dva modely knihovny či oddělení pro mládež: **knihovna zaměřená pouze na volný čas, setkávání** apod. a **knihovna kombinující zábavu a plnění školních povinností.**<sup>83, 84</sup>

Dle Kerstin Keller-Loibl by měla knihovna, která chce poskytovat služby mládeži splňovat následující požadavky:

- 1), ***Brát vážně změnu mediálního chování***
- 2) ***Nabídku služeb a prostory přizpůsobit potřebám mládeže***
- 3) ***Vlastní oddělení/úsek pro mládež***
- 4) ***Účast mládeže***
- 5) ***Vlastní personál***

---

<sup>81</sup> KELLER-LOIBL, Mládež a knihovny [online].

<sup>82</sup> IFLA. *Guidelines for Library Services for Young Adults* [online], s. 2.

<sup>83</sup> KELLER-LOIBL, Kerstin, *Handbuch Kinder- und Jugendbibliotheksarbeit*, s. 107, 109.

<sup>84</sup> Tamtéž, s. 111.



## 6) *Vlastní firemní styl (corporate identity)*

## 7) *Virtuální služby*<sup>85</sup>

Jak bylo již několikrát zdůrazněno, **média** hrají v životě mládeže důležitou roli, pro knihovny to znamená: respektování multitaskingu, požadavku rychlého vyhledání médií, ale také například teze, že dokumenty netištěné postupně překonávají dokumenty tištěné. Internet a počítač jsou pro dnešní mládež nepostradatelné stejně tak, jako sociální sítě. Do fondu knihovny je také nutné zařadit aktuální tzv. módní média.<sup>86</sup>

Dospívající potřebují takové **dokumenty**, které budou pokrývat oblast jejich zájmů ve volném čase, ale také dokumenty týkající se školních povinností a samozřejmě také dokumenty aktuální, které jsou tzv. trendy. V současné době hrají velkou úlohu dokumenty netištěné např. v *medien@tage* (viz kapitola 5) je 60% dokumentů digitálních a v *Hoeb4U* (viz kapitola 5 je 50 % dokumentů taktéž digitálních). Konkrétně tištěná média by měla obsahovat beletrii pro dospívající, věcnou literaturu ale také časopisy, především komiksy a manga<sup>87</sup>. Témata, která by měla být v literatuře pro dospívající zastoupena, by měla korespondovat s tzv. riziky dospívání: závislosti, zneužití, násilí apod. U dívek by pak měl být zastoupen oblíbený žánr fantasy, či beletrie s milostnou zápletkou apod. Co se týče netištěných dokumentů, jsou důležitá DVD, CD, ale také PC či konzolové hry. U mládeže jsou poměrně oblíbené deskové hry. Ve většině českých knihoven jsou všechny typy her půjčovány pouze prezenčně (viz kapitola 5). Mládež by tak měla mít k dispozici např. xbox či taneční podložky<sup>88</sup>, které by mohly zaujmout právě dívky. Možností jak mládeži dnes přiblížit četbu jsou tzv. elektronické knihy, jedná se totiž o propojení technologií a klasické knihy. Dokumenty dostupné v knihovně či oddělení pro dospívající by měly odpovídat rozdílným prostředím, v nichž se mládež vyskytuje a také různým kulturám.<sup>89, 90</sup>

**Služby** pro dospívající by měly být atraktivní, což dnes znamená především využití technologie. Základem by měl být přístup k PC a internetu. Internet by pak měl být dostupný prostřednictvím WiFi a umožnit tak přístup k internetu i prostřednictvím vlastních zařízení, např. notebooků či smartphonů. Knihovna by v ideálním případě také měla zajistit pomoc s domácími úkoly, při výběru povolání či střední nebo vysoké školy.

<sup>85</sup> KELLER-LOIBL, K., *Mládež a knihovny* [online].

<sup>86</sup> Tamtéž.

<sup>87</sup> Japonský komiks.

<sup>88</sup> Speciální druh herního ovladače, který snímá pohyb a slouží k ovládní hry.

<sup>89</sup> KELLER-LOIBL, K., *Handbuch Kinder- und Jugendbibliotheksarbeit*, s. 121.

<sup>90</sup> Tamtéž, s. 122 - 123.

Možností jak zatraktivnit knihovnu je také zprovoznění Informačního centra pro mládež<sup>91</sup> v knihovně a tím rozšířit nabídku informací a služeb. Samozřejmostí je půjčování dokumentů, ale také například možnost tisku apod. Mládež by také měla mít možnost konzumovat v prostorách knihovny jídlo a pití, o samotě relaxovat, či se naopak bavit s vrstevníky. Samozřejmostí je také OPAC, který by měl nabízet snadné a rychlé vyhledávání. V ČR může být dobrým příkladem katalog nové generace Carmen, kde jsou používány fasety, zobrazovány obálky knih, anotace, možnost hodnocení titulů apod. Knihovna by také měla nabídnout designově zajímavé stránky se všemi potřebnými informacemi, nejlépe nabízet speciální stránky pro dospívající. Vzhledem k velkému významu technologií, jsou stránky knihovny velkou příležitostí, jak se dospívajícím prezentovat a přiblížit. Stránky knihovny by také měly obsahovat hry, měly by být interaktivní, umožňovat komunikaci a participaci dospívajících, upozorňovat na akce knihovny, ale také například na program kin a jiných, pro dospívající atraktivních zařízení.<sup>92</sup>

Důležitou součástí knihovny jsou také **akce** pro dospívající. Mládež by měla mít možnost se na výběru akcí podílet. Témata akcí by měla vycházet z potřeb dospívajících. Příkladem mohou být zájmové akce u dívek, např. kosmetické kurzy, kterých se samozřejmě mohou účastnit i chlapci, různé čtecí kluby zaměřené právě na dívčí literaturu apod. Atraktivní mohou být například hudební pořady, ale také například kurzy zaměřené na technologie. V tomto období si dospívající vybírají budoucí profesi, a to především výběrem střední či vysoké školy, vhodné jsou proto workshopy s odborníky dané profese či školy.

---

<sup>91</sup> Pobočka Národního informačního centra pro mládež, které je pobočkou Národního ústavu pro vzdělávání, což je organizace zřízená Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy. ICM se zaměřuje na informace a služby, jež dospívající zajímají např. cestování, studium, kulturní akce apod. V ČR je pobočka ICM v Novém Bydžově a Turnově.

<sup>92</sup> KELLER-LOIBL, Kerstin, *Handbuch Kinder- und Jugendbibliotheksarbeit*, s. 125 - 126.

## 4 Marketing

*„Marketingem je každý kontakt, který má vaše společnost s kýmkoliv ve vnějším světě“.*<sup>93</sup>

Knihovny jsou dospívajícími vnímány především jako instituce, kde se půjčují dokumenty<sup>94</sup>. Nástrojem jak změnit pohled na knihovny je marketing. Jelikož knihovny disponují omezenými financemi, je vhodným prostředkem guerilla marketing. Knihovna je také specifická tím, že nabízí služby, proto se v této kapitole budeme zabývat také designem služeb. Neméně důležitá je corporate identity.

### 4.1 Guerillový marketing

*„Guerillový marketing je novodobý, vysoce efektivní způsob propagace; jeho smyslem je vzbudit velkou pozornost s minimálními finančními náklady.“*<sup>95</sup>

Název je odvozen z vojenské terminologie 19. století. Termín guerilla je používán pro malou skupinu vojáků, jež musela vymyslet efektivní strategii, aby porazila nepřítele, který disponoval větším počtem vojáků, šlo v podstatě o boj bez pravidel. Menší počet vojáků v marketingu symbolizuje především nedostatek finančních prostředků. V guerilla marketingu funguje i boj bez pravidel, neboť se používají praktiky netradiční, které mohou být někdy až na hranici zákona (např. video narušující mravní výchovu mládeže). Hlavními **prostředky** guerilla marketingu jsou: **nekonvenčnost, překvapení a kreativita**. Výhodou guerilla marketingu jsou také kampaně, kterých se lidé či dokonce média účastní, aniž by si to uvědomovali, navíc je pro ně kampaň zábavná. V první polovině 20. století byl definován **útočný marketing**, který ve své podstatě odpovídal dnešnímu guerilla marketingu. Termín guerilla marketing byl poprvé použit v roce 1965, nešlo však o guerilla marketing jako takový, nýbrž pouze o ničení marketingových aktivit konkurence. Roku 1983 pak **Jay Conrad Levinson** vydal ucelenou knihu o guerilla marketingu, kde je guerilla marketing již v takové podobě, jak jej známe dnes. V roce 1990 se k guerilla marketingu přidala ambientní média<sup>96</sup> v roce 1996 se v souvislosti se vznikem internetu přidává virální marketing (viz níže).<sup>97</sup>

---

<sup>93</sup> LEVINSON, J. C., *Guerilla marketing*, s. 5.

<sup>94</sup> Tato skutečnost vzešla z výzkumu, který byl realizován v bakalářské práci, v podobném duchu se nesly i výsledky výzkumu v rámci této diplomové práce, v Německu s tímto předpokladem pracuje projekt BiblioFreak (viz níže).

<sup>95</sup> ADÁMKOVÁ, V., Guerilla marketing, In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online].

<sup>96</sup> Jedná se o netradiční média, která působí na uživatele mimo jejich domovy a vyvolávají buzz okolo značky, produktu či služby (např. reklama na listcích do kina).

<sup>97</sup> GÜNTHEROVÁ, E., Guerrilla marketing jako výzva pro knihovny, Guerrilla Readers jako vyzývatele,

Příkladem guerilla marketingu v knihovnictví ČR je projekt Kabinetu informačních studií a knihovnictví Masarykovy univerzity (dále KISK MUNI) v Brně **Guerilla Readers** (dále GR), který se snaží popularizovat čtenářství a knihovny obecně, právě pomocí guerilla marketingu. Projekt vznikl roku **2008**. Mezi akce které byly realizovány prostřednictvím tohoto projektu patří například: **Přechod pro čtenáře**<sup>98</sup> či **Knihy v tramvaji**<sup>99</sup>. Využíván je také virální marketing (viz níže), jelikož videa z těchto akcí jsou dostupná na YouTube. Ve spolupráci s brněnskou hudební skupinou Fruit Machine také vytvořili roku 2009 popularizační píseň **Knihovnická**, která je taktéž dostupná na serveru YouTube. Vytvořen byl také lehce erotický **kalendář**, jenž byl nafočen v prostorách Moravské zemské knihovny. GR také aplikovali prvky street art<sup>100</sup>, když například výstavu brněnského planetária dekorovali výjevy z Malého prince. GR také realizovali blog o guerilla marketingu v knihovnách a jsou činní na sociálních sítích. Čtenářství a knihovnu také popularizují pomocí e-shopu a výrobce placek Bad Gees, kde jsou dostupné placky se čtenářskou a knihovnickou tematikou. V současné době již Guerilla Readers nejsou aktivní, jejich stránky však stále fungují, stejně tak facebook, poslední příspěvky jsou však z roku 2011. Nicméně to byla iniciativa, kterou bylo nutno v této diplomové práci zmínit.<sup>101, 102, 103, 104</sup>

V Německu v současnosti funguje projekt **Bibliofreak**, cílem této kampaně je veřejnost informovat o současných službách knihoven. Tato kampaň chce zlepšit image knihoven u veřejnosti. Bibliofreak mimo jiné upozorňuje na problémy ve financování knihoven. Kampaň se sice nezaměřuje pouze na dospívající, ale naopak na všechny bez rozdílu pohlaví, věku, vyznání apod. Stránky projektu jsou však atraktivní a mohly by mít u mládeže úspěch. Celá kampaň sází na atraktivitu a humor. Cílem projektu je samozřejmě také přilákat nové uživatele.<sup>105</sup>

---

*Knihovna* [online].

<sup>98</sup> Kampaň spojená s Knihou mého srdce, účastníci akce se převlékli za postavy s knihou a s danou knihou v ruce rozdávali na frekventovaném přechodu chodcům a řidičům letáky právě na anketu *Knih mého srdce*.

<sup>99</sup> Akce spojená opět s anketou *Knih mého srdce*. V tramvajích byly rozvěšeny knihy s červenými srdci, která vyzývala k hlasování v anketě.

<sup>100</sup> Druh umění, které je realizované na veřejných místech.

<sup>101</sup> GÜNTHEROVÁ, E., Guerrilla marketing jako výzva pro knihovny, Guerrilla Readers jako vyzývatele, *Knihovna* [online].

<sup>102</sup> *Guerrilla readers* [online].

<sup>103</sup> *Bad Gees* [online].

<sup>104</sup> GÜNTHEROVÁ, E., Guerrilla marketing, *Inflow* [online].

<sup>105</sup> *Bibliofreak.org* [online].

### 4.1.1 Buzz marketing

Jedná se o marketing, při jehož realizaci se využívá interakce spotřebitele a uživatele výrobku či služby, které slouží k zesílení původního marketingového sdělení.<sup>106</sup>

Tento druh marketingu je obzvláště vhodnou metodou pro knihovny, jelikož se jedná o nejlevnější marketing vůbec. Jeho realizace je však o to složitější. Jde o to, zákazníka, v našem případě uživatele, natolik šokovat, aby o knihovně mluvil se svým okolím, šířil svá doporučení a nevědomky tak realizoval marketing za knihovnu a zdarma. Ústní podání je nejstarší formou marketingu. Tento efekt, ústní předávání referencí, je základem buzz marketingu a je nazýván „*Word of Mouth*“, českým ekvivalentem je „šeptanda“. Na druhou stranu díky nástupu technologií, masmédií a sociálních sítí, které mládež využívá každodenně, se dnes jedná o nejúčinnější reklamu vůbec a původně ústní forma se transformuje v písemnou. Buzz vzniká většinou sám od sebe, ale knihovna má možnost jej přiživovat a nasměrovat správným směrem.<sup>107, 108</sup>

Některé firmy najímají tzv. buzz agenty, kteří za vzorky produktu či finanční odměnu ústní formou propagují výrobky. V současné době existuje portál Trnd (The real network dialogue), kde si lidé mohou vybrat produkty, které chtějí vyzkoušet, zdarma si je nechat zaslat domů a otestovat. Protislužbou pak je, že formou *Word of Mouth*, zákazník šíří informace o zvoleném produktu. Tyto informace samozřejmě musejí být pouze pozitivní. Pokud se zákazníkovi zvolený produkt nelíbí, neměl by o něm hovořit, ale pouze přes portál výrobcům vylicit nedostatky. S tím souvisí negativní stránka buzz marketingu, který se může obrátit v neprospěch firmy či organizace.<sup>109</sup>

### 4.1.2 Viral marketing

Další z větví guerilla marketingu je tzv. viral marketing. Hlavním nástrojem virálního marketingu jsou v současnosti především sociální sítě, které umožňují rychle šíření především videí. Prostřednictvím těchto videí je zahájen komunikační proces, který podněcuje diskuzi o službě či produktu. Do světa je vypuštěn „virus“ (proto virální marketing), který je schopen se rychle šířit a propagovat služby a produkty. Virus je šířen na základě doporučení, v rámci sociálních sítí prostřednictvím sdílení apod. V tomto ohledu se jedná o buzz marketing. Viral marketing však využívá především videí, buzz

<sup>106</sup> Marketing buzz, In: *Wikipedia* [online].

<sup>107</sup> Buzzmarketing,,In: *Wikipedia* [online].

<sup>108</sup> Co je šeptanda neboli ústní reklama?, In: *Trnd* [online].

<sup>109</sup> Tamtéž.

marketing pouze předává ústní či písemnou formou informace. Úspěšná virální kampaň by měla být vtipná, dráždivá a nekonvenční, popřípadě užitečná. Tato metoda je obzvláště vhodná pro propagaci mezi mládeží, která hojně využívá sociálních sítí.<sup>110, 111</sup>

V knihovnictví se objevilo několik videí, která využívají principů virálního marketingu a to v projektu KISK MUNI [čtenářství.knihovna.cz](http://ctenarstvi.knihovna.cz)<sup>112</sup>. Jedná se o videa od brněnského videostudia LudovicoFilm<sup>113</sup>. Jsou to videa: „Knihy nekoušou“<sup>114</sup>, „Nebojte se do knihovny“<sup>115</sup> a „Skandál v knihovně“<sup>116</sup>. Městská knihovna v Praze pak zveřejnila video ke kampani „Dejme knihám další šanci“<sup>117, 118</sup>

## 4.2 Design služeb

Design služeb je novou disciplínou, která spadá do oblasti řízení a marketingu. Základy této disciplíny byly položeny již před 40 lety, o zlepšování služeb tehdy začala psát Lynn Shostack ze CityBank. V praxi se začal design služeb vyvíjet cca před 10 lety a to z webdesignu, kdy se některé webdesignové firmy rozhodly nabízet komplexnější navrhování služeb a to od obchodního modelu až po vizuální stránku služby.<sup>119</sup>

Design služeb Birgit Mager popisuje jako: „*aplikaci nástrojů a metodologie designu na nehmotné produkty, tj. služby, za účelem tvorby řešení, která jsou užitečná, použitelná a atraktivní z pohledu zákazníka a efektivní a konkurenceschopná z pohledu poskytovatele.*“<sup>120</sup>

Design služeb stojí na předpokladu, že služby by měly být nastaveny tak, aby na všech místech interakce se zákazníkem vedly k jeho úplné spokojenosti. Z tohoto tvrzení lze vyvodit, že nedílnou součástí designu služeb je také personál a prostory samotné knihovny (viz kapitola 2). V designu služeb jsou kombinovány metody a postupy z mnoha oborů, a to nejen z příbuzných, ale i z těch vzdálených. Design služeb zahrnuje například management, jelikož služby musejí korespondovat s organizační strategií a obchodními cíli. Používány jsou také postupy z oblasti produktového managementu a webdesignu,

---

<sup>110</sup> PATALAS, T., *Guerillový marketing*, s. 74 – 75.

<sup>111</sup> Virální videa se šíří jako virus - lidé je milují, firmy vydělávají, In: *Česká televize* [online].

<sup>112</sup> [www.ctenarstvi.knihovna.cz](http://www.ctenarstvi.knihovna.cz)

<sup>113</sup> <http://ludovicofilm.cz/>

<sup>114</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=yJ8HkqXDJWk>

<sup>115</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=2hIxRsqhmT8>

<sup>116</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=Sy07sY9QoIc>

<sup>117</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=qhm3lSWNXjw>

<sup>118</sup> STRÝČKOVÁ, S., Kam s nimi?, *Inflow* [online].

<sup>119</sup> HAZDRA, A., *Skvělé služby*, s. 58.

<sup>120</sup> Tamtéž.

čímž se zajistí dobrá použitelnost služeb. Pro design služeb je však důležitá i sociologie, především výzkumné metody, díky kterým poznáváme chování zákazníka a jeho potřeby. Důležité jsou i umělecké obory, ty nabízejí prostředky jak služby vizualizovat. KISK MUNI v současné době realizuje projekt 100 metod<sup>121</sup>, který se zaměřuje na design služeb.<sup>122</sup>

#### 4.2.1 Příklady nástrojů designu služeb

##### Mystery shopping

Jedná se o kvalitativní výzkumnou metodu, původně používanou především v komerční sféře. V současné době se tato metoda využívá i v knihovnách, a to i díky projektu KISKu MUNI - MS3.<sup>123</sup> Mystery shopping se realizuje pomocí **mystery shoppera**, což je fiktivní uživatel, který podle předem daných postupů hodnotí službu jako celek. Knihovna má následně přehled o tom, jak její služby vnímá uživatel.<sup>124,125</sup>

##### Persony

Jedná se o nástroj, který umožňuje představit si konkrétní profily uživatelů tzv. fiktivní osobnosti. Persony jsou prostředkem pro definování, jak by se služba měla chovat a jak ji nastavit, tak aby co nejvíce vyhovovala potřebám konkrétních (i když fiktivních uživatelů). Pokud máme například dvě patnáctileté dívky, jejich potřeby mohou být naprosto odlišné, vidíme tak jednu a tutéž službu z více pohledů.<sup>126</sup>

##### Metoda Bi-zón

Tato metoda identifikuje, jak na sebe navazují jednotlivé kroky během poskytování služby. Metoda bi-zón ukazuje co se v procesu poskytování služby děje na straně uživatele a co na straně knihovníka. Výsledkem metody by měla být jednoduchá služba, tzn. služba, kdy je uživatel účastníkem pouze těch procesů, které jsou nezbytně nutné. Příkladem může být výpůjčka knihy v knihovně. Celý proces začíná on-line rezervací či osobní výpůjčkou uživatele, na straně knihovny musí být dostupný systém. Proces končí vrácením knihy a zapsáním tohoto údaje do databáze. Knihovna může

---

<sup>121</sup> <http://100metod.cz>

<sup>122</sup> HAZDRA, A., *Skvělé služby*, s. 58, 60

<sup>123</sup> Jedná se o projekt KISK MUNI, který má za cíl realizovat mystery shopping v knihovnách ČR, knihovny si mohou mystery shopping objednat.

<sup>124</sup> JIRÁSKOVÁ, M., *Mystery shopping v knihovnách*, s. 5

<sup>125</sup> MyS3 [online].

<sup>126</sup> HAZDRA, A., *Skvělé služby*, s. 92.

identifikovat, zda není služba pro uživatele příliš složitá, a které procesy a služby zapojuje.<sup>127</sup>

### Mapa kontaktních míst

Pro knihovny je to zvlášť vhodná metoda, jelikož zachycuje všechny body, na nichž probíhá interakce s uživateli. Metoda pokrývá všechny příležitosti, kdy knihovna komunikuje s uživateli. Lze zde zahrnout jak osobní kontakt, tak e-maily, plakáty. Pro knihovníky je problém navázat efektivní kontakt s dospívajícími<sup>128</sup>, proto je vhodné zmapovat všechny dosavadní cesty.<sup>129</sup>

### Deníky

Tato metoda slouží pro rozpoznání potřeb a návyků uživatelů. Tato metoda vyžaduje ochotu uživatelů, kteří si vedou deníky o aktivitách, které jsou spjaty s knihovnou a jejími službami. Metoda umožňuje vidět službu očima uživatele a identifikovat rizikové stránky služby, ale samozřejmě také identifikovat to, co uživatele zaujalo a co se mu líbí.<sup>130</sup>

## 4.3 Corporate identity

*„Corporate identity představuje hlavní strategii podniku. Je také sociální technikou pro založení, rozvoj a stabilizaci organizací. CI disponuje určitým součtem vlastností a způsobů prezentace, které určitou organizaci spojují a současně ji od jiných odlišují. Corporate identity je jejím smyslem a formou.“<sup>131</sup>*

V zásadě jde o stanovení dlouhodobé filozofie organizace či jiného subjektu. Což znamená definování dlouhodobé stabilní vize v proměnlivých podmínkách. Filozofii organizace lze realizovat prostřednictvím jednotného vystupování organizace na veřejnosti. Toto vystupování navíc musí být promyšlené, účinné a jednotné. Snaha o dosažení jednotného vystupování organizací je známá již od starověku. Příkladem může být stát, armáda či církev, které se snažili o jednotné vystupování svých institucí.<sup>132</sup>

<sup>127</sup> HAZDRA, A., *Skvělé služby*, 130 – 131, 134.

<sup>128</sup> Tato skutečnost vyšla najevo během diskuze na workshopu „Mláď v hledí v knihovny II“.

<sup>129</sup> HAZDRA, A., *Skvělé služby*, s. 124.

<sup>130</sup> Tamtéž, s. 104.

<sup>131</sup> SVOBODA, V., *Public relations moderně a účinně*, s. 28.

<sup>132</sup> Tamtéž.



Základ corporate identity (dále CI) tvoří především **filozofie organizace**, která by měla na první místo stavět spokojenost zákazníka, v našem případě uživatele. Filozofie v neziskové sféře, tedy i v knihovně je většinou víc zřejmá, nežli ve sféře ziskové. Není však méně či více důležitá, ani v jedné z obou sfér. Filozofie organizace se může skládat z několika segmentů, v případě knihovny by to měli být uživatelé, zaměstnanci, ale také služby či fond.<sup>133</sup>

Důležité jsou rovněž **prostředky** CI, kterými jsou:

### 1) corporate design

Jedná se o vizuální vyjádření reflexe organizace. Jde o jednotný design nebo jednotný vizuální styl a zahrnuje například logo organizace a další prostředky.

### 2) corporate communications

Jednotná komunikační strategie organizace je rovněž důležitá, součástí jsou také public relations, reklama, veřejná vystoupení, komunikace se státními orgány, s menšinami apod.

### 3) corporate culture

Je to systém hodnot, které prostřednictvím korporátního designu a korporátní komunikaci vyjadřují celkový obraz podniku. Patří sem například rituály při styku se zaměstnanci, nařízení a zvyklosti v oblékání zaměstnanců. Zahrnuje také jednotný design prostor a budov organizace, což také spadá do corporate designu a corporate communications, jelikož vzhled budov a prostor vyjadřuje kulturní úroveň organizace.

### 4) produkt organizace

Synonymum pro produkt organizace je nabídka služeb organizace, tento prostředek CI je realizován prostřednictvím marketingu. Pokud v rámci CI jako prostředek nefungovala nabídka služeb, neměl by CI smysl. Jednalo by se totiž jen o formu bez obsahu.<sup>134</sup>

**Výsledkem** CI za použití výše uvedených prostředků a filozofie organizace je **corporate image**. Existuje mnoho definic corporate image, které jsou nejednotné. Jednou

---

<sup>133</sup> SVOBODA, V., *Public relations moderně a účinně*, s. 30 - 31.

<sup>134</sup> Tamtéž, s. 31 - 44.

z nich je definice Scotta, Newsoma, van Slyka a Turka: „*Image je představa, kterou si vytvořila jedna veřejnost nebo více veřejností o nějaké osobě podniku nebo instituci. A to nikoliv jako dokreslený obraz, ale spíš jako mozaiku z pochycených, zlomkových, vzájemně se prolínajících detailů.*“<sup>135</sup>

---

<sup>135</sup> SVOBODA, V., *Public relations moderně a účinně*, s. 44.

## 5 Příklady dobré praxe

Výše byly vymezeny teoretické termíny. V této části budou popsány již existující prostory či oddělení pro dospívající v České republice, ale také v Německu a to včetně poskytovaných služeb. Na závěr kapitoly bude stav v obou zemích srovnán. V ČR existuje několik knihoven, které zrealizovaly prostor pro dospívající. V Německu existují oddělení pro dospívající či celé knihovny. Co se týče teoretického podkladu, v ČR se knihovnictví dospívajícími v podstatě nezabývá, v Německu existuje portál<sup>136</sup>, který se věnuje i požadavkům na knihovny pro dospívající.

### 5.1 Česká republika

Kromě níže uvedených příkladů existují v ČR také další knihovny, které v některých aspektech splňují požadavky, jež jsou vzhledem ke specifickým, která jsou s dospívajícími spojena nezbytná. Příkladem může být **Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci**<sup>137</sup>, ačkoliv je to knihovnou univerzitní a zaměřuje se tudíž především na lidi ve věku od 19 let, nabízí vyhovující interiér, ale také atraktivní akce. Knihovna navíc disponuje povedenými facebookovými stránkami<sup>138</sup>. Podobně je na tom **Knihovna Tomáše Bati ve Zlíně**<sup>139, 140</sup>. V **Městské knihovně Antonína Marka Turnov**<sup>141</sup>, až do roku 2012 fungovala čajovna, v současné době zde funguje Informační centrum pro mládež, které je vybaveno například klávesami, deskovými hrami a elektronickými šipkami. Existují rovněž stránky, které jsou databází<sup>142</sup> nových či zrekonstruovaných knihoven v ČR, jež by mohly být inspirací pro interiér pro dospívající. Inspirací může být rovněž databáze<sup>143</sup> designově nejzajímavějších knihoven v Evropě, v níž je zařazeno i několik knihoven ČR.

#### 5.1.1 Městská knihovna v Ostravě

Městská knihovna v Ostravě v současnosti disponuje několika kluby pro dospívající, které se liší jak svým zaměřením, tak interiérem. Z celkového počtu 27 poboček (včetně ústřední knihovny), 4 pobočky zahrnují do svého prostoru a programu

---

<sup>136</sup> <http://www.bibliotheksportal.de/themen/bibliothekskunden/jugendliche.html#c584>

<sup>137</sup> <http://www.knihovna.upol.cz>

<sup>138</sup> <https://www.facebook.com/knihovnaUP?ref=ts&fref=ts>

<sup>139</sup> <https://www.facebook.com/knihovnautb?fref=ts>

<sup>140</sup> <http://www.utb.cz/knihovna>

<sup>141</sup> <http://knihovna.turnov.cz>

<sup>142</sup> [http://architekturaknihoven.euweb.cz/nove\\_knihovny.html](http://architekturaknihoven.euweb.cz/nove_knihovny.html)

<sup>143</sup> <http://www.librarybuildings.info>

kluby pro mládež, které jsou realizovány v oddělení pro děti. Dva z klubů jsou v nově zrekonstruovaných prostorách a disponují moderním nábytkem. Knihovna také umožňuje složit Cambridgeské zkoušky<sup>144</sup>, a to v rámci Britského centra Knihovny města Ostravy. KMO také vytváří podmínky pro uživatele s handicapem a disponuje zvukovou knihovnou pro nevidomé a slabozraké.<sup>145</sup>

### **Klub K.O. = K.O. nudě**

V září roku 2011 byl zrekonstruován prostor Knihovny města v Ostravy (dětské oddělení), konkrétně pobočka v Ostravě-Porubě. Cílem této rekonstrukce, bylo vytvořit prostor pro dospívající ve věku 10 – 15. Na rozdíl od většiny knihoven se tato knihovna zaměřuje na užší věkovou skupinu. K.O. klub se nachází v prostorech dětského oddělení. Slouží, hlavně jako prostor pro relaxaci a respektuje hlučnost a častý pohyb mládeže. V tomto prostoru je první středu v měsíci pořádána akce pod názvem „**Pokec v knihovně**“, na programu jsou aktivity, které jsou pro tuto věkovou skupinu typické, témata jsou např. rap, graffiti, počítačové hry, ale například také canisterapie, či aikido. Interiér je vybaven vaky na sezení a vymalován ve stylu graffiti. K dispozici jsou knihy pro tuto věkovou kategorii typické např. fantasy, nachází se zde konzole PlayStation. V oddělení pro dospělé této pobočky je také možno si zapůjčit čtečku e-knih.<sup>146, 147</sup>

### **Čtenářský klub BOOKovka**

Sídlem tohoto klubu je pobočka v Ostravě-Vítkovicích. Dle stránek knihovny je určen všem, kteří chtějí svůj čas trávit aktivně, věk uživatelů tedy není přesně vymezen, původně byl tento klub určen pro dívky. Jedná se jak o čtenářský klub, tak o klub, který pořádá exkurze a výlety, jsou zde také pořádány výtvarné dílny. BOOKovka také seznamuje veřejnost s chodem knihovny. Samozřejmostí je doporučení knihy či vyslechnutí starostí dospívajících. Na pobočce jsou také k dispozici PC a PC hry k vypůjčení. Pracovníci knihovny poskytují kontakt na místní samosprávu, občanská sdružení a krizová centra. Tato knihovna také půjčuje čtečky e-knih a je v kontaktu s pedagogickými a sociálními asistenty. Jelikož se jedná oblast, kde je zastoupeno romské etnikum, disponuje tato pobočka také romskou literaturu, romistickou literaturou a také

<sup>144</sup> Zkoušky z anglického jazyka.

<sup>145</sup> Knihovna města Ostravy [online].

<sup>146</sup> KLUB K.O. = K.O.NUDĚ, In: *Knihovna města Ostravy* [online].

<sup>147</sup> OVESNÁ, M., *Dospívající dívky jako specifická kategorie uživatelů knihoven*, s. 24.

romským tiskem a nabízí také materiály ze sociální, národnostní a menšinovou problematikou.<sup>148, 149</sup>

## **K2**

Klubovna byla otevřena r. 2009 v Ostravě-Přívoze v rámci oddělení pro děti a mládež. K2 klubovna je určena pro dospívající, věk není přesně vymezen. Jsou zde pořádány přednášky, výtvarné dílny, soutěže. K2 je také určena pro setkávání s vrstevníky. Absenčně se zde půjčují společenské hry, ale také herní konzole PlayStation. Pořádána jsou veřejná čtení.<sup>150</sup>

## **Teenclub Gaučárna**

Teenclub byl zprovozněn na pobočce v Ostravě-Výškovicích r. 2012 a je určen dospívajícím ve věku 11 – 19 let. Klub se nachází v prostorách oddělení pro děti. Jedná se o zrekonstruovaný prostor přizpůsobený této věkové kategorii, nachází se zde vaky, gauč a moderní obrazy. Primárně je toto místo určeno pro setkávání teenagerů, knihovna se nachází na velkém sídlišti. K dispozici je knižní fond typický pro tuto věkovou kategorii. Probíhají zde také akce a to jednou měsíčně.<sup>151</sup>

### **5.1.2 Masarykova veřejná knihovna Vsetín**

Při této knihovně funguje **K-klub** (komunitní klub), který se primárně zaměřuje na dospívající. K-klub sídlí v centrální budově knihovny, mimo centrální knihovnu fungují také dvě pobočky umístěné na sídlišti. V centrální knihovně jsou v knihovně také tzv. selfchecky<sup>152</sup>. Prostory klubu jsou propojeny s čítárnou, studovnou a hudebním oddělením. Knihovna tak spojuje klasické služby knihovny s těmi komunitními. V K-klubu je možnost zapůjčit si knihy a časopisy, popřípadě CD a číst zde nebo poslouchat, k dispozici jsou také počítače, společenské hry. K-klub splňuje náročné požadavky dospívajících na knihovnu, umožňuje setkávání jak jednotlivců, tak zájmových skupin. Probíhají zde různé workshopy, kurzy, setkání se zajímavými lidmi, koncerty apod. V dopoledních hodinách prostory klubu slouží školám, probíhají zde různé besedy. Knihovna Vsetín také pořádá motivační kurzy pro nezaměstnané, rekvalifikační kurzy apod. Hlavní budova této

<sup>148</sup> Čtenářský klub BOOKovka, In: *Knihovna města Ostravy* [online].

<sup>149</sup> Vítkovice, In: *Knihovna města Ostravy* [online].

<sup>150</sup> K2, In: *Knihovna města Ostravy* [online].

<sup>151</sup> Teenclub Gaučárna, In: *Knihovna města Ostravy* [online].

<sup>152</sup> Zařízení, které umožňuje vrátit, ale také si půjčit knihy bez asistence personálu.

knihovny prošla roku 2006 rekonstrukcí. Jedná se o velice zajímavou knihovnu, která splňuje požadavky knihovny nového tisíciletí. V knihovně je také možno zapůjčit si elektronické knihy či deskové hry.<sup>153, 154</sup>

Oblíbeným žánrem dospívajících a to nejen dívek, ale i chlapců, jsou komiksy. Masarykova veřejná knihovna Vsetín, tak vyčlenila tomuto žánru speciální prostor a v lednu roku 2013 otevřela **Comics Club U Mouchy CC**. Prostory klubu jsou opatřeny komiksovými ilustracemi, konají se zde setkání hráčů stolních her apod. Klub je spojen s K-klubem, je zde tedy možno vykonávat všechny činnosti jako v K-Klubu. Knihovna, ale také Comics club mají své stránky na Facebooku.<sup>155</sup>

### 5.1.3 Městská knihovna v Praze

Městská knihovna v Praze disponuje 42 pobočkami a Ústřední knihovnou. Knihovna mimo jiné půjčuje čtečky e-knih, disponuje kinosálem a nabízí i 3D projekce. Knihovna se přizpůsobuje i lidem s handicapem, nabízí například důležité informace ve znakovém jazyce, individuální pomoc knihovníků, bezbariérové WC na většině poboček. K dispozici jsou odkazy na jednotlivé spolky, které se zabývají různými druhy postižení. Knihovna ke všem druhům postižení, tj. sluchovým, zrakovým, mentálním a tělesným poskytuje tzv. desatero komunikace, k dispozici je také seznam literatury vhodné pro jednotlivé druhy postižení. Knihovna nabízí také e-knihy (viz níže). Další přidanou službou MKP je Bibliobus Oscar.<sup>156</sup>

Městská knihovna v Praze se na mládež zaměřuje několika projekty a akcemi. Knihovna poskytuje své prostory pro hraní hry **Magic**. Jedná se o karetní sběratelskou hru, hráči získávají karty hraním hry, mohou si karty i vyrobit. Na stránkách knihovny jsou k dispozici také pravidla, data hraní her ale také odkaz na bližší informace, film apod. I přesto, že se jedná o karetní hru, má úspěch nejen v České republice, ale také v zahraničí. Hra má také komunitní funkci, slouží k setkávání různých skupin lidí. Jednou z primárních skupin je mládež. Magic se pravidelně hraje na šesti pobočkách (v Bohnicích, Opatově, Domě čtení, Ostrovského, Stodůlkách a Letné).<sup>157, 158</sup>

<sup>153</sup> OVESNÁ, M., *Dospívající dívky v knihovně*, s. 30.

<sup>154</sup> K-klub, hudební oddělení, čítárna, komiksový klub, In: *Masarykova veřejná knihovna Vsetín* [online].

<sup>155</sup> Tamtéž.

<sup>156</sup> Městská knihovna v Praze [online].

<sup>157</sup> Magic, *Městská knihovna v Praze*[online].

<sup>158</sup> OVESNÁ, M., *Dospívající dívky jako specifická kategorie uživatelů knihoven*, s. 26.

Další akcí je **CONiáš**, je složeninou slova con (z anglického convention) a Koniáš- OPAC Městské knihovny v Praze, kde si mohou účastníci této akce vyhledávat dokumenty k tématu CONiáše. Tématem jsou např. Dračí doupe, setkání redakce časopisu Pevnost apod. Součástí této akce jsou besedy, workshopy, autorská čtení, herní turnaje.<sup>159, 160</sup>

**Komiksová knihovna**, prostřednictvím komiksů, které často nejsou považovány za kvalitní a plnohodnotnou literaturu, snaží mládeži přiblížit např. Kytici či Shakespeara. Fond knihovny obsahuje samozřejmě také tradiční Čtyřlístek, či Sandmana. Městská knihovna v Praze také vydala dva e-komiksy, s názvem Pražská bible a Knihovna. Snaží se tak mládeži přiblížit zábavnou a netradiční formou téma knihovny a Pražské bible.<sup>161, 162</sup>

**Knihovna s fantazií**, tímto projektem se knihovna cíleně zaměřuje na sci-fi, fantasy a horor. Na stránkách knihovny jsou k dispozici návody jak v knihovně nalézt tento druh literatury a také odkaz na server Čtesyrád, kde jsou k dispozici nejčtenější knihy tohoto žánru. K tomuto projektu se váže také akce CONiáš (viz výše). Aktivity uvedené v odstavci, jsou určeny jak dívkám, tak chlapcům.<sup>163, 164</sup>

Posledním projektem Městské knihovny, která se zaměřuje na mládež, je **E-knihovna**, která se pod názvem **Knížky nejen do školy**, snaží uživatelům zpřístupnit a přiblížit knihy povinné četby. Uživatelé si mohou knihy přímo stáhnout do PC či jiného zařízení, nebo si knihy prohlédnout online. Uživatelům jsou také k dispozici informace z OPACu o povinné četbě, která je k dispozici jako audiokniha či film. Městská knihovna v Praze zpřístupňuje např. knihy K. Čapka, K. H. Máchy, příběhy Holmese apod. (jedná se o knihy, u kterých již neplatí autorské právo), tématem jsou například také knihy o Praze či knihy ženských autorek. K dispozici jsou portréty autorů a nabízí možnost nahlédnout do historických vydání knih, prostřednictvím knihovny Kramerius. Tyto stránky se objevují v designu maskota dospívajících, kterým je zajíc navržený grafiky Městské knihovny v Praze. Na stránky tohoto projektu se lze dostat také po zadání adresy [www.k4u.cz](http://www.k4u.cz). I toto byl projekt zaměřený na dospívající, jednalo se o sociální síť zaměřenou na knihy, byly zde k dispozici i hry apod. Projekt fungoval od r. 2009, ale díky nezájmu cílové skupiny byl

---

<sup>159</sup> CONiáš, *Městská knihovna v Praze* [online].

<sup>160</sup> OVESNÁ, M., *Dospívající dívky jako specifická kategorie uživatelů knihoven*, s. 26.

<sup>161</sup> Tamtéž.

<sup>162</sup> Komiksová knihovna, *Městská knihovna v Praze* [online].

<sup>163</sup> Knihovna s fantazií, *Městská knihovna v Praze* [online].

<sup>164</sup> OVESNÁ, M., *Dospívající dívky jako specifická kategorie uživatelů knihoven*, s. 26.

v roce 2011 zrušen. V současné době fungují facebookové stránky K4U, kde se sdružují dospívající uživatelé knihovny. V blízké době by na internetové stránce K4U měly být spuštěny zcela nové stránky pro dospívající s komplexními informacemi pro tuto kategorii uživatelů v odpovídajícím designu.<sup>165, 166</sup>

Městská knihovna v Praze je mládeži přístupná také svými webovými stránkami, které jsou designově, ale i uživatelsky přívětivé stejně jako katalog. Knihovna má také profil na sociálních sítích jako je Facebook, Twitter apod.<sup>167</sup>

#### 5.1.4 Městská knihovna Třinec

Knihovna klade velký důraz na práci s dětmi a mládeží. Disponuje šesti pobočkami. Na mládež se zaměřuje **M-klubem**, před jehož realizací o něm ředitelka Městské knihovny Třinec Martina Wolná prohlásila: „*Budeme první knihovna v ČR a jedna z nemnoha, která bude poskytovat informační, knihovnické a komunitní služby cíleně mladým lidem.*“ V dubnu minulého roku byl v této knihovně zprovozněn M-klub. Tento klub je určen mladým lidem ve věku 13 - 26 let. Jedná se o zařízení, které poskytuje knihovnické, informační a komunitní služby. Jsou zde realizovány různé besedy, přednášky. K dispozici je kvalitní fond zaměřující se na tuto věkovou skupinu, obsahuje komiksy, fantasy, sci-fi. Dále zde najdeme poslechovou místnost, počítače, WiFi. Samozřejmostí jsou také různé akce pro školy. Městská knihovna v Třinci v současnosti prochází rekonstrukcí, M-Klub je tedy v provizorních prostorách. Městská knihovna v Třinci však využila rekonstrukce a v prostorách klubu uspořádala akci s názvem „Rozlučkový sprej“. Uživatelé mohli vyzkoušet tvorbu graffiti a to pod dohledem odborníků. Součástí je také Informační centrum pro mládež, které informuje o různých příležitostech např. studijních, pracovních, v 29 zemích Evropské unie. Městská knihovna Třinec je také regionálním partnerem projektu Eurodesk. V knihovně je také klub hraní deskových her, hry si mohou přijít zahrát všechny věkové kategorie. V rámci oddělení pro děti a mládež jsou realizovány také výtvarné dílny. Samozřejmostí jsou stránky knihovny také na Facebooku, velice aktivní je Městská knihovna Třinec také na serveru YouTube,

---

<sup>165</sup> Knížky nejen do školy, *Městská knihovna v Praze* [online].

<sup>166</sup> OVESNÁ, M., *Dospívající dívky jako specifická kategorie uživatelů knihoven*, s. 26.

<sup>167</sup> Tamtéž, s. 27.



kde zveřejňuje videa z akcí knihoven apod. je mimochodem k dispozici také anketa<sup>168</sup> s dospívajícími, kteří navštěvují M-klub.<sup>169, 170</sup>

### 5.1.5 Další knihovny

#### Krajská knihovna Karlovy Vary

V Krajské knihovně Karlovy Vary funguje **A-klub**, a to jako samostatné oddělení. Je určen všem, kteří mají zájem o hudbu, film, alternativní umění, deskové hry a fantasy. Věkové omezení není stanoveno, ale tematické zaměření je atraktivní zejména pro věkovou kategorii, která je předmětem našeho zájmu. Sídlí zde také Herní klub, kde se hrají stolní hry (členem klubu se může stát každý starší 15 let). A-klub nabízí své prostory také pro začínající umělce, a to nejen spisovatele, básníky, ale také fotografy apod. K dispozici je zde WiFi, čtečky e-knih, ale také hudební CD, filmová DVD apod., audioknihy, LP, noty. Tématika dokumentů je zaměřena především na sci-fi, fantasy, hudbu a film. K dispozici jsou také desítky stolních her.<sup>171, 172</sup>

#### Regionální knihovna v Karviné

Velice zajímavé je využití virtuálního světa, které nabízí hra **SecondLife**. Uživatel se musí zaregistrovat a stáhnout program do PC. Poté může začít žít svůj virtuální život v SecondLife. Regionální knihovna v Karviné využila této zajímavé hry a vytvořila v tomto virtuálním světě také virtuální knihovnu. V tomto virtuálním světě se pohybují také zaměstnanci knihovny, kteří zodpovídají dotazy. Je zde umožněn přístup do katalogu knihovny, meziknihovního výpůjčního systému, informačního systému města Karviné, portálu antikvariátu, časopisu Sova, na stránky filmového klubu apod. Probíhají zde také diskuse, výstavy obrazů. K dispozici je také virtuální 3D katalog.<sup>173, 174</sup>

#### Městská knihovna Litvínov

V roce 2013 byl v rámci dětského oddělení vytvořen prostor pro dospívající. K dispozici jsou zde stolní hry, konzole Nintendo Wii, taneční podložka a stolní fotbal. Samozřejmostí je moderní nábytek. V Městské knihovně Litvínov se nachází klub pro

---

<sup>168</sup> Anketa mezi Mklubáky, In: *Youtube* [online].

<sup>169</sup> *Městská knihovna v Třinci* [online].

<sup>170</sup> OVESNÁ, M., *Dospívající dívky v knihovně*, s. 30 – 31.

<sup>171</sup> A-klub, *Krajská knihovna Karlovy Vary* [online].

<sup>172</sup> OVESNÁ, M., *Dospívající dívky v knihovně*, s. 31.

<sup>173</sup> Tamtéž.

<sup>174</sup> 3D katalog Regionální knihovny Karviná, *Second Life v ČR* [online].

mládež ve věku od 13 do 18 let. V rámci něj jsou pořádány i akce zaměřené na dívky, např. kosmetický kurz či výroba šperků, ale i akce, které jsou oblíbené jak u dívek, tak u chlapců, např. besedy na téma graffiti, bojové sporty, origami apod. Webové sídlo knihovny disponuje také samostatnými stránkami zaměřenými na dospívající. Pracovníci knihovny se snaží vyzvat mládež k participaci např. vyhlášením soutěže o logo TeenZone apod.<sup>175</sup>

### **Městská knihovna Frýdek-Místek**

V Městské knihovně Frýdek-Místek vznikl díky iniciativy knihovníka hudebního oddělení klub pro dospívající Teen Zone. Hudební oddělení je v současnosti málo navštěvované a využíváno, proto byl tento prostor přizpůsoben mládeži a to především umístěním hry Guitar Hero. Součástí je také klub deskových her, propagovány jsou samozřejmě také služby hudebního oddělení. Jsou zde také pořádány besedy a koncerty mimo jiné zde také vystupovala populární kapela Charlie Straight.<sup>176</sup>

### **Knihovna Karla Dvořáčka ve Vyškově**

V září 2013 byl v málo využívaném hudebním oddělení otevřen T-klub, tedy prostor pro dospívající. Knihovna využila dotazníkového šetření, aby zjistila, co konkrétně mládež od knihovny, resp. prostoru T-klubu, očekává. V klubu jsou k dispozici sedací vaky, sedací souprava, Xbox, stolní apod. Klub je otevřen 2x týdně.

### **Národní technická knihovna**

Národní technická knihovna (dále NTK) je knihovnou, která splňuje požadavky dospívajících především svou vybaveností. Jedná se o odbornou knihovnu, jejímž prvotním cílem je vzdělávání. Jedná se o knihovnu, která se nachází v budově, jež byla nově postavena a otevřena roku 2009. Zaregistrovat do této knihovny je možné od 15 let, částečně sem tedy spadá i věková kategorie, která je předmětem našeho zájmu. Knihovna disponuje atraktivním prostředím, k dispozici jsou individuální studovny, týmové studovny, klidové zóny. Na každém z pater je k dispozici WC a místnost s automatem na jídlo a pití. Do knihovny je umožněn přístup i neregistrovaným uživatelům. Stěny objektu jsou opatřeny vtipnými kresbami Dana Perjovského<sup>177</sup>. V budově knihovny se mimo jiné nachází také kavárna a pobočka Městské knihovny v Praze, což pro dospívající znamená

<sup>175</sup> TEENZONE [online].

<sup>176</sup> MĚSTSKÁ KNIHOVNA TŘINEC, *Mládi v hledí knihovny II.*

<sup>177</sup> Rumunský avantgardní výtvarník, spisovatel a novinář.

například možnost zapůjčit si knihy v MKP a následně využít prostor NTK, a to jak už pro čtení či povídání s kamarády.<sup>178</sup>

## 5.2 Německo

### 5.2.1 Hamburger Öffentliche Bücherhallen : Hoeb4U

Knihovna byla otevřena v prosinci roku 2005. Jedná se o zcela jedinečnou knihovnu, určenou výhradně pro mladé lidi. Cílovou skupinou jsou mladí dospělí ve věku 14 – 24 let. Knihovna se nachází v bývalé tovární hale, společně s kavárnami, restauracemi a kinem. Jedná se o prostor designově a architektonicky moderní. Tato knihovna je založena na dvou konceptech „**Leseknick**“ a „**Bruch mit der Bibliothek**“ (jedná se o oficiální vědecké termíny). Respektive tato knihovna stojí na konceptu, že dnešní mládež málo čte a návštěvu knihovny bere jako povinnost. Proto se snaží mládež přivést zpět do knihovny, tím že se nezaměřuje na školní povinnosti, ale pouze na volný čas. Knihovna se snaží nenásilným způsobem podpořit čtenářskou a multimediální gramotnost a to prostřednictvím těchto dvou konceptů.<sup>179, 180</sup>

#### Fond knihovny a služby

V Hoeb4U nejsou k dispozici učebnice ani jiné materiály týkající se školní výuky, fond knihovny je zaměřen na volnočasové aktivity a vyznačuje se aktuálností, podíl tištěných a elektronických dokumentů je stejný. K dispozici jsou také stolní hry, konzolové hry (Wii, Playstation, apod.) a počítačové hry. Jak bylo řečeno již výše, knihovna se zaměřuje na multimedia a rozvoj multimediální gramotnosti a zabývá se i s tím souvisejícím přístupem ke všem druhům médií.<sup>181</sup>

**Tematické okruhy fondu knihovny** (nejen tištěné dokumenty, ale také multimediální):

Akce & krimi

Dobrodružství

Historie

Hry

---

<sup>178</sup> *Národní technická knihovna* [online].

<sup>179</sup> *Hoeb4U* [online].

<sup>180</sup> OVESNÁ, M., *Dospívající dívky jako specifická kategorie uživatelů knihoven*, s. 20.

<sup>181</sup> *Hoeb4U* [online].

Knihy pro mládež v angličtině

Komiksy & manga

Láska & sex

Scéna

Sci-fi

Stres

Tipy (z oblasti hudby a filmu)

Závislost

Životní styl<sup>182, 183</sup>

Knihovna svým uživatelům nabízí tři internetové stanice a také jednu vysílací RFID stanici. Samozřejmostí jsou také referenční služby, přístup a práce s OPACem. Součástí služeb, které knihovna nabízí, jsou také akce, např. workshopy, kde si uživatelé vyměňují své zkušenosti a tipy na strategie při hraní počítačových her. Jsou pořádány také soutěže v hraní her, ať deskových či elektronických, ale také v kreslení komiksů, či výrobě kostýmů postav z komiksů a her. Každý měsíc v knihovně probíhá setkání čtecího klubu a to ve spolupráci s Carlsen – Verlag. V knihovně jsou také pořádána setkání s mladými autory, ale také s těmi nejprodávanějšími. V knihovně jsou také pořádány výstavy, např. zakázané knihy. V rámci Bücherhallen Hamburg jsou k dispozici eKnihy, eAudio, eHudba, eVideo, eČasopisy. Elektronické dokumenty jsou rozděleny do kategorií, jednou z nich je „Mládež a knihovna“. Hoeb4U disponuje také e-shopem, kde jsou k dispozici reklamní předměty s logem knihovny, knihovna je na sociálních sítích (Facebook, Twitter), což je efektivní marketingová strategie, zaměřená na cílovou skupinu dospívajících. Na stránkách knihovny jsou také tipy na knihy, které si přečíst; recenze CD a DVD.<sup>184, 185</sup>

### 5.2.2 Städtische Bibliothek Dresden – medien@age

Tato knihovna byla otevřena v roce 2000 jako „Neue Dresdner Jugendbibliothek“, která je součástí drážďanské sítě městských knihoven. Koncept vznikl díky spolupráci

<sup>182</sup> OVESNÁ, M., *Dospívající dívky jako specifická kategorie uživatelů knihoven*, s. 21.

<sup>183</sup> Hoeb4U [online].

<sup>184</sup> Tamtéž.

<sup>185</sup> OVESNÁ, M., *Dospívající dívky jako specifická kategorie uživatelů knihoven*, s. 21.

Städtische Bibliotheken Dresden a Bertelsmann Foundation. Knihovna je primárně určena pro mladé lidi ve věku 13 – 25, zejména žáky základních a středních škol, ale také studenty vysokých škol a pracující. Knihovna se zaměřuje především na nové trendy v oblasti médií, technologií a na jejich prezentaci atraktivním způsobem.<sup>186, 187</sup>

### **Fond knihovny a služby**

Fond knihovny je zaměřen jak na volný čas mládeže, tak na vzdělávání a volbu budoucího povolání. Fond knihovny je z jedné poloviny tvořen tištěnými a z druhé elektronickými dokumenty. Což je faktor, který tuto knihovnu odlišuje od ostatních knihoven nejen v Drážďanech. K dispozici jsou mnemotechnické pomůcky, na stránkách knihovny je také odkaz na prezentace týkající se rozmanitých oblastí vzdělávání. K dispozici je také portál eBibo, kde je možno realizovat výpůjčky on-line či absolvovat e-learningový kurz apod. Knihovna také poskytuje rady týkající se např. legislativy, zdraví, apod.<sup>188, 189</sup>

**Tematické okruhy fondu knihovny** (nejen tištěné dokumenty, ale také multimediální):

Cestování a turistika

Digitální svět

Drážďansko

Hrané filmy, televizní pořady a dokumenty na DVD

Jazyky

Práce a kariéra

Rodiče

Romány

Sex

Škola

---

<sup>186</sup> OVESNÁ, M., *Dospívající dívky jako specifická kategorie uživatelů knihoven*, s. 22.

<sup>187</sup> *Medienetagen* [online].

<sup>188</sup> Tamtéž.

<sup>189</sup> OVESNÁ, M., *Dospívající dívky jako specifická kategorie uživatelů knihoven*, s. 22.

Volný čas a sport<sup>190, 191</sup>

**Pro držitele platného průkazu jsou k dispozici:**

12 PC stanic s přístupem k internetu a běžný software (MS Word, Excel, ...)

2 pracovní stanice PC s přístupem na speciální aplikace (grafický software, skenery, software pro úpravu obrázků)

2 herní PC s nainstalovanými nejnovějšími hrami

1 barevná tiskárna

1 kopírka s funkcí tisku

1 PlayStation 3

1 Wii<sup>192, 193</sup>

V knihovně je možno na výše uvedených zařízeních surfovat na internetu, pracovat s kancelářským softwarem, vypracovat si domácí úkoly, skenovat, upravovat obrázky, tisknout, poslouchat cd či sledovat DVD. Knihovna poskytuje také referenční služby a to jak prostřednictvím informačních pracovníků (ústně, prostřednictvím e-mailu), tak odkazuje na server zaměřený na mládež [jugendinfoserver-dresden.de](http://jugendinfoserver-dresden.de)<sup>194</sup>, kde jsou k dispozici souhrnné informace týkající se školy, volného času a dalších témat, která jsou příznačná pro tuto věkovou kategorii. Na stránkách knihovny je také možno zaslat požadavek na zakoupení dokumentu, jenž není ve fondu knihovny k dispozici.<sup>195, 196</sup>

Co se týče akcí, které jsou zde pořádány. V únoru tohoto roku zde byla akce zaměřena na dívky s názvem „Make up, účes a outfít“. Jsou zde pořádány i další zajímavé akce, například Tajemné Japonsko, tato akce se zaměřuje jak na Japonsko obecně, tak na život japonské mládeže.<sup>197</sup>

---

<sup>190</sup> *Medienetagen* [online].

<sup>191</sup> OVESNÁ, M., *Dospívající dívky jako specifická kategorie uživatelů knihoven*, s. 23.

<sup>192</sup> Tamtéž.

<sup>193</sup> *Medienetagen* [online].

<sup>194</sup> *JugendInfoService Dresden* [online].

<sup>195</sup> OVESNÁ, M., *Dospívající dívky jako specifická kategorie uživatelů knihoven*, s. 23.

<sup>196</sup> *Medienetagen* [online].

<sup>197</sup> Tamtéž.

### 5.2.3 Hugo Heimann Bibliothek - @hugo Jugendmedienetage

Již od roku 2001 začalo vedení knihovny Městské knihovny v Berlíně, konkrétně ve čtvrti Mitte, přemýšlet o konceptu, který by např. po vzoru Dresden – medien@etage byl zaměřen na mládež. Uskutečnění projektu bylo završeno roku 2003, kdy bylo otevřeno „podlaží pro mládež“ - @hugo Jugendmedietage (dále @hugo). @hugo je určeno pro mládež ve věku 13 – 25 let.<sup>198, 199</sup>

@hugo byl vyvinut s přihlédnutím na prostřední ve kterém se mladí dospělí nacházejí. Hlavním konceptem tohoto oddělení je naučit mládež být zodpovědnou za hledání informací a rozpoznání jejich obsahu. Knihovna se také chce stát součástí světa dospívajících a podílet na jejich sociálním rozvoji.<sup>200</sup>

#### Priority knihovního fondu

- Romány a časopisy pro mládež, audio knihy
- Školní literatura, vzdělávací software
- Manga, anime a Manhwa<sup>201</sup>
- PC a konzolové hry (PS 2, PS 3, PSP, XBOX, XBOX 360 a Wii)
- Hudební CD
- Filmy na DVD, video a Blu-ray<sup>202</sup>

#### Technické vybavení:

- 5 počítačů s přístupem na internet (pro děti a studenty zdarma), včetně standardního softwaru a tiskárny
- Free Wi-Fi
- 4 herní konzole k volnému použití (PS 2, PS 3)
- 3 DVD přehrávače<sup>203</sup>

---

<sup>198</sup> @hugo-Jugendmedienetage, *Berlin.de* [online].

<sup>199</sup> @hugo Jugendmedienetage in der Hugo-Heimann-Bibliothek [online].

<sup>200</sup> Tamtéž.

<sup>201</sup> Označení pro korejské komiksy.

<sup>202</sup> @hugo-Jugendmedienetage, *Berlin.de* [online].

@hugo se nachází v berlínské čtvrti Mitte, kde panuje chudoba, nezaměstnanost a je zde velký podíl cizinců. Problém však nastává u dívek, kterým rodiče z náboženských důvodů generově smíšené akce zakazují. Je zde také velký výskyt domácího násilí a drogových závislostí. Vzhledem k tomu je prostor pro dospívající více než potřebný. Knihovna stanovila osm oblastí, kterým se věnuje:

### **1) Učení**

Cílem této „sekce“ je naučit se něco společně, ale zároveň podporovat individuální vzdělávací procesy. Můžeme zde zařadit pomoc s domácími úkoly, ale také například lekce pro školy, kde jsou vysvětleny služby, které knihovna poskytuje. V rámci této oblasti funguje například také projekt „English Conversation“, kdy absolventi středních škol pomáhají ostatním dospívajícím s angličtinou.

### **2) Hraní**

Hry jsou chápány jako součást procesu socializace. K dispozici jsou herní konzole x-box a PlayStation. Každý může hrát pouze 1 hodinu. K dispozici je také stolní fotbal.

### **3) Relaxace a chatování**

Knihovna by měla sloužit jako místo pro relaxaci, setkávání s přáteli, čtení časopisů apod. Knihovna by tedy měla k těmto účelům poskytnout dostatek prostoru. Mimo jiné by měl být také podpořen mezikulturní dialog a využívání nových komunikačních technologií (např. chatování prostřednictvím Facebooku). Uživatelé zde mají k dispozici 800 m<sup>2</sup> prostoru, který je vybaven barevným nábytkem z Ikei k dispozici jsou také automaty na jídlo a pití.

### **4) Zážitky**

Veškeré akce v knihovně musejí odpovídat specifickým potřebám dospívajících (finanční situace, postoj k životu, potřeba kulturní identifikace). V @hugo se konala například akce na téma hip-hop či setkání s hráčem na bicí s možností si hru na nástroj vyzkoušet.

---

<sup>203</sup> @hugo-Jugendmedienetage, *Berlin.de* [online].



## 5) **Poradenství a informace**

@hugo chce poskytnout sociální podporu, rady a informace a to prostřednictvím akcí, ale také prostřednictvím volných diskuzí. V knihovně funguje klub „LeLe“ (Leben lernen, Lernen leben). Jedná se o poradenství pro nezaměstnané a kariérní poradenství pro studenty. Poradenství je jak skupinové, tak individuální. Knihovna také podporuje integraci do společnosti a prohlubování znalosti německého jazyka pro cizince. Pořádány jsou také akce s drogovou tematikou.

## 6) **Dílna**

Rozvíjení kreativity, vyzkoušení nových technik a rozvíjení spolupráce, to jsou hlavní cíle této oblasti, ale také citlivost k rozdílným kulturám. V interiéru @hugo je 40 m dlouhá zeď ozdobena manga motivy, které vytvořili žáci. Manga je součástí mnoha dílen pořádaných v této knihovně.

## 7) **Média**

Média orientovaná na skupinu dospívajících veřejným knihovnám zaručují, že dospívajícím zajistí ústavní právo na svobodu informací a zajistí tak rovnost příležitostí. Četba je chápána jako předpoklad pro proces celoživotního učení. @hugo se zaměřuje na všechny typy médií a chce plnit přirozenou poptávku po nich. Co se týče podpory čtenářství, knihovna připravuje balíčky na různá témata, jsou v nich čtyři svazky knih a malá svačinka. Témata jsou např. Girls talk, fantasy, horror apod. K dispozici jsou PC a konzolové hry, komiksy, apod. Peníze na nákup médií jsou zajišťovány prostřednictvím sponzorů, na výběru médií se podílí samotná mládež.

## 8) **Počítač**

Oblast počítačů a technologií se neustále rozrůstá, proto je nutné mládeži nejen PC a technologie poskytnout, ale také je neustále vzdělávat. Pořádány jsou akce, jejichž náplní jsou například techniky efektivního vyhledávání na internetu, sestavování dokumentů či soutěž o nejlepší film natočený mobilním telefonem, tzv. HandyFest.<sup>204</sup>

---

<sup>204</sup> @hugo Jugendmedienetage in der Hugo-Heimann-Bibliothek [online].

### 5.2.3 Další knihovny

#### Neue Stadtbücherei Augsburg

Tato knihovna dospívajícím nabízí prostor pro relaxaci, kde je možno si číst, surfovat po internetu, udělat domácí úkoly apod. K dispozici je zde také zvukotěsná hudební zkušebna. Jsou zde také společenské hry a možnost si zapůjčit beletrii, komiksy, manga či audioknihy. V knihovně se nacházejí také časopisy oblíbené u dospívajících, ale také hudební CD a filmové DVD a BlueRay. V prostoru pro mládež se také nachází herní konzole. Je zde také čtenářský klub pro mládež ve věku od 12 do 18 let, setkání tohoto klubu probíhá jedenkrát do týdne, hovoří se zde nejen o knihách, ale také o filmech a hrách, pořádány jsou také výlety. Skrze **Stadtjungering**<sup>205</sup> informuje knihovna mládež o událostech, brigádách, cestování apod.<sup>206</sup>

#### Stadtbibliothek Bayreuth

Tato knihovna je reprezentantem stylu „freestyle“ (viz 2. Kapitola). Tato knihovna nabízí stejně jako ostatní knihovny v Německu konzolové hry, CD, DVD, komiksy apod. Přidanou hodnotou této knihovny jsou studentské konzultace, které knihovna nabízí. Knihovna nabízí studentům konzultace k referátům apod. Zažádat o schůzku lze e-mailem či telefonicky. Na rozdíl od většiny knihoven v Německu, kde jsou dospívající bráni jako samostatná kategorie uživatelů, na stránkách této knihovny se stejně jako v ČR hovoří o dětech a mládeži.<sup>207</sup>

## 5.3 Srovnání ČR vs. Německo

V Německu na rozdíl od ČR je brán na dospívající větší zřetel, jsou odlišováni od dětí, což se projevuje jak v praxi, tak v teorii. V ČR se prozatím objevují počáteční snahy poskytnout mládeži její prostor. Ten je většinou umístěn v dnes nevyužívaných hudebních odděleních nebo v rámci oddělení dětských, a to ve formě klubů. Výjimkou jsou knihovny v Karlových Varech a Vsetíně, které dospívajícím poskytují samostatná oddělení. Městská knihovna Litvínov pak má samostatné stránky pro dospívající. V MKP se samostatné stránky pro dospívající připravují<sup>208</sup>. V ostatních knihovnách jsou pak informace pro dospívající obsaženy pod odkazem děti a mládež. V Německu naproti tomu existují samostatná oddělení pro mládež, která jsou umístěna v blízkosti oddělení pro dospělé, aby

<sup>205</sup> *Stadtjungering Augsburg* [online].

<sup>206</sup> *Jugendbügerei, Stadtbücherei* [online].

<sup>207</sup> *Für Kinder & Jugendliche, Bayreuth* [online].

<sup>208</sup> Jedná se o interní informaci MKP.

dospívající měli svůj prostor pro relaxaci a hry, ale také přístup k dokumentům potřebným ke vzdělávání a byli spjatí spíše s dospělými než s dětmi. Hoeb4U se pak zaměřuje pouze na volný čas mládeže a neposkytuje dokumenty pro vzdělávání. V Německu je také kladen větší důraz na marketing a na profil informačních pracovníků, a to především rovněž v Hoeb4U. Zaměření na dívky se objevuje v Litvínově, kde se konají akce určené pro dívky.

V této kapitole byla zmapována situace v ČR a Německu na základě získaných skutečností je možné nastínit, jak by měla vypadat **ideální knihovna** pro dospívající. Pokud bychom vycházeli pouze z možností České republiky, co se týče prostoru, nejvhodnější je **Národní technická knihovna**, která v jedné budově nabízí také kavárnu, občerstvení a WC na každém patře. V NTK jsou klidové i rušné zóny, ale také individuální a týmové studovny, což dospívajícím umožňuje věnovat se studiu, zábavě, individuálním, ale také skupinovým aktivitám. Navíc je zde WiFi a možnost připojit i svá zařízení. Co se týče interiéru, chybí v NTK pohodlné sedací vaky. Dalším prvkem, který najdeme v Komunitní knihovně Vsetín, je **Comicový club u Mouchy CC**. Jedná se o prostor, který je vyzdoben motivy z komiksů a pohodlným nábytkem a navíc je zde k dispozici řada komiksů. Ve vsetínské knihovně je navíc prostor komiksového klubu propojen s K-klubem, čítárnou a studovnou. Mládež má tedy přístup ke všem informacím, které potřebuje jak k zábavě, tak plnění školním povinností. Inspiraci designu prostoru pro dospívající je také „freestyle“ německé firmy EKZ, který byl zrealizován v Bayreuthu. Co se týče fondu ideální knihovny, může být vhodným příkladem **fond** drážďanského **medien@etage**, kde je fond rozdělen do několika tematických oblastí zahrnujících jak školu, tak volný čas. Ve fondu jsou také dokumenty, které by mládeži měly pomoci s výběrem profesního zaměření, samozřejmostí jsou také digitální dokumenty. Ideální **služby** jsou v berlínské knihovně **Huga Heimanna**, která své služby dělí do několika okruhů, které pokrývají, jak oblast zábavy, tak vzdělávání. V ČR je příkladem kvalitních služeb **MKP**, která nabízí i **2D a 3D filmová představení** díky kinosálu. MKP se rovněž do budoucna chystá svým uživatelům nabídnout 3D tiskárnu. V **Augsburgu** pak dospívajícím knihovna nabízí zvukotěsnou **hudební zkušebnu** či komplexní informace pro dospívající tzv. **Jungering**. Co se týče konkrétních **akcí**, každá z knihoven se snaží mládeži nabídnout zajímavé akce. V ČR mohou být zajímavé hudební akce pořádané ve

**Frýdku-Místku**, akce zaměřené na dívky v **Litvínově**, či řada akcí s **fantasy tématikou** v **MKP**. V Německu jsou akce víceméně vyrovnané.<sup>209</sup>

---

<sup>209</sup> OPPELT, Robert, Knihovny lákají čtenáře na atraktivní novinky, In: *Metro.cz* [online].

## 6 Praktická část

V teoretické části diplomové práce „Dospívající dívky jako specifická kategorie uživatelů knihoven“, byly dospívající dívky charakterizovány z hlediska sociologických, psychologických, fyziologických a emocionálních hledisek. Vzhledem k praktické zaměřenosti práce a možnému využití pro knihovny byly v teoretické části popsány atributy knihovny z hlediska dospívajícího uživatele (interiér, služby, personál, akce a marketing), popsány byly také již fungující oddělení, knihovny či prostory pro dospívající jak v ČR, tak v Německu. Jedná se však o teorii, mnohdy ze zahraničních zdrojů, tedy nepřizpůsobenou českým podmínkám. Dotazník má tedy objasnit a doplnit tvrzení uvedená v teoretické části. Dotazník je zaměřen na Městskou knihovnu v Praze (viz níže), položky dotazníků byly konzultovány s knihovníkem MKP, který s mládeží pracuje.

Co se týče konkrétních výzkumu v ČR na národní úrovni se mimo jiné vztahem žen a dívek ke knihovně zabýval **Jiří Trávníček** ve své knize **Čtenáři a internauti**<sup>210</sup>. Na úrovni jednotlivých knihoven se na dospívající zaměřila knihovna Karla Dvořáčka ve Vyškově<sup>211</sup>, Komunitní knihovna ve Vsetíně<sup>212</sup> či Městská knihovna Třinec, která zrealizovala video anketu zveřejněnou na serveru Youtube (viz kapitola 4). V Německu se dospívajícími v knihovně zabývá především **Kerstin Keller-Loibl**, která v roce 2013 vydala knihu **Das Image von Bibliotheken bei Jugendlichen**<sup>213</sup>.

### 6.1 Zvolené metody získání dat

Pro účely diplomové práce byla zvolena metoda smíšeného výzkumu, konkrétně kvantitativní výzkum realizovaný prostřednictvím dotazníkového šetření (viz příloha). Dále byla zvolena metoda kvalitativní, konkrétně rozhovor.

---

<sup>210</sup> Jedná se o výzkum realizovaný v r. 2010 u věkové kategorie od 15 do 65 let a více. Do knihovny chodí každá druhá žena a ani ne každý druhý muž. Věková generace, která v roce 2010 nejvíce knihovnu navštěvovala, byla generace od 15-24 let (s. 96 – 97).

<sup>211</sup> Data byla zveřejněna v rámci workshopu „Mláď v hledí knihovny II“, rovněž byly z tohoto dotazníky převzaty některé otázky, které byly použity v dotazníku, jenž je součástí praktické části diplomové práce.

<sup>212</sup> [http://issuu.com/knihovnavsetin/docs/chci\\_aby\\_v\\_knihovn\\_\\_\\_vyhodnocen\\_\\_we\\_a53f53d1d5061d](http://issuu.com/knihovnavsetin/docs/chci_aby_v_knihovn___vyhodnocen__we_a53f53d1d5061d)  
Dotazník se nezaměřuje jen na dospívající, ale je zřejmý i přínos pro dospívající.

<sup>213</sup> V překladu- Image knihoven u dospívajících. Kerstin Keller Loibl zkoumala vztah 12 – 19 letých dospívajících ke knihovně. Využila jak internetový výzkum prostřednictvím dotazníku, tak skupinové rozhovory.

## Použité metody

1. **Kvantitativní dotazník skládající se z třinácti položek** (dotazník obsahuje jednu otevřenou otázku, která je však nepovinná).
2. **Rozhovor s uživatelkami knihoven**

## 6.2 Cíle výzkumu

Cílem výzkumu je zjistit, zda by dospívající dívky ocenily prostor pro dospívající a jaké služby a vybavení od tohoto prostoru očekávají. Výsledky výzkumu budou poskytnuty Městské knihovně v Praze, která by do budoucna chtěla zprovoznit prostor pro dospívající. Dotazník je uzpůsoben i pro dívky, které knihovnu nenavštěvují. Primárně se však dotazník nezaměřuje ani na potenciální, ani stávající uživatelky Městské knihovny v Praze, nýbrž na věkovou kategorii dívek ve věku 12 – 19 jako celek. Cílem prostoru pro dospívající je však rozšířit služby knihovny a změnit to, jak je knihovna doposud dospívajícími dívkami vnímána a to především jako půjčovna knih, což vyplynulo z tohoto jak kvantitativního, tak kvalitativního výzkumu (viz níže), stejné výsledky vyplynuly i z praktického výzkumu práce bakalářské.

## 6.3 Popis vzorku a provedení výzkumu

Do výzkumu bylo zapojeno celkem 172 náhodně vybraných respondentek z Gymnázia Omská<sup>214</sup>, využita byla také internetová služba Vyplňto.cz<sup>215</sup>. Konkrétně se jednalo o respondentky ve věku 12 – 19 let (konkrétní rozložení dle věku viz Graf. č. 1). Distribuce dotazníků (v případě gymnázia) proběhla zprostředkovaně s instrukcemi. Ve webové službě Vyplňto.cz byla instrukce napsána, odkaz na dotazník byl distribuován především prostřednictvím Facebooku. Z celkového počtu 176 vyplněných dotazníků byly 4 dotazníky vyřazeny, a to z důvodu nedostatečné validity, tedy nedůvěryhodnosti. Výzkum proběhl v březnu 2014.

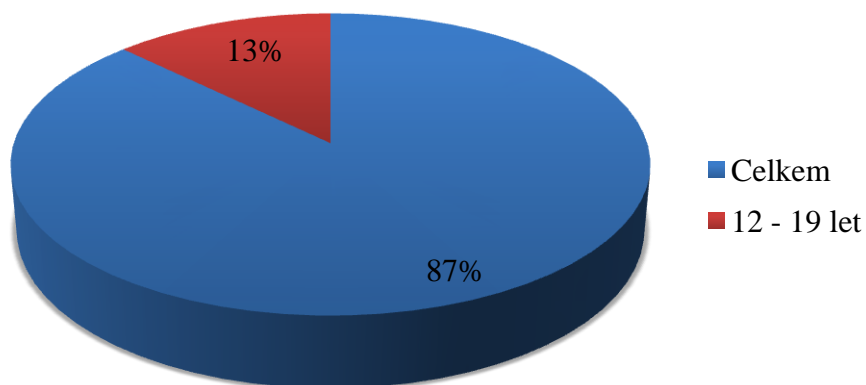
Městská knihovna v Praze měla v roce 2013 **182 810** uživatelů. Z celkového počtu je 26 733 uživatelů ve věku od **12** do **19** let. Jednotlivé roky nejsou v interních statistikách rozděleny dle pohlaví, pouze je určeno, že z **celkového počtu** uživatelů je **66 % žen** a **34 % mužů**. Pokud uživatele rozdělíme na děti a dospělé, pak z **dětí** (věk 0 – 14) je **53% dívek** a **47 % chlapců**. Co se týče dospělých, navštěvuje MKP **71 % uživatelék** a **29 %**

---

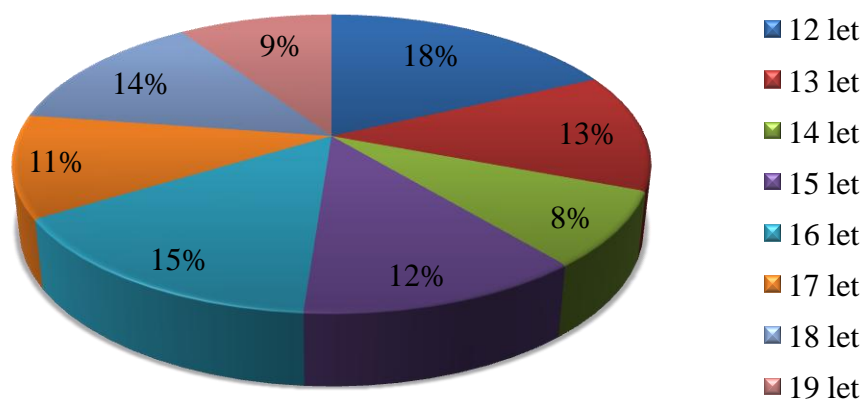
<sup>214</sup> Gymnázium Omská [online].

<sup>215</sup> Vyplňto.cz [online].

**uživatelů.** V každém případě je v MKP více uživatelů nežli uživatelů, a to v každé věkové kategorii.



Graf č. 1 Uživatelé MKP



Graf č. 2 Věk

#### 6.4 Výzkumný problém a hypotézy

Vzhledem k specifickým jak věkové kategorie 12 – 19 let, tak specifickým výzkumných problémů byl formulován **hlavní výzkumný problém:**

**Co dospívající dívky očekávají od prostoru pro dospívající?**

Zformulovány byly i vedlejší výzkumné problémy:

- 1) Navštěvuje většina dívek Městskou knihovnu v Praze (dále MKP)?
- 2) Využívá většina dívek, které MKP navštěvují, především výpůjční služby?
- 3) Dívky, které knihovnu nenavštěvují, činí tak, protože je v MKP nuda?
- 4) Mají dívky zájem podílet se na dobrovolnických aktivitách v MKP?
- 5) Měl by prostor pro dospívající sloužit především pro relaxaci a zábavu?
- 6) Ocenila by většina dívek stránky speciálně pro dospívající?
- 7) V prostoru pro dospívající by měla být především WiFi?
- 8) Chtějí dívky prostor pro dospívající v rámci oddělení pro dospělé?
- 9) Měly by se v prostoru pro dospívající konat především hudební a poslechové pořady?
- 10) Jsou dívky spokojeny s personálem knihovny?
- 11) Navštíví dívky prostor pro dospívající, pouze pokud bude v centru Prahy?

Zformulovány byly také **hypotézy** a to na základě výzkumných problémů, které byly stanoveny na základě cílů výzkumu:

**H1** Většina dívek navštěvuje MKP.

**H2** Většina dívek, které navštěvují MKP, využívá především výpůjční služby.

**H3** Většina dívek, které knihovnu nenavštěvují, činí tak, protože je v MKP nuda.

**H4** Dospívající dívky mají zájem podílet se na dobrovolnických aktivitách v MKP.

**H5** Prostor pro dospívající by měl sloužit především pro relaxaci a zábavu.

**H6** Většina dívek by ocenila webové stránky speciálně pro dospívající.

**H7** V prostoru pro dospívající by rozhodně měla být WiFi.

**H8** Většina dívek chce prostor pro dospívající v rámci oddělení pro dospělé.

**H9** V prostoru pro dospívající by se měly konat především hudební a poslechové pořady.



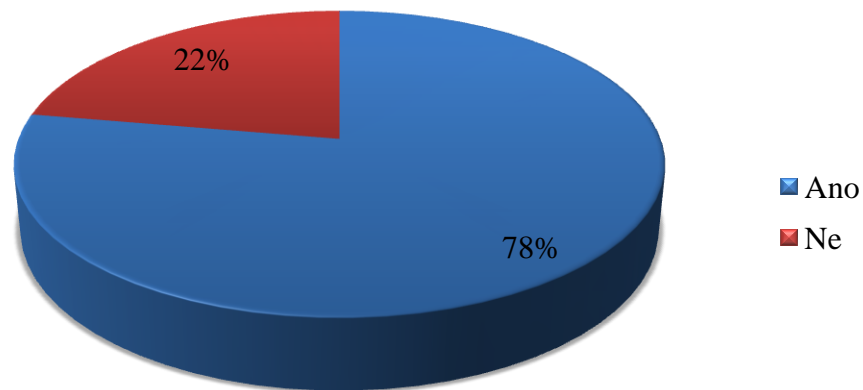
**H10 Dospívající dívky jsou spokojeny s personálem knihovny.**

**H11 Prostor pro dospívající bude dívkami navštíven, jen pokud bude v centru Prahy.**

## **6.5 Výsledky a jejich interpretace**

V této podkapitole budou uvedeny výsledky dotazníkového šetření, a to prostřednictvím výsečového či sloupcového grafu. Jednotlivé grafy budou opatřeny komentářem, proč byla konkrétní otázka zvolena, a také shrnutím zjištěných dat. Poslední položka dotazníku má otevřený charakter.

### **6.5.1 Návštěvnost knihovny dospívajícími dívkami**

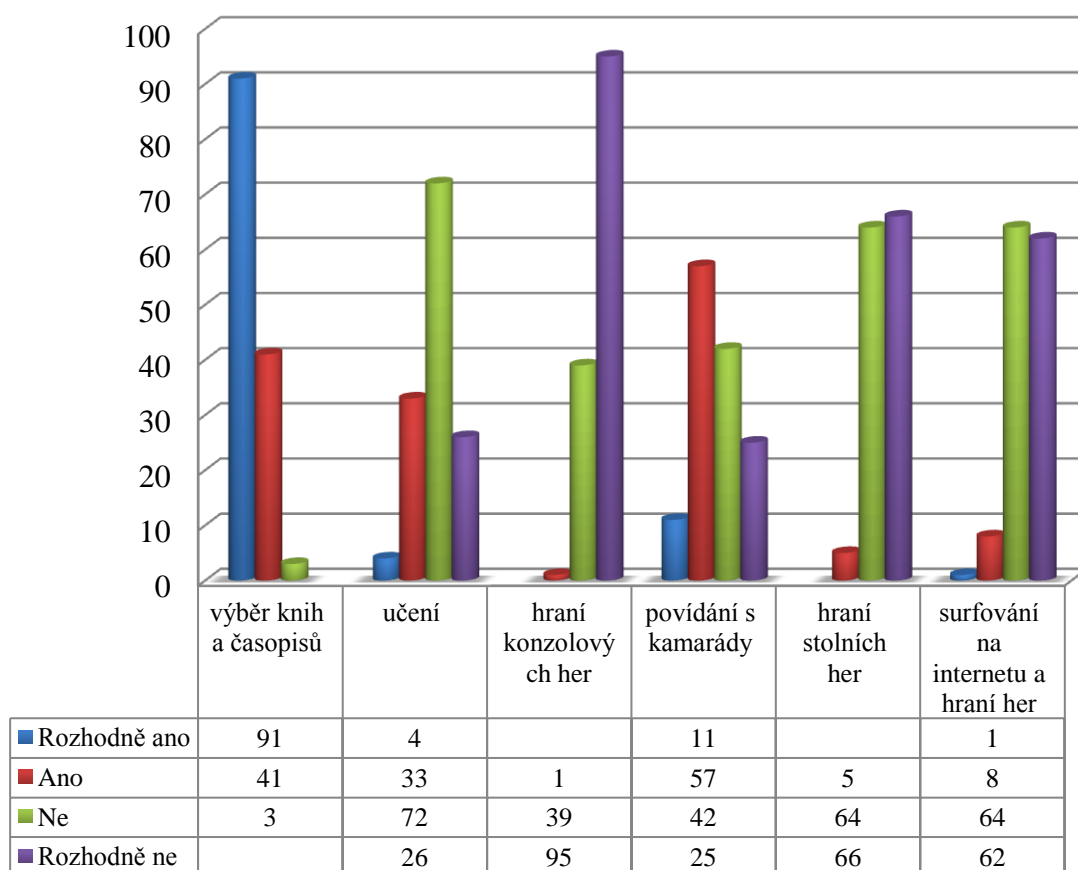


Graf. č. 3 Navštěvuješ MKP?

Jelikož se výzkum nezaměřuje výhradně na stávající či potencionální uživatelky knihoven, byla tato otázky nezbytností pro vytvoření celkového obrazu o současném stavu návštěvnosti MKP. Většina dívek, konkrétně **78 %**, knihovnu navštěvuje. Zbýlých **22%** uživatelek knihovnu nenavštěvuje. Na základě odpovědi této otázky pak dívky odpovídaly buď na třetí, nebo čtvrtou otázku.

## 6.5.2 Preference dívek v oblasti činností realizovaných v knihovně

Pokud dívky na otázku č. 2 odpověděly ano, pokračovaly otázkou „**Čas strávený v knihovně nejvíce věnuji**“. Cílem této otázky bylo zjistit, jakým aktivitám a službám se dívky v knihovně věnují. Tato otázka slouží společně s otázkami č. 6, 9, 10 k vytvoření obrazu o tom, jaké služby by dívky v knihovně mohly vyžadovat.



Graf č. 4 Čas strávený v knihovně nejvíce věnuji

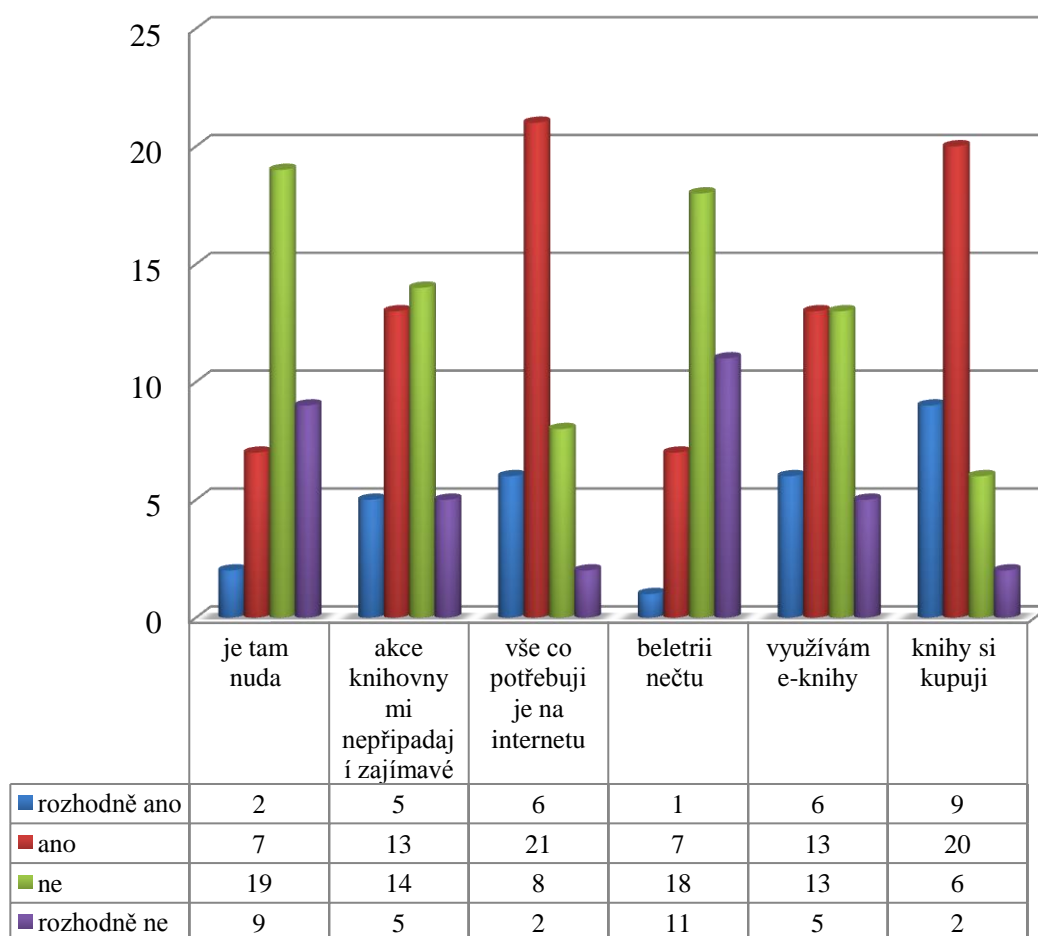
Nejmarkantněji dospívající dívky využívají **výběr knih a časopisů**, v **91** případech dívky odpověděly **rozhodně ano**. **Rozhodně ne** odpovědělo **95** dívek na podotázku, zda tráví čas v největší míře hraní konzolových her<sup>216</sup>. Záporně se dívky vyjádřily také k surfování na internetu a hraní PC her, ale také hraní stolních her. Konkrétně **64** dívek odpovědělo **ne** v případě stolních her a **rozhodně ne 66** dívek. Obdobné jsou výsledky v případě **surfování na internetu** a to **64** dívek odpovědělo **ne** a **62 rozhodně ne**. Zajímavou skutečností také je, že **72** dívek odpovědělo **ne** v případě podotázky, zda tráví nejvíce času v knihovně učením. V případě **povídání s kamarády**

<sup>216</sup> Což je určitě ovlivněno tím, že herní konzole jsou prozatím k dispozici pouze na třech pobočkách, stolní hry taktéž nejsou na všech pobočkách.

jsou obě varianty odpovědi, negativní i pozitivní, vyrovnány. Dívky tedy nejvíce využívají tradiční služeb knihovny, a to půjčování knih. Dívky také tráví čas v knihovně povídám s vrstevníky, ale v knihovně se neučí. Dívky se vyjádřily záporně k hraní jakéhokoliv formy hry, což je ovlivněno tím, že hry nejsou součástí všech poboček.

### 6.5.3 Faktory vedoucí dívky k nenavštěvování knihovny

Na otázku „Proč knihovnu nenavštěvuješ“ dívky odpovídaly pouze v případě, že na 2. Otázku odpověděly záporně. Odpovědi na otázku jsou ukazatelem toho, proč dospívající dívky knihovnu nenavštěvují a zda tyto faktory může knihovna ovlivnit.



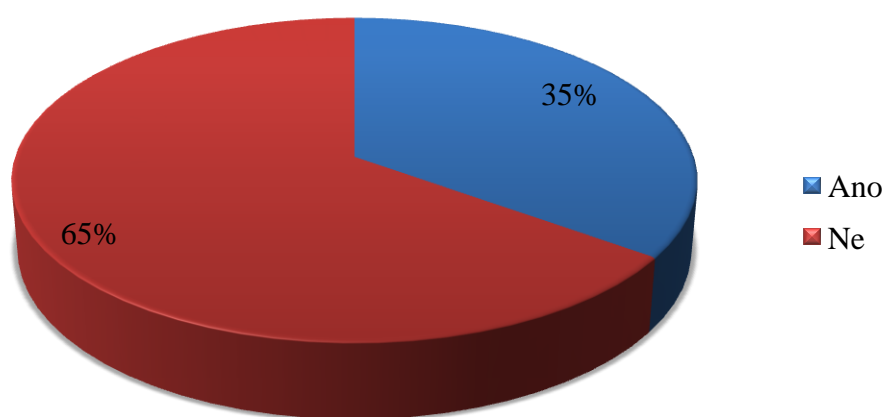
Graf č. 5 Proč knihovnu nenavštěvuješ?

Hlavním faktorem, proč dívky knihovnu nenavštěvují, je, že veškeré **potřebné informace jsou dostupné na internetu**, konkrétně odpovědělo na tuto podotázku **21** dívek **ano**. Dalším nejzřetelnějším faktorem je **koupě knih**, v **20** případech dívky zodpověděly **ano**. Pozitivní je, že **hlavním faktorem** pro nenavštěvování knihovny není to, že by knihovnu dívky považovalo za **nudnou**, popřípadě že by **nečetly**. V případě podotázky

ohledně **akcí knihovny** jsou **kladné** i **záporné** odpovědi **vyrovnané**, podobně je tomu i v případě **využívání e-knih**.

#### 6.5.4 Ochota dívek podílet se na činnosti knihovny

V teoretické části práce bylo několikrát zmíněno, že by se dospívající měli podílet na činnosti knihovny, a to ve všech jejích aspektech, od dobrovolnictví přes návrh plakátů či výběr akcí.

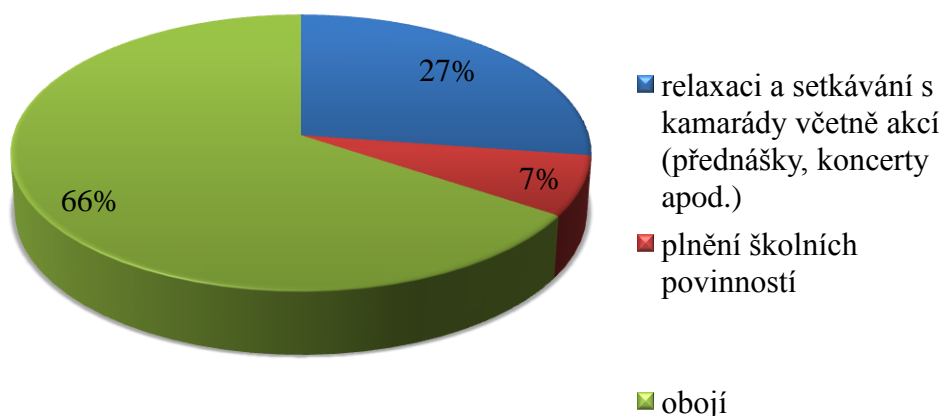


Graf č. 6 Chceš se podílet na činnosti knihovny?

Ve většině případů dívky odpověděly, že se **chtějí podílet na činnosti knihovny**, konkrétně **65 %** dívek odpovědělo kladně, zbylých **35%** pak **záporně**. Což je skutečnost, která je pro knihovnu značně pozitivní. To v jakém poměru dívky odpověděly ano, naznačuje, že by se knihovna mohla obrátit na dospívající při tvorbě prostoru pro dospívající a nastavení služeb.

### 6.5.5 Preference dívek v oblasti zábavy a školních povinností

Otázka „**Prostor pro dospívající (dále "teensroom") by měl sloužit hlavně pro**“ byla zvolena, jako vodítko při tvorbě prostoru a služeb pro dospívající. Aby byly vhodně nastaveny služby, fond apod.

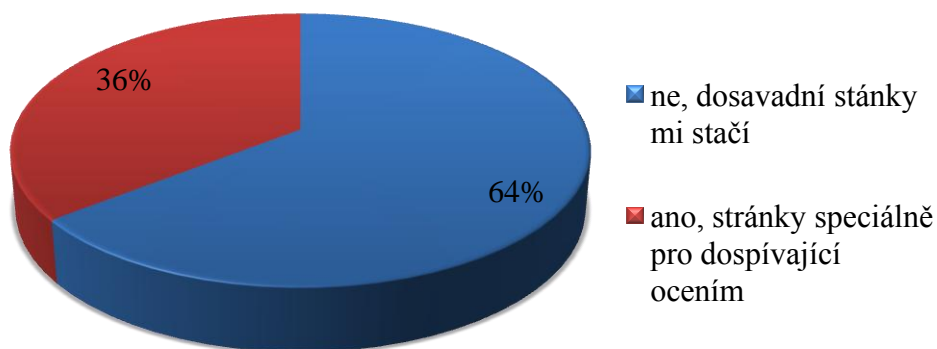


Graf č. 7 „Teensroom“ by měl sloužit hlavně pro

V případě této otázky dívky nejčastěji zvolily možnost, že by prostor pro dospívající měl sloužit jak pro plnění školních povinností, tak relaxaci a setkávání s kamarády- možnost **obojí** zvolilo **66%** dívek. Že by prostor pro dospívající měl sloužit pouze pro **relaxaci a setkávání s kamarády** zvolilo **27 %** dívek. Nejméně dívek, a to **7%** zvolilo možnost, že by prostor pro dospívající měl sloužit pro **plnění školních povinností**. Četnost odpovědí plnění školních povinností koresponduje s odpověďmi na otázku č. 2, konkrétně, že dívky netráví v knihovně nejvíce času učením. Dívky však nejčastěji zvolily možnost obojí, z čehož vyplývá, že chtějí prostor pro dospívající využít i pro plnění školních povinností. Prioritou však je však zábava.

### 6.5.6 Spokojenost dívek s webovými stránkami knihovny

Otázka „Líbí se Ti stránky knihovny? Ocenila bys stránky speciálně pro dospívající?“ byla zvolena, jelikož MKP se chystá vytvořit stránky speciálně pro dospívající. Otázka je také ukazatelem toho, zda jsou dospívající se současnými stránkami spokojeni. Odpovědi dívek, které na druhou otázku odpověděly ne, byly vyřazeny. Jelikož nevíme, zda dívky, které knihovnu nenavštěvují, navštívily stránky knihovny.

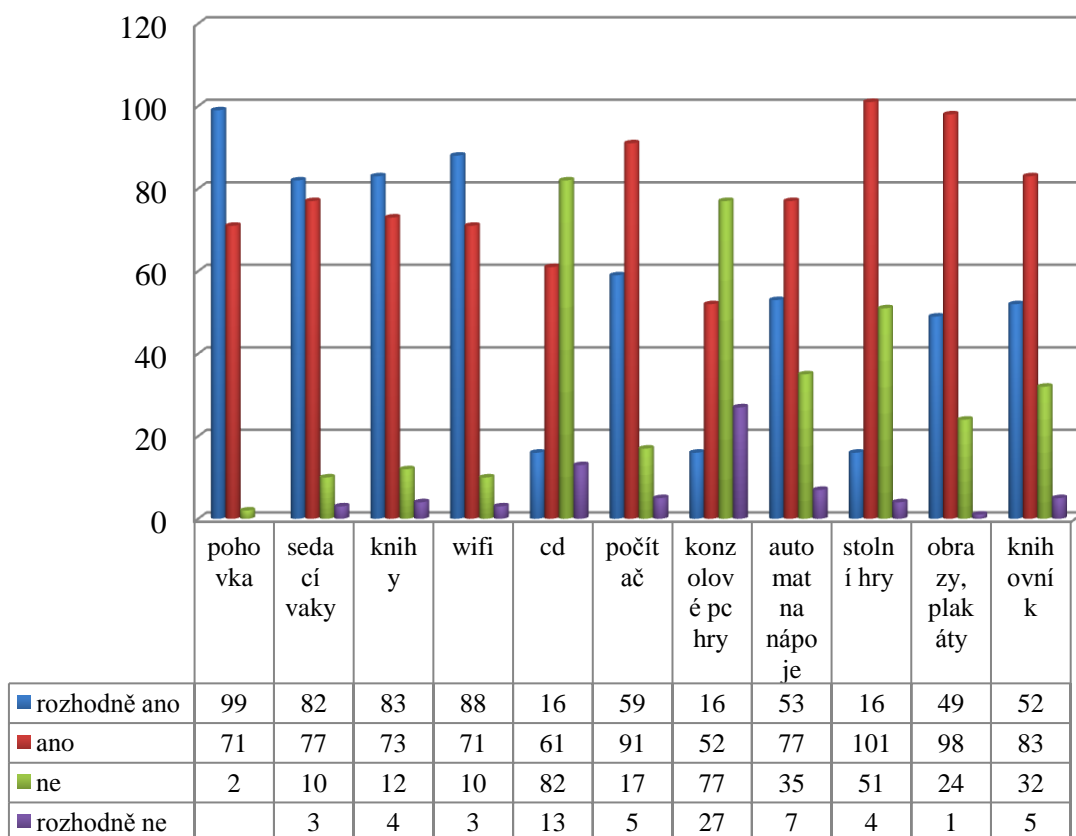


Graf č. 8 Líbí se Ti stránky knihovny? Ocenila bys stránky speciálně pro dospívající?

Většina dívek, konkrétně **64%** dívek odpovědělo, že jim dosavadní stránky stačí, jsou tedy se stránkami spokojeny. **36 %** dívek odpovědělo, že by stránky pro dospívající ocenily. Otázkou je, jak by dívky na tuto otázku odpověděly, kdyby znaly konkrétní podobu a obsah stránek. Přesto má tato otázka výpovědní hodnotu.

### 6.5.7 Preference dívek v oblasti zařízení prostoru pro dospívající

„V „teensroom“ by mělo být“ je otázka, která má za cíl zjistit, jaké vybavení dívky v prostoru pro dospívající vyžadují.

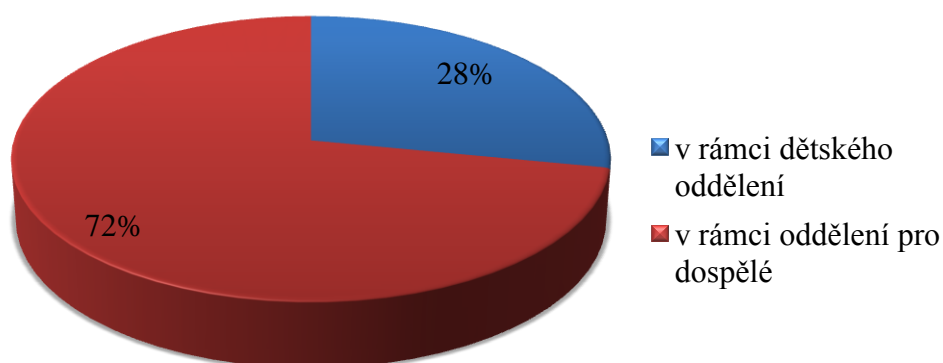


Graf č. 9 V „teensroom“ by mělo být

Dívky by v prostoru pro dospívající nejvíce ocenily **pohovku**, v **99** případech odpověděly **rozhodně ano**. Velmi kladně se také dívky vyjádřily k **WiFi**, v **88** případech dívky odpověděly **rozhodně ano**. Výrazně **kladně** se dívky vyjádřily také k **sedacím vakům** a **knihám**. Pokud se zaměříme na položky, na které dívky nejčastěji odpovídaly **ano**, jsou to **stolní hry**, které získaly **101x** ano. Ke **konzolovým a PC hrám** se dívky vyjádřily spíše záporně. Dívky v otázce č. 2 sice odpověděly, že v knihovně nejvíce času netráví hraním jakéhokoliv druhu hry, ale to je způsobeno tím, že hry nejsou na každé pobočce. Dívky evidentně tíhnou spíše k hrám stolním, nežli k těm elektronickým. Dívky by také v prostoru pro dospívající **ocenily obrazy a plakáty**, ale také **počítač, automat na nápoje** či **knihovnicka**. **Záporně** se dívky vyjádřily především k **CD přehrávači**, kdy odpověděly v **82** případech **ne** a v **13** **rozhodně ne**.

### 6.5.8 Požadavky na umístění v rámci dětského oddělení či oddělení pro dospělé

Otázka „Chtěla bys „teensroom“ v rámci“ chce získat odpovědi na to, zda potencionální prostor pro dospívající umístit v rámci dětského či dospělého oddělení, jelikož většinou je v ČR tento prostor umístěn v rámci oddělení dětského. V teoretické části by naproti tomu řečeno, že tento prostor by měl být umístěn v blízkosti oddělení pro dospělé. S čímž výsledky této otázky korespondují.



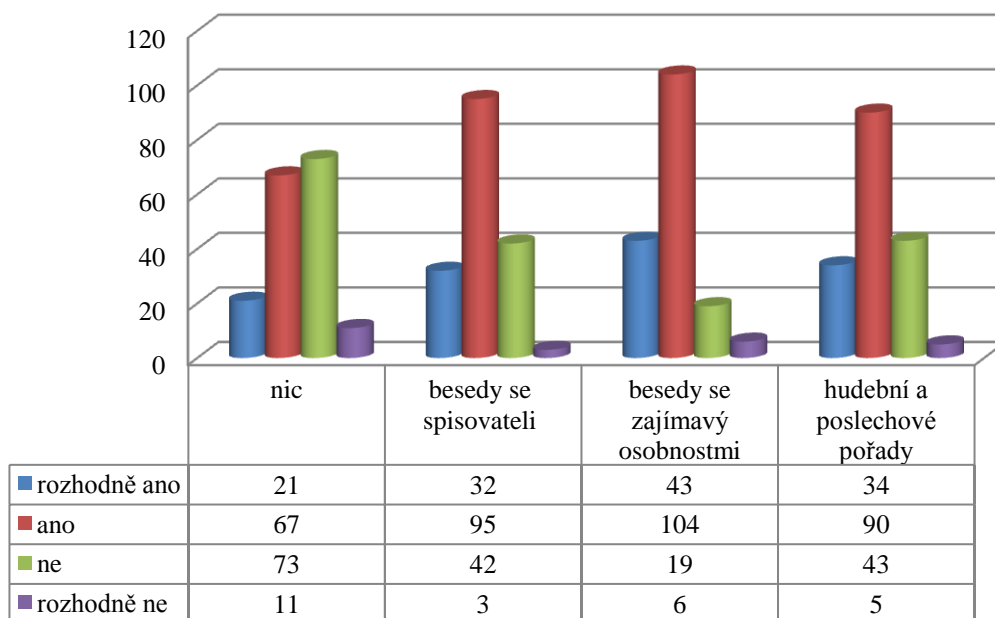
Graf. č. 10 Chtěla bys „teensroom“ v rámci

Jak bylo řečeno již výše, většina dívek, konkrétně **72 %** dívek, odpověděla, že by prostor pro dospívající chtěly spíše **v rámci oddělení pro dospělé**, zbylých **28 %** dívek by chtělo prostor **v rámci dětského oddělení**.



### 6.5.9 Preference dívek v oblasti aktivit konaných v rámci prostoru pro dospívající

„V **teensroom** by se mělo konat“, je otázkou, která měla zjistit, jaké akce by dospívající dívky v prostoru pro dospívající ocenily.

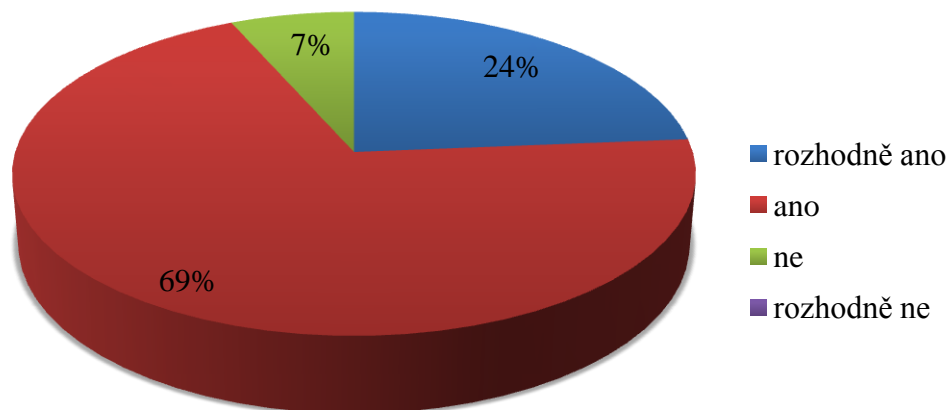


Graf č. 11 V „teensroom“ by se mělo konat

Nejvíce by dívky ocenily, kdyby se v prostoru pro dospívající konaly **besedy se zajímavými osobnostmi**, konkrétně dívky odpověděly **104krát ano**. Obdobně dívky odpověděly v **případě besed se spisovateli a hudebních a poslechových pořadů**. Kladně lze hodnotit, že dívky vyjádřily spíše **záporně** k podotázce **nic, prostor by měl sloužit jen ke čtení, osobní zábavě a odpočinku**.

### 6.5.10 Spokojenost dívek s personálem knihovny

Tato otázka zní „**Jsi spokojená s personálem knihovny?**“ Otázka byla zvolena, aby bylo zřejmé, zda jsou dívky s personálem spokojeny. Odpovědi dívek, které na otázku č. 2 odpověděly ne, byly vyřazeny. Jelikož uvedly, že knihovnu nenavštěvují, nelze určit, zda se s personálem setkaly, či nikoliv.

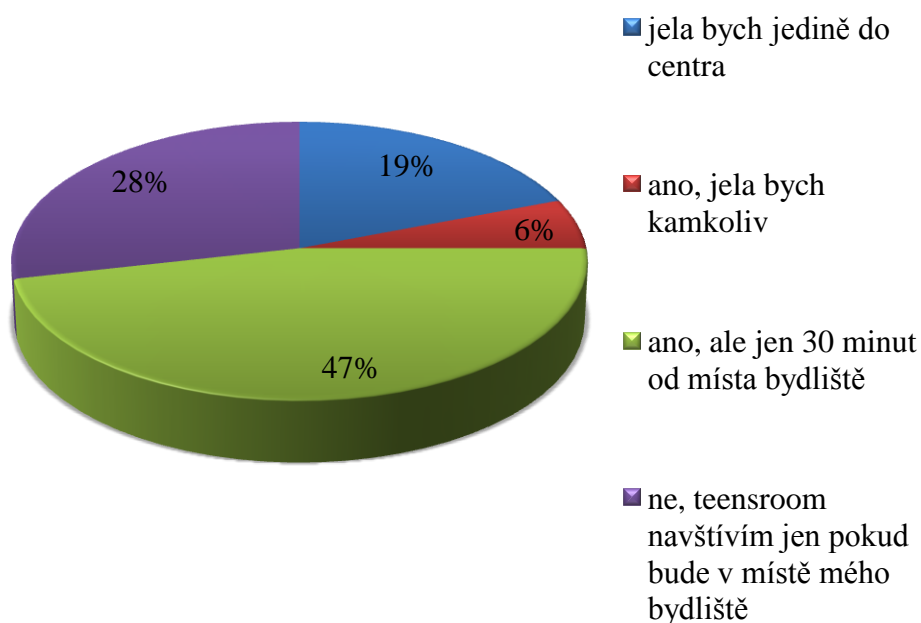


Graf č. 12 Jsi spokojená s knihovnickým personálem?

Dívky jsou s personálem MKP jednoznačně spokojeny, **69%** dívek odpovědělo **ano**, **24% rozhodně ano**, pouhých **7%** dívek **ne** a **žádná** dívka ne zvolila možnost **rozhodně ne**.

### 6. 5.11 Požadavky dívek na umístění prostoru pro dospívající

Tato otázka „Byla bys ochotna jet i větší vzdálenost za účelem návštěvy „teensroomu“?“, má knihovně pomoci určit na jakou pobočku prostor pro dospívající umístit, respektive vybrat z více variant tu správnou.



Graf č. 13 Byla bys ochotna jet i větší vzdálenost za účelem návštěvy „teensroomu“?

Téměř polovina dívek, tedy **47%** by prostor pro dospívající navštívila pouze tehdy, pokud by prostor byl pouze **30 minut od jejich bydliště**. **28%** dívek knihovnu navštíví, jen bude-li v **místě jejich bydliště**. **Jedině do centra** by jelo **19%** dívek, **kamkoliv by jelo 6%** dívek. Tato otázka slouží spíše jako orientační ukazatel, jelikož nejdůležitější je, aby dívky prostor pro dospívající navštívily a následně se dle vlastního úsudku rozhodly, zda jej ještě navštíví, či nikoliv. Odpovědi na tuto otázku však jistým ukazatelem jsou.

### 6.5.12 Celkový názor dívek na knihovnu

V rámci dotazníku byla zvolena otevřená otázka, aby dívky měly možnost vyjádřit jakýkoliv svůj názor a dotazník byl komplexnější.

*„Teensroom“ bude určitě skvělý, protože už teď v knihovně nevím, kde najdu knihy, co mě zajímají (děti nebo dospělí).*

*Bylo by lepší, kdyby v knihovně bylo více kusů jednoho titulu.*

*Ráda bych v knihovně viděla více knih zaměřených na laickou medicínu.*

*Doplňování novějších (současnějších) knížek.*

*Dospívající by mohli do nějaké části oddělení pro dospělé, jelikož v té dětské "knihovničce" nenajdu nic o přírodě, co by nebylo kreslené, nenajdu vůbec nic o cestování a žádné filmové knihy, jsou tam samé "miminkovské" pohádky.*

*Mohli byste v případě zařazení besed se známými osobnostmi pozvat herce Radúze Máchu? Velmi moc mě inspiruje. Děkuji.*

*Pro besedy bych vybrala jinou speciální místnost.*

*Chtělo by to méně knih o koních a méně podezřívavých pohledů knihovníků (my se ty knihy nechystáme ukrást, pašovat v nich drogy anebo si s nimi hrát na Večerníčka).*

*Knihovníci by mohli být trochu milejší, ochotní jsou dost, ale někdy mně připadá, že je obtěžují.*

*„Teensroom“ by měl být v knihovně Ruská nebo Hostivař.*

*„Teensroom“ si představuji jako jakousi podobu Čítárny - Unijazz, snad to tam znáš, co se do atmosféry a funkčnosti týče. Prostor, kde si budu moci zalézt, když je venku zima, posadit se do křesla nebo na měkkou pohovku, vypnout a ponořit se do knihy. Myslím, že by bylo důležité pořádání různých akcí spojených s literaturou a uměním. Vidím v tom jednak vzdělávací smysl, snadněji se tak ale i přilákají mladí lidé a bude to zpestřením. Mnoho vybavení by dle mého názoru nebylo ani potřeba, např. počítač, CD přehrávač nebo stolní hry, bylo by ale super mít to k dispozici. Ani personál není nutností, zjednodušila by se tím každopádně komunikace.*

*Celkově se mi nápad „teensroomu“ líbí, ale bojím se, že se nakonec neseťká s takovým úspěchem, hlavně pokud nebude strategicky umístěna. Osobně chodím do knihovny s někým z vrstevníků pouze v případě, že chceme vyplnit pauzu na oběd a to navíc jenom díky tomu, že máme knihovnu hned naproti škole. Jinak jsem zatím zažila společnou výpravu do knihovny jen jednou a to jsme jely do centrální. Rozhodně bych ocenila, kdyby*

*to nebyla jen místnost s pár časopisy, místy k sezení, ale třeba kdyby se v ní nacházely i knihy, co se často vyskytují v povinné četbě, aby pro ně člověk neběhal přes celou knihovnu. A co se třetí otázky týče - většinou když se jdeme učit do knihovny, skončí to právě klábosením, takže jsou to dvě dosti propojené činnosti.*

*Nemyslím si, že by bylo nezbytně nutné vytvářet „teensroom“, dnešní doba už o knihách moc není a nejspíš by nebylo využíváno.*

*WiFi by měla být rychlá a pc výkonné.*

*Bylo by skvělé, kdyby v knihovně přijímali nějaké studenty na výpomoc. Ráda bych se o takovou práci přihlásila.*

Dívky se vyjádřily především k fondu, konkrétně ke knihám. Objevil se názor, že v dětském oddělení nejsou adekvátní knihy literatury faktu. Rovněž je problém s povinnou četbou, pro kterou se musí „přes celou knihovnu“, problematický je také nedostatečný počet kusů jednoho titulu či potřeba vícero nových titulů. Objevuje se také konkrétní požadavek na téma besedy, či návrh, že besedy by se měly konat jinde než v prostoru pro dospívající. Vyskytují se taktéž negativní názory na knihovníky. Dívky se také ve dvou případech vyjádřily k prostoru pro dospívající komplexněji. Rovněž se objevuje názor, že prostor pro dospívající je zbytečností, dotyčná však z dotazníku nepochopila, že nepůjde pouze o místnost na půjčování knih, proti stojí názor, že prostor pro dospívající by mohl „přilákat“ nové uživatele, což koresponduje s realitou.

## **6.6 Porovnání výsledků s hypotézami**

V souvislosti s výzkumnými problémy bylo definováno 11 hypotéz, které zde budou vyhodnoceny a stručně shrnuty:

### **H1 Většina dívek navštěvuje MKP.**

Tato hypotéza byla **potvrzena**, Městskou knihovnu v Praze navštěvuje celých 78 % dívek, zbylých 22 % dívek nikoliv.

### **H2 Většina dívek, které navštěvují MKP, využívá především výpůjční služby.**

Druhá hypotéza byla rovněž **potvrzena**. Celkově 132 dívek čas strávený v knihovně věnuje především výběru knih a dokumentů. K žádné z podotázek se

dospívající dívky nevyjádřily natolik kladně. Jako další nejčtenější kladnou odpověď dívky označily možnost, že si v knihovně povídají s kamarády, konkrétně v 52 případech.

### **H3 Většina dívek, které knihovnu nenavštěvují, činí tak, protože je v MKP nuda.**

Tato hypotéza byla **zamítnuta**. Dívky se k podotázce, že knihovnu nenavštěvují z toho důvodu, že je tam nuda, kladně vyjádřily v 9 případech. Hlavním důvodem, proč dívky knihovnu nenavštěvují, je to, že veškeré potřebné informace jsou na internetu a také to, že si knihy kupují.

### **H4 Dospívající dívky mají zájem podílet se na dobrovolnických aktivitách v MKP.**

Dívky nemají zájem podílet se na činnosti knihovny. Hypotéza tedy byla **zamítnuta**. 65 % dívek nemá zájem podílet se na činnosti knihovny, zbylých 35 % zájem o dobrovolnictví má.

### **H5 Prostor pro dospívající by měl sloužit především pro relaxaci a zábavu.**

66 % dívek se domnívá, že by prostor pro dospívající měl sloužit jak pro zábavu, tak pro plnění školních povinností. To, že by prostor měl sloužit pouze pro zábavu, si myslí 27 % dotázaných dívek. Hypotéza byla **zamítnuta**. Zbylých 7% dívek se domnívá, že by prostor pro dospívající měl sloužit pouze pro plnění školních povinností.

### **H6 Většina dívek by ocenila webové stránky speciálně pro dospívající.**

Většině dívek, konkrétně 64 %, stačí stávající webové stránky. Hypotéza byla **zamítnuta**. 36 % procent dívek by nové stránky speciálně pro dospívající ocenilo.

### **H7 V prostoru pro dospívající by rozhodně měla být WiFi.**

Tuto hypotézu **nelze jednoznačně potvrdit či vyvrátit**. Dívky nejčastěji zvolily, že si v prostoru přejí pohovku. Konkrétně tuto možnost (v kladné rovině) zvolilo 170 respondentek. Druhou možností, ke které se dívky vyjádřily nejčastěji kladně, byla právě WiFi. Konkrétně si WiFi v prostoru pro dospívající přeje 159 dívek, stejně kladně se dívky vyjádřily k sedacím pytlům. 156 dívek se pak domnívá, že by v prostoru pro dospívající měly být knihy.

### **H8 Většina dívek chce prostor pro dospívající v rámci oddělení pro dospělé.**

Hypotéza byla **potvrzena**. 72 % dívek chce prostor pro dospívající v rámci oddělení pro dospělé, podstatně méně dívek, tedy 28 %, chce prostor pro dospívající v rámci oddělení pro děti.

### **H9 V prostoru pro dospívající by se měly konat především hudební a poslechové pořady.**

Respondentky se v největším počtu kladně vyjádřily k podotázce besedy se zajímavými osobnostmi, tuto možnost zvolilo 147 dívek. Podobně se dívky vyjádřily k možnosti besedy se spisovatelem, kladnou odpověď zvolilo 127 respondentek, 124 dívek zvolilo kladnou možnost v případě podotázky hudební a poslechové pořady. Hypotézu tedy **nelze jednoznačně potvrdit ani vyvrátit**.

### **H10 Dospívající dívky jsou spokojeny s personálem knihovny.**

Hypotéza byla **přijata**. S personálem knihovny je spokojeno 93 % dívek, nespokojeno je 7% dívek.

### **H11 Prostor pro dospívající bude dívkami navštíven, jen pokud bude v centru Prahy.**

Největší procento respondentek, tedy 47 %, prostor pro dospívající navštíví, jen pokud bude umístěn do 30 minut od místa bydliště. Hypotéza byla proto **zamítnuta**. Prostor pro dospívající v centru Prahy vyžaduje 19% dívek. 28 % dívek prostor pro dospívající navštíví pouze za předpokladu, že bude v místě jejich bydliště, zbylých 6 % prostor pro dospívající navštíví, ať už bude kdekoliv.

## **6.7 Rozhovor**

Další část smíšeného výzkumu tvoří rozhovor. Cílem rozhovoru je skutečnosti zjištěné prostřednictvím dotazníkového šetření doplnit a objasnit. Otázky pro rozhovor byly předem naformulovány. Vzhledem k tomu, jak se rozhovor vyvíjel, byly zvoleny otázky doplňkové. Rozhovory byly realizovány prostřednictvím sociální sítě Facebook, jelikož se jedná o prostředí dospívajícím blízké a usnadňuje komunikaci oběma stranám.<sup>217</sup>

---

<sup>217</sup> Jména respondentek byla změněna.

### 6.7.1 Jana, 16 let

#### **Co Tě napadne jako první, když se řekne knihovna? Jakákoliv asociace.**

*Vzhledem k Doktorovi nejspíš Vashta Nerada<sup>218</sup>, ale to je vedlejší. A neexistující. Pak si asi vybavím pankráckou pobočku, která mi připadá vážně jako knihovna - menší, příjemné místo, kde jsem nezahlédla počítač, ale fontánu a opravdu cítila papír.*

#### **Proč do knihovny chodíš?**

*No, tak hlavně pro knížky. Ale někdy, když se třeba musíme naučit něco (nejčastěji biologii) na odpolední vyučování, tak jdeme do knihovny se spolužáky, sedneme si na pohovku. A pak si povídáme. Tak to dopadá, když se chceme učit. Ale hlavně vážně hledám knížky.*

#### **Chodíš do knihovny raději sama nebo s kamarády?**

*Těžko říct, záleží na faktorech jako denní doba, počasí a tak, ale ve výsledku asi spíš sama.*

#### **Takže když jdete s kamarády ze školy a začne pršet, jdete do knihovny?**

*Ne, spíš jen o pauzách před tím odpoledním vyučováním, než bychom zůstávali ve škole, raději jdeme do knihovny, několikrát ji obejdeme a jdeme na další hodinu.*

#### **Co by se podle Tebe v knihovně mělo dát všechno dělat? Zapomeň na to, co si myslíš, že se tam kdy bude dát dělat.**

*No, rozhodně by se měla v knihovně prodávat ledová tříšť. Protože ledová tříšť je skvělá. Ani by mi nevadily nějaké projektory, aby si člověk mohl třeba pustit nějaký film, když si ho přinese. A samozřejmě, měkké polštáře. Ty jsou důležité, jelikož na nich člověk může ležet, sedět anebo s nimi po někom házet, když ho naštvě. Tohle je věc, kterou pro každou knihovnu vidím tak nějak jinak. Třeba by se mohly i zapůjčovat čtečky, ve kterých by byla dejme tomu předehrána určitá literatura - čtečka se sci-fi, povinná četba z období romantismu, všechno od Balzaca a tak podobně. A pak jsou takové věci, co se už často dějí - nějaké filmy, třeba trochu kultury ve smyslu vystavení děl (což by mohlo zas podpořit začínající umělce), nějaké posezení s autory, nebo třeba jen vyhlášení setkání skupiny lidí se společným zájmem (pondělí - čtenáři Švejka, úterý - hráči Magicu...), ale to záleží spíš na tom, jak si to daná skupina zorganizuje.*

<sup>218</sup> Fiktivní bytosti z britského sci-fi seriálu The Doctor Who, které se mimo jiné vyvíjejí i na stránkách knih a tedy i v knihovně.



## **Jak by měla vypadat ideální knihovna? Myšleno interiér vybavení, klidně to přirovněj k čajovně, Unijazz, Anticafé apod.**

*Tohle už je hodně složité, protože já mám pod pojmem knihovna zařazeno víc míst. Knihovna jako knihovna, to mi připadá jako takové tiché místo, se spoustou knih, kde nikdo ani nešpitne, protože prostě cítí, že by neměl, ale když už promluví, tak zjistí, že je to vlastně celkem fajn. Může tam být pár stolků a židlí, ale hlavní jsou ty knihy - jsou tak, aby jich bylo možno vidět co nejvíc, je jich spousta, ale je to jen v jednom malém pokoji, aby se v nich dalo orientovat a nějak to vstřebat, některé jsou tak vysoko, že je třeba vylézt po žebříku. Pak je tady jiná představa knihovny, takové o něco modernější. Kam už se nechodí jen kvůli knihám, je taková komplexnější - samozřejmě, je tam spousta zákoutí a „zašíváren“, kam si někdo může zalézt a číst, ale taky místo, kde se sejde nějaká parta a třeba o něčem mluví, poslouchají hudbu nebo si něco promítají. Neuškodí nějaké místo, kam si člověk může odložit věci a má možnost koupit si nějaké nápoje (horká čokoláda, čaj, voda, něco vychlazeného v létě apod.). Ještě jsou věci, co mají obě tyto představy společné - chybí v nich počítače, protože ty se mi tam prostě nehodí - nějak brání kontaktu s člověkem i s knihou a ze všeho se stávají jen profilové obrázky - a taky vládne jistá chaotičnost, ale ne až moc. Knížky nejsou jen podle abecedy, ale i podle žánrů nebo formy a člověk musí alespoň chvilíčku hledat, než nějakou věc najde.*

### **Jaké služby jsou pro Tebe nejdůležitější?**

*No knížky. A vzhledem k tomu, že je moc ráda hledám sama, tak hned za nimi škemrá o pozornost Koniáš<sup>219</sup>.*

### **Myslíš, že by knihovna měla být hlavně o škole nebo o zábavě, a jak to vnímáš teď?**

*O zábavě. Většina času, který strávím v knihovně a věcech s ní souvisejících, je o zábavě. Z 27 knih jsem měla do školy jen Povídky malostranské. Samozřejmě jsem úplně nadšená, že nemusím vlastnit každou knihu povinné četby, ale myslím, že za a) většina návštěvníků už ve škole není; b) ti co v ní ještě jsou, tak škola taky nebaví a snaží se myšlenky na ni omezit na minimum. Takže rozhodně o zábavě.*

---

<sup>219</sup> Knihovní systém Městské knihovny v Praze.

### **Myslíš, že chodit do knihovny je „cool“ nebo může být knihovna vůbec „cool“?**

*Jasně že jo! Na obě! Samozřejmě je to dosti ovlivněno tím, jak kdo význam slova „cool“ vnímá. Z hlediska, co dělá většina, je „cool“ - jasně, většina lidí do knihovny chodí. Alespoň co znám já. Z hlediska, jestli to baví mě, všechny palce nahoru.*

### **Zkrátka, myslíš, že pro teenagery je knihovna zajímavá? Samozřejmě vždy hraje roli individualita.**

*Tak dobře, ale když to podáš takhle a já přestanu myslet ve své skořápce a rozhlédnu se třeba po naší třídě, tak asi tolik zajímavá není. Na druhou stranu třeba v oddíle berou všichni knihovnu jako samozřejmost, takže je to tak v podivném poměru.*

### **Jaké knihy si myslíš, že by v knihovně měly být, respektive jaká jiná média, např. CD, deskové hry apod.**

*Deskové hry mám moc ráda. Ráda bych si půjčila deskovou hru, mohla bych tím zaplácnout celý program, to je opravdu dobrý nápad, co se CD týče, mám pocit, že už je lidí až tolik nevyužívají. Jelikož ale neznám lepší možnost, jak poslouchat hudbu než MP3, mobily a tak, tak je to nejspíš ideální způsob jak číst něco, co člověk číst nechce - poslechne si to. Třeba by šly DVD nebo flash disky s filmy. Ale pořád si stojím za tím, že knihovna je místo hlavně pro knihy.*

### **Co knihovníci, líbí se Ti jejich přístup, nebo bys něco změnila?**

*Ne, většinou když se s nimi dám do řeči, tak jsou vážně fajn. A vždycky rádi pomáhají, alespoň na Chodovci a Opatově. Knihovníci jsou bezva.*

### **Co si myslíš, že dělá dobrou knihovnu?**

*Atmosféra. Jednou jedinkrát jsem byla na Pankráci a od té doby si plánuji, kdy bych tam mohla zajít zas, protože jsem se nadchla, jednou jedinkrát jsem byla v ústřední, jako vážně v knihovně, ne na promítání, ale fakt v knihovně. A prostě jsem byla mírně znechucená, mírně zklamaná, prostě se mi tam vůbec nelíbilo. Na Pankráci to bylo asi vůni knih, na ústřední to bylo nejspíš pro tu uspěchanost, Chodovec se mi líbí, protože je to takový veselý, a na Opatov chodím, protože mě tam znají. Takže těžko říct, básník by to asi vystihl lépe.*

**Vadí ti, že mládež, tedy vlastně i Ty, je spojována spíše s dětmi, nebo ten pocit nemáš?**

*Já se dostala do momentu, kdy je mi 16, vypadám na 13 a můžu si půjčovat i knížky pro dospělé a navíc jich mít 60, takže já si v tomto stavu úplně libuji, mě právě to spojování s dětmi vyhovuje. Nevím jak ostatním, těch se neptám, ale podle mě je to úžasné.*

**A v knihovně bys prostor pro teenagery chtěla mít spíše v rámci dětského nebo dospělého oddělení?**

*Přesně ve stěně mezi. Protože tam to nějak sedí Ale co tak koukám, tak se většinou mí vrstevníci chodí do dětského. Jen aby to chudinky děti neodnesly.*

**Myslíš, že knihovna o sobě dává dostatečně vědět, že může nalákat i mladé lidi? Pokud ne, co myslíš, že by knihovna měla udělat?**

*Se školou jsme do knihovny chodili - na různé besedy. Teda ještě se základkou. Pak jsem tam chodila kvůli počítači, na který jsem jako malá doma nesměla. Až když jsem začala knihy potřebovat, začala jsem si je půjčovat. A paradoxně to bylo jen proto, že jsem si já řekla, že to prostě tak chci. Takže v tomhle je to podle mě dost individuální - když někdo do knihovny chodit chce, začne ho to i bavit. A síť „kamarádičkování“ a šeptandy rodičů je myslím mnohem účinnější než nějaké veřejný akce. Ale snažit se musí a myslím, že je ta snaha v tuto chvíli optimální.*

**Co se Ti na knihovně nejvíce líbí/nelíbí?**

*To je vážně ošklivá otázka, nejvíc se mi líbí to, že prostě nemusím mít všechny knížky doma. Mimo jiné bych se pak už domů nevešla. A nelíbí? To je ještě těžší vymyslet. Mohla bych samozřejmě psát nějaké „žvásty“ o nevyhovancích, co tam řvou, ale za to knihovna nemůže. Já opravdu nevím, vůbec se mi nelíbilo ústředí, ale nedokážu napsat co přesně.*

**A teď Tvůj názor na knihovnu. Napiš cokoliv, co Tě ještě napadá.**

*Protože velebení knihovny už mám víceméně za sebou, vrhnu se na další věc - moc oceňuju právě takovéto snahy zjistit, co chtějí čtenáři. Jenom letos jsem vyplňovala asi tři dotazníky právě k nějakým pracím na téma knihovna, kde bylo dole většinou napsáno, že výsledky budou knihovně předány. Moc se mi taky líbí informování mailem a to že ač můžu mít Opencard, nikdo mě do toho nenutí. Takže si můžu nechat svou jedinou kartičku, co*

*jsem nikdy neztratila, a stále ji používat. Pak jsem taky moc ráda za tu nízkou cenu. A vůbec, knihovna je prostě úžasná organizace.*

Názory této respondentky korespondují s fakty zjištěnými dotazníkem, konkrétně v oblasti knih. Pro respondentku je knihovna především místem, kde by měl být dostatek knih. V knihovně není potřeba počítač, ale rozhodně by měla být o zábavě. Pod pojmem zábava si respondentka představuje především povídání s kamarády či hraní stolních her. Ačkoliv je jednoznačně odmítnut počítač, nevyhýbá se respondentka čtečkám e-knih či projektoru pro přehrávání filmů, což opět koresponduje s názorem, že knihovna by měla být místem zábavy. Respondentka má ke knihovně výrazně kladný vztah a přináší řadu dobrých nápadů, např. elektronické čtečky s knihami na určité téma, polštáře v knihovně apod. Oddělení pro dospívající by respondentka umístila mezi oddělení pro děti a mládež a oddělení pro dospělé, což koresponduje s jejím názorem, že se nepovažuje ani za dítě, ani dospělou.

#### **6.7.2 Barbora, 16 let**

##### **Co Tě napadne jako první, když se řekne knihovna?**

*Ústřední knihovna na Mariánském náměstí*

##### **Co Tě napadne jiného kromě knihovny, nějaká asociace ?**

*Asi jen kupa knížek, Remarque, a pak oddělení odborné literatury, kde většinou nic nemůžu najít.*

##### **To dobrá připomínka. Napadá Tě, jak jinak by knihy měly být tříděny?**

*Tak aby se lépe našly, asi podle autora.*

##### **Myslíš podobně jako beletrie?**

*Nijak mi nevadí dělení jako sociologie, psychologie atd. Pak ale v těch "podkategoriích" (třeba jako ruská problematika, nebo něco podobného, nevím, jak je to tam přesně) nemůžu nic najít. Ted' mě ale napadá, že tenhle problém se objevil hlavně u humanitních knížek, biologie, fyzika atd. je ok, s tím většinou problém nebyl.*

**Takže Ti nevadí třídění podle oborů, ale spíše jde o to, aby v rámci oborů byly knihy podle autorů?**

*Přesně tak.*

**Proč do knihovny chodíš, z jakého důvodu?**

*Půjčit si knížky, které nenajdu v knihovně školní, tj. novodobá literatura nebo zdroje informací k referátům do školy.*

**A proč jdeš do knihovny, proč nevyužiješ informace na internetu?**

*Protože je to jednodušší, najít v knížce, tam jsou informace hezky seříděné, navíc mám 100% jistotu, že jsou pravdivé nebo se o to aspoň můžu opřít, když mi to někdo bude chtít vyvrátit. Nestrávím tím tolik energie jako vytahováním důležitých informací z 20 internetových stránek (možná něco svedla výchova, kdy pro mě na 1. stupni neexistoval žádný jiný zdroj informací než encyklopedie).*

**Takže do knihovny chodíš hlavně kvůli škole?**

*Přesně tak, ve většině případů.*

**A chodíš do knihovny sama nebo i s kamarády a bereš knihovnu i jako místo pro setkávání s kamarády?**

*Sama a je to taková „rychlówka“, abych našla knihu a šla. Jednou jsem tam zůstala si číst docela dlouho, ale nikdy mě knihovna nenapadla jako místo, kde bych byla s kamarády.*

**A co by se podle Tebe v takové ideální knihovně mělo dát dělat, když opomeneme půjčování knih kvůli škole? Co by Ti měla nabídnout, abys tam přišla třeba i s kamarády popřípadě sama, ale ne proto, aby sis půjčila knihy do školy?**

*Ráda bych si tam i četla, na což je zrovna v ústřední knihovně prostor, ale je to takové nepohodlné a řekněme neosobní. Trošku mi možná vadí to ticho (ale tak je to knihovna, co čekám). Spíš si nedokážu představit, že si tam budu povídat s několika kamarády, být jako skupina lidí, která se tam sejde a užije si spolu odpoledne, aniž by nějak vadila okolí. To by asi bylo fajn.*

### **Takže Ti ústřední knihovna přijde neosobní?**

*Neřekla bych, že jen ústřední. Asi je to u všech podobné, víš takové dřevěné židle a stolky. Já jsem fanda pohovek a křesel, ani nemusí být nové.*

**Takovou ideální knihovnu si představuješ vlastně jako obývací? Nebo respektive, jak by měla vypadat taková ideální knihovna, např. jako Starbucks, Anticafé, Unijazz? A chtěla bys tam třeba s kamarády hrát stolní hry nebo jíst, pít apod.?**

*Nemusela by to být ani celá knihovna, klidně by tenhle "obývací" mohl být jen jedna místnost. Ano, Unijazz je takový můj ideál, tou atmosférou i vybavením, až na kouření.*

### **A co bys s kamarády chtěla v knihovně dělat?**

*Deskové hry by byly super a čaj takovou nezbytností, bych to tak viděla. Třeba jídlo mě nepříjde až tak důležité.*

### **Jaké služby jsou pro Tebe v knihovně nejdůležitější?**

*Takové ty filmové večery a pak možnost si rezervovat knihy. Jsem vlastně dosti spokojená se současným stavem, kromě faktu, že si chodím číst raději někam jinam. To by bylo skvělé, kdyby se změnilo, ale když nic nebude, taky mě to nijak zvlášť mrzet nebude.*

**A myslíš, že by knihovna měla být hlavně o škole, nebo o zábavě? A jak to vnímáš teď?**

*Ted' mám takové spíše pragmatické pojetí knihovny.*

### **Hlavně si tedy půjčuješ knihy a hledáš v nich informace?**

*Ano, taky ale ráda využiju právě ty filmové nabídky.*

**Myslíš, že je knihovna „cool“, respektive, jestli by mohla být „cool“, a co by podle Tebe měla proto udělat?**

*Těžko říct, myslíš jako zajímavá teenagerům?*

**Ano.**

*No, já mám asi takovou nemoderní a konzervativní představu o knihovně. Takže by mě možná i někde v podvědomí zklamalo, kdyby se kvůli oblíbenosti a atraktivitě pro mladé potlačila ta pro mě primární funkce, tedy knižní.*

**A co si myslíš, že by měly být v knihovně za knihy, respektive i další média např. stolní hry.**

*Nejsem si třeba jistá, jestli tam jsou nějaké novodobé knížky právě o mladých lidech, nemyslím ty dětské, a mnoho z nich bych čekala v beletrii, ale je to taková jednodušší literatura. Třeba konkrétně Green, nikdy jsem to teda v knihovně nehledala. A jsou v knihovně CD nebo desky k půjčení?*

**Ano, hudební nosiče jsou také k dispozici.**

*Pak mě teda nic nového nenapadá.*

**Jinak myslíš, že by v knihovně mělo být víc literatury pro dospívající a o dospívajících? Ale ne takové ty napůl dětské? A také bys ocenila CD v prostoru pro dospívající?**

*Těžko říct, jestli bychom potřebovali víc, třeba je literatury pro dospívající, třeba se to jen "ztratí" v těch policích s beletrií. Zase, ale kdybych šla do oddělení "dospívající" pro něco, přišla bych si divně, že nejsem schopna číst něco normálního. Jsem ráda, že tu možnost mám, půjčit si i hudebninu, i když ji moc často nevyužiju.*

**Takže bys ocenila, kdyby ty knihy s tematikou pro dospívající byly nějak označeny, ale aby zůstaly v oddělení pro dospělé, protože jinak by sis přišla divně, protože máš pocit, že literaturu pro dospívající ostatní vnímají jako méněcennou?**

*Spíše že je mi podsouváno něco ke čtení, kde hrdinové nejsou starší 20 let.*

**Spíše Ti vadí, že Ti někdo nutí právě tu literaturu o dospívajících, takže bys ocenila něco jiného?**

*Jenže pak je problém, že na druhou stranu netuším, jak tyhle knížky, tu "neklasičskou" literaturu, poznat.*

**Můžeš teda nějak tu "neklasickou literaturu" definovat?**

*Já se spíš bojím, aby knihy pro dospívající nedopadly tak, že tam bude jen taková bezstarostná literatura o nějakých láskách, jestli víš, co tím myslím. Klasická literatura - hodně široce - všechno do 50. let 20 století, to, o čem slyším ve škole apod.*

**Takže bys prostě nechtěla mít v prostoru pro dospívající jen takové ty „hloupoučké“ knihy?**

*Ano, přesně tak.*

**Měla bys zájem se nějak podílet na činnosti knihovny? Mít možnost vybrat si témata akcí či pomáhat jako dobrovolník? Nebo něco jiného?**

*Třeba bych ráda pomohla v organizování akcí pro děti, to by mě i bavilo.*

**Líbí se Ti přístup knihovníků, měli by se nějak zlepšit, třeba si povídat apod.**

*Personál mi přijde v pořádku, vždycky pomůže, ale zároveň není "vlezlý"*

**Rozumím, takže nemáš potřebu si s knihovníkem nějak povídat?**

*Nemám, rozumíš správně.*

**A co si myslíš, že dělá dobrou knihovnu?**

*Jen těžko popsat dobrou knihovnu. Důležitá je asi i přehlednost, pak opravdu ráda, když mi knihovnice pomůžou s hledáním.*

**A co třeba prostor myslíš, že je taky důležitý?**

*Nijak zvlášť to neovlivňuje moje mínění, bych řekla. Mělo by to asi být dostatečně světlé a vzdušné, abych si tam nepřišla stísněně.*

**Jasně a vadí Ti, že jsou teenageři spojováni spíš s dětmi než s dospělými, nebo to tak nevnímáš?**

*Vnímám, často třeba právě tou literaturou, která je "pro náš věk". Myslím, že teď to tak neprožívám. Ale třeba dva roky zpátky, lidi pod 15 jsou prostě bráni jako děti. Objektivně ale nemůžu posoudit, co četli v té době ostatní.*



**Jasně, a když zapomeneme na četbu, myslíš, že je správné, že jak říkáš, jsou lidi pod 15 bráni jako děti?**

*Upřímně, teď mi taky rozhodně nepřijdou jako dospělí.*

**Takže myslíš, že od 15 nahoru by měli být teenageři spojováni spíš s dospělými a od 14 dolů spíše s dětmi?**

*To asi taky ne, ten rozdíl mezi 11 a 14 je veliký, nemohl by být nějaký mezistupeň? Tzn. 16 a 17 už je člověk v pohodě dospělý a tak od těch 13 do 16 bych viděla teenage.*

**Myslíš, že knihovna o sobě dává dostatečně vědět, že může nalákat i mladé lidi? A pokud ne, co myslíš, že by knihovna měla udělat?**

*Nejsem si jistá, že lidi, kteří nenavštěvují knihovnu, o akcích knihovny vědí.*

**Napadá Tě, jak k nim informace, dostat?**

*Moc právě ne, nepředstavuju si to nic jako plakátovou reklamu.*

**A kde se k dospívajícím, co nechodí do knihovny dostat?**

*Je možnost platit si nějakou reklamu? V novinách nebo tak?*

**Finance jsou poměrně problematická oblast.**

*A jsou informace o akcích jinde než na stránkách knihovny?*

**Takže myslíš, že by byla dobrá reklama někde v komerční sféře?**

*Asi by to pomohlo, i když by mi přišlo zvláštní, kdybych viděla reklamu na knihovnu v metru nebo na facebooku.*

**Co se Ti v knihovně v současnosti nejvíce líbí/nelíbí?**

*V ústřední knihovně ty lavičky venku, v tom proskleném čtvercovém prostoru. No a nelíbí se mi třídění odborné literatury. Ale není to problém nijak zásadní.*

**A teď poslední otázka. Zkratka shrň svůj názor na knihovnu a napiš cokoliv dalšího, co Tě napadá.**

*Já jsem v současnosti s knihovnou opravdu spokojená a nic mi tam vlastně nijak nevadí, oceňuji ty všechny akce a možnosti (půjčování DVD) a myslím, že o kupě věcí, které můžu využít, vlastně ani nevím.*

Respondentka považuje knihovnu opět za místo, kde se převážně půjčují knihy, a má knihovnu spojenou především s půjčováním knih a plněním školních povinností. Respondentka nepovažuje informace na internetu za dostatečné a upřednostňuje informace obsažené v knihách, navíc považuje práci s knihou za jednodušší nežli s internetem. Respondentka se nebrání knihovně spojené se zábavou, spíše není na toto pojetí zvyklá. Konkrétně si nedovede představit, že by se nahlas bavila se skupinou kamarádů. V knihovně by ocenila stolní hry. Respondentka by si rovněž ráda v knihovně četla, ale současnou podobu knihovny považuje za neosobní, ideální prostory pro knihovny si představuje jako obývací, tedy místnost s pohovkami a křesly. Nespokojená je s tříděním odborné literatury. Respondentka též není spokojena s přístupem k dospívajícím a v souvislosti s tím, jaká literatura je této věkové kategorii doporučována.

### **6.7.3 Marie, 18 let**

**Co Tě napadne jako první, když se řekne knihovna? Jakákoliv asociace.**

- *útulnost, bezpečí*

**Proč do knihovny hlavně chodíš?**

*Tak hlavně pro knihy, které potřebuji přečíst do školy. Potom pro knihy, o kterých jsem slyšela a taky zkouším knihy, které mě zaujmou. Jinak tam někdy chodím, když se potřebuji nějak zabavit při čekání na něco nebo někoho.*

**Takže si hlavně půjčuješ beletrii a povinnou četbu? Nebo hledáš i informace k referátům apod.?**

*Půjčuji si knihy jen kvůli seminárním pracím, pokud hledám informace, dávám přednost internetu.*

**Jen když máš zkrátka něco složitějšího, ale i tak, to ti k seminárním pracím nestačí internet?**

*Nestačí. Vypadá dost hloupě, když všechny zdroje jsou z internetu. Navíc na internetu často nejsou všechny informace přesné.*

**Chodíš do knihovny sama, nebo spíše s kamarády?**

*Spíše sama, s kamarády jdu, jen když vím, co přesně chci, a jdu tam jen na "skok".*

**Co by se v knihovně podle Tebe v ideálním případě mělo dát všechno dělat, úplně zapomeň na to, co myslíš, že se tam dá dělat, prostě cokoliv Tě napadne.**

*Vím, že se Ti ta odpověď nebude líbit, ale mně takhle knihovna stačí. Myslím si, že k jiným věcem máme jiná místa.*

**Myslíš, že knihovna je hlavně na půjčování knih? A kam tedy chodíš s kamarády?**

*Souhlasím, že na setkávání s přáteli by to bylo dobré místo. S kamarády se setkávám většinou v obchodních centrech nebo v restauraci, a to opravdu není ono.*

**Tak si tedy představ, že by to v knihovně opravdu šlo se setkávat s kamarády, jak by pak taková knihovna/místnost měla vypadat? Jaký by měl být interiér? Měly by tam být například hry nebo možnost jídla a pití? Klidně knihovnu přirovněj třeba k čajovně, Anticafé nebo Unijazzu nebo k čemukoliv, co znáš.**

*No tak především by tam měly být pohodlné pohovky, přístupná WiFi, el. zásuvky, příjemná hudba, určitě možnost koupit kávu nebo čaj, časopisy a hlavně možnost si nahlas povídat, např. hry by pro mě nebyly prioritou, ale určitě by je někdo jiný ocenil.*

**Jaké služby jsou pro Tebe v knihovně nejdůležitější?**

*No, tak poradit kde která kniha je, ale také poradit, která kniha by se mi mohla líbit.*

**A myslíš, že knihovna by měla být o zábavě, nebo o škole? A jak to vnímáš teď?**

*No, v tuhle chvíli budu maturovat, takže je pro mě spíše o škole, ale jinak si myslím, že je o obojím. Celé dětství pro mě byla hlavně o zábavě.*

**Kdybys měla více volného času, chodila bys do knihovny třeba i na akce apod.?**

*Určitě ano.*

**Myslíš si, že chodit do knihovny je „cool“, respektive, může být knihovna „cool“?**

*To záleží na tom v jaké skupině lidí, mezi lidmi z gymnázia je chození do knihovny normální, lidé z učilišť tam většinou nechodí, ale neznamená to, že to je „cool“ nebo není. Je to každého věc a nikdo se o tom nějak nebaví. Být „cool“ je hrozně přeceňovaná věc.*

**Souhlasím s Tebou, ale zkusím to jinak. Co udělat, aby knihovna byla pro mladé lidi zajímavá? A aby se právě o ní více bavili?**

*No, tak nějaké zajímavé akce. Třeba předčítání známých autorů.*

**Rozumím, a co třeba prostor, myslíš, že kdyby v knihovně byly právě ty pohovky a třeba graffiti po zdech, že by to mladým lidem přišlo víc zajímavé?**

*Určitě ano a bylo by hezké, kdyby toho byla součástí nějaká kavárnička.*

**A jaké knihy popřípadě jiné dokumenty, např. CD by měly v knihovně být, popřípadě co Ti v knihovně chybí?**

*Moderní literatura, z hudby určitě víc ve stylu OneRepublic<sup>220</sup> a tak, určitě knihy typu jak se dostat na vysokou a líbilo by se mi, kdyby byly víc zvýrazněny bestsellery.*

**Chtěla bys nějakým způsobem ovlivňovat chod knihovny? Například dobrovolnictví, možnost vybrat si téma akce či cokoliv dalšího?**

*Určitě ano.*

**Bavilo by Tě třeba pomáhat i při nějakých akcích?**

*Kdybych měla čas, tak bavilo.*

**A co knihovníci, líbí se Ti jejich přístup, nebo by měli být podle tebe jiní? Třeba si víc povídat.**

*Já jsem teda zatím narazila vždy na skvělé knihovníky.*

**Takže Tě nenapadá nic, v čem by se měli v přístupu k teenageru zlepšit?**

*Opravdu ne, mně zatím vždy skvěle pomohli.*

**Co podle Tebe dělá dobrou knihovnu?**

*Velký výběr knih a pohodlné hezké prostředí.*

---

<sup>220</sup> Americká rocková skupina.

**Vadí Ti, že je mládež, tedy vlastně i Ty, spojována spíše s dětmi než s dospělými? Nebo to tak nevnímáš?**

*Jak kdy. Někde to nevnímám vůbec a někde ano, ale v knihovně se mi zdá, že se se mnou jedná spíš jako s dospělým.*

**Myslíš, že knihovna o sobě dává dostatečně vědět, že může nalákat i mladé lidi. A pokud ne, co myslíš, že by knihovna měla udělat?**

*Knihovna mladé lidi moc neláká, asi více reklamy v metru a možná i na internetu a v televizi.*

**Co se Ti v knihovně nejvíce líbí/nelíbí?**

*To je v každé knihovně individuálně.*

**Tak ohodnot' např. pobočku, kam chodíš nejčastěji, popř. Ústřední.**

*No tak v Ústřední se mi líbí výběr a prostředí a nelíbí se mi nepřehlednost.*

**Myslíš knih v naučné literatuře?**

*Ano.*

**A co se Ti na tom konkrétně nelíbí?**

*Celkově se tam hůř vyznám.*

**Shrň svůj názor na knihovnu a řekni jakýkoliv další názor, cokoliv Tě napadne.**

*Mně v téhle chvíli knihovna vyhovuje. Chodím tam ráda, ale určitě jsem pro zlepšení.*

I tato respondentka má knihovnu spojenou především s knihami a plněním školních povinností, taktéž není spokojena s tříděním knih v odborné literatuře. Informace obsažené v knihách rovněž považuje za spolehlivější než informace na internetu. Respondentku taktéž nenapadlo, že knihovna by mohla být místem k setkávání s kamarády a této představě se rovněž nebrání, na jedné straně tvrdí, že pro ostatní aktivity jsou jiná místa, na straně druhé by knihovnu jako místo pro setkávání s vrstevníky ocenila. S přístupem knihovníků je ve všech směrech spokojena.

#### **6.7.4 Petra, 19 let**

*Knihovna = staré protivné dámy.*

#### **Proč do knihovny vlastně chodíš?**

*Mám to tam ráda, je tam klid, taková jiná atmosféra a především si půjčit knihy.*

#### **Chodíš do knihovny sama, nebo s kamarády?**

*Sama, nechci, aby mi ten klid někdo narušoval.*

**Co by se v knihovně podle tebe mělo dát všechno dělat? Úplně zapomeň na to, co si myslíš, že by se tam kdy mohlo dát dělat.**

*Číst si, relaxovat, vyhledávat informace na internetu a měl by to být zdroj nejen kultury z písemného umění, ale také z vizuálního, podle mě. Takže třeba vernisáže, nějaké malé výstavy atd.*

#### **Chápu, výstavy občas v knihovně fungují a v Opatově si můžeš obrazy i půjčit.**

*Ano, vím, že i v Ústřední to tak je. Ale ostatní knihovny/pobočky jsou nic moc, respektive tam, kam já teda zavítám - Ládví, Vysočany, Školská, Letná.*

**Jak by měla vypadat ideální knihovna? Klidně ji k něčemu přirovnej, třeba k čajovně, Anticafé, Unijazz apod.**

*Měla by vypadat jako K4<sup>221</sup> nebo Ouky douky<sup>222</sup>. Měla by být útulná a intimní, pohodlné sezení, WiFi.*

#### **Jaké služby jsou pro Tebe v knihovně nejdůležitější?**

*Rychlé a dostupné půjčování knih a asi WiFi.*

#### **Myslíš, že by knihovna měla být hlavně o škole, nebo o zábavě? Jak to vnímáš teď?**

*O obojím. Ale měla by více motivovat širokou veřejnost, aby tam chodili. Studenti ji navštěvují, protože jim vlastně nic jiného nezbyvá, ale lidi, kteří se nepotřebují vzdělávat, těm je knihovna úplně putna. Pro dospělé nestudující by měla být o zábavě.*

---

<sup>221</sup> Studentský klub Karlovy univerzity.

<sup>222</sup> Kavárna v Praze Holešovicích, kde jsou pořádány vernisáže, je zde také antikvariát a internetová kavárna.

**Myslíš, že chodit do knihovny je „cool“? Respektive může být knihovna vůbec „cool“?**

*Knihovna je „cool“ jak pro koho. Ale myslím si, že dnes je řada „pseudointelektuálů“, kteří chodí do knihovny proto, že je to strašně „hipstr cool“<sup>223</sup>.*

**Pomohlo by podle Tebe, kdyby měla knihovna měla hezčí prostory a milejší knihovníky?**

*No to stoprocentně!*

**A když už jsme u toho, jak bys knihovnu transformovala, aby se stala více „cool“?**

*Třeba NTK je podle mě cool, je tam spousta místa na sezení, kde se spolu lidé mohou učit, studovat, nebo kde si jen samostatně číst. Interiér je zajímavý, takže to lidí podle mě táhne jen z toho důvodu, protože je to "jiné".*

**Jaké knihy, či jiná média (např. CD, DVD, deskové hry apod.) by podle Tebe v knihovně pro dospívající neměly chybět?**

*Výběr z knih je velký, jen třeba jsem mívala problém s knihami ze seznamu povinné četby, že bylo výtisků málo, špatná dostupnost, atd. CD a DVD v dnešní době už nejsou moc potřeba - dá se to stáhnout. Třeba deskové hry vůbec nejsou v knihovně podle mě potřeba. Co mám v knihovně ráda, je denní tisk. Ale v době internetu to asi už málo lidí ocení.*

**Líbí se Ti přístup knihovníků, nebo si myslíš, že by měli být jiní?**

*Mohli by být milejší. Hlavně postarší dámy, které jsou občas trochu arogantní, a když přijdu s dotazem, dívají se na mě jak na nesvéprávného člověka.*

**Chtěla bys mít možnost podílet se na chodu knihovny? Být dobrovolník, mít možnost vybrat si téma akcí apod.?**

*Já osobně dobrovolník asi ne, ale vybírat si téma akcí by se mi líbilo.*

**Co podle Tebe dělá dobrou knihovnu?**

---

<sup>223</sup> Hipster je označení pro jedince, který je součástí alternativní subkultury, která se chová určitým způsobem, specifické je také oblékání.

*Dostupnost a množství kvalitních knih a její pracovníci.*

**A co například hezčí prostor, respektive prostor pro mladé lidi?**

*To určitě taky, ale já osobně bych ocenila hlavně to, kdybych si v knihovně nemusela připadat hloupě.*

**Vadí Ti, že mládež je spojována spíše s dětmi než s dospělými? Nebo to tak nevnímáš?**

*Asi to tak nevnímám. Nikdy jsem neměla důvod nad tím ani přemýšlet.*

**Myslíš, že knihovna o sobě dává dostatečně vědět, že může nalákat i mladé lidi? A pokud ne, co myslíš, že by knihovna měla udělat?**

*Já nevím, mladí lidé podle mě do knihovny chodí dost, protože to potřebují. Takže ty tam vlastně ani lákat nemusí, ti by se tam měli nalákat sami*

**Tím myslíš, že se nalákají tím, že tam vlastně potřebují?**

*Ano.*

**A proč myslíš, že tam potřebují? Spousta informací je na internetu.**

*Ale ne všechno. Navíc pořád většina lidí si knihu raději půjčí fyzicky, než aby jí četla na internetu. Každý taky zatím nemá, Kindle nebo tablet.*

**Co se Ti na knihovně nejvíce líbí/nelíbí?**

*Mám ráda ten klid v knihovně. Nemám ráda protivné knihovnice.*

**Shrň svůj názor na knihovnu, napiš cokoliv dalšího, co Tě napadá.**

*Pobočky knihovny by se měly zútlulnit. Protože si tam člověk mnohdy ani nemůže přečíst knihu, protože není kde.*

Pro tuto respondentku je knihovna především místem, kde chce individuálně relaxovat hlavně při čtení. Respondentka se domnívá, že mladí lidé do knihovny chodí, protože musí, tedy za předpokladu že studují. Pro studenty by tedy knihovna měla být především zdrojem informací ke školním povinnostem a o zábavě by měla knihovna naopak být pro nestudující. Taktéž respondentce připadá dosavadní knihovna jako neútlulná



a rovněž není spokojená s knihovnicí. Za důležitou považuje WiFi. Prostoru pro dospívající se rozhodně nebrání.

## 6.8 Shrnutí a závěr

Na závěr praktické části předkládané práce budou shrnuta podstatná fakta zjištěná dotazníkovým šetřením a rozhovory. Budou zde uvedeny některé zajímavé skutečnosti, které byly zjištěny.

Hlavním cílem výzkumu bylo zjistit, zda by dospívající dívky ocenily prostor pro dospívající a jaké služby a vybavení od tohoto prostoru očekávají. Vzorek pro výzkum sestával z dívek, které musely odpovídat stanoveným kritériím. Těmito kritérii byl věk 12 až 19 let a to, že jsou stávajícími či potenciálními uživatelkami MKP. Úkolem dívek bylo zodpovědět na sérii otázek, které byly součástí dotazníku. Většina dívek z daného vzorku knihovnu navštěvuje, což samozřejmě může být způsobeno tím, že výzkum byl realizován mezi studentkami gymnázia. Faktem však zůstává, že výzkum byl realizován i prostřednictvím internetu a také to, že dle statistik MKP a výzkumu, který realizoval Jiří Trávníček, dívky a ženy a knihovnu navštěvují ve větší míře nežli chlapci a muži a také to, že se jedná o věkovou kategorii, která právě dle Trávníčka knihovnu navštěvuje nejvíce (viz výše). Dívky nejvíce času v knihovně tráví výběrem knih a časopisů a povídáním s kamarády. Dívky netráví v knihovně ve velké míře čas učením. Nejméně pak čas v knihovně tráví hraním her v jakékoliv podobě. Dívky, které knihovnu nenavštěvují, tak činí především proto, že k získávání potřebných informací využívají internet, popřípadě si knihy kupují. Za značně pozitivní lze považovat fakt, že dívky knihovnu nenavštěvují proto, že by se tam nudily nebo proto, že by nečetly. Dívky se chtějí v knihovně bavit, ale zároveň si uvědomují důležitost knihovny pro plnění školních povinností. Dospívající dívky jsou spokojeny s dosavadními webovými stránkami MKP a nepotřebují stránky speciálně pro dospívající. Dívky jednoznačně v prostoru pro dospívající vyžadují pohovku, WiFi, knihy a sedací vaky. Dívky si také přejí stolní hry, ale nevyžadují hry konzolové či PC hry. Dospívající dívky by chtěly, aby se v prostoru pro dospívající konaly především besedy se zajímavými osobnostmi. Nejméně dívek se domnívá, že by se v prostoru pro dospívající neměly konat žádné akce, z čehož lze vyvodit zájem dívek o akce v knihovně. Většina dívek je spokojena s personálem knihovny, jen velmi malé procento uživatelek nikoliv. Většina dívek by ocenila, kdyby prostor pro dospívající byl 30 minut od jejich bydliště, zajímavé je, že čtvrtina dívek navštíví prostor pro dospívající, jen pokud bude

v místě jejich bydliště, a ještě méně dívek si přeje prostor pro dospívající v centru Prahy, nejméně dívek prostor pro dospívající navštíví kdekoliv.

Co se týče rozhovoru, výsledky korespondují s výsledky dotazníkového šetření. Dvakrát se objevuje nespokojenost s uspořádáním odborné literatury a také potřeba zútlumit prostory knihovny. Dívky ve dvou případech rovněž považují informace získané prostřednictvím knih za spolehlivější než ty na internetu. Ze tří rozhovorů je zřejmé, že dospívající dívky vnímají knihovnu jako tradiční místo, žádná z tázaných dívek se však nebrání konceptu prostoru pro dospívající.

Na závěr bych ještě chtěla zmínit, že dotazník sice získal odpovědi pouze od dívek, ale důležité jsou samozřejmě i názory chlapců, proto bude dotazník poskytnut MKP, aby názory od chlapců získala.

## Závěr

Dospívající jsou pro knihovny specifickou skupinou, a proto se objevují snahy jim nabídnout takové služby a prostor, které potřebují. V České republice jsou tyto snahy pořád více méně na začátku, ale od roku 2011, kdy byla obhájena má bakalářská práce na obdobné téma, se situace zlepšila a jsou viditelné snahy situaci měnit k lepšímu i nadále. V Německu se tyto snahy objevují dříve, a proto je zde situace lepší a poskytnuty jsou tak příklady různých služeb, uspořádání fondu, apod. Jednou ze zajímavých cest v ČR je prostory pro dospívající vytvářet v hudebních odděleních, která dnes nejsou tolik využívána.

Předmětem této práce bylo zpracovat teoretické poznatky pro vybudování prostoru pro dospívající včetně designu, služeb apod. tak, aby tyto poznatky mohly být použity v praxi. Poznatky teoretické části jsou doplněny částí praktickou sestávající z dotazníku a rozhovoru.

Hlavním cílem předkládané práce bylo položit teoretický základ pro vytvoření prostoru pro dospívající včetně služeb, marketingu apod. Na základě poznatků z části teoretické jsme schopni říci, kdo jsou dospívající dívky, jaký design očekávají, jaké jsou požadavky na personál, ale také na služby, akce a fond. Také byla zmapována situace v ČR, ale také v Německu. Poznatky zjištěné teoretickou částí byly doplněny dotazníkovým šetřením a rozhovory. Některá zjištění byla zajímavá a pro MKP budou určitě přínosná. Dívky zřejmě znají především „klasický“ model knihovny, kde se půjčují knihy, což lze vyvodit jak z výsledků dotazníkového šetření, tak ze zjištění plynoucích z rozhovorů. Na druhou stranu dívky považují knihovnu i za místo zábavy, neboť se zde baví s kamarády, což vyplynulo z dotazníkového šetření. V případě rozhovorů vyšlo najevo, že se dívky novému konceptu nebrání. Dívky však nepodceňují ani vztah ke knihovně v rámci plnění školních povinností. Zajímavé však je, že dívky by rozhodně ocenily stolní hry, na rozdíl od těch elektronických. Pokud dívky knihovnu nenavštěvují, není to z důvodu nudy v knihovně nebo že by nečetly, ale proto že za dostatečný zdroj informací považují internet. Naproti tomu z rozhovoru vyplynulo, že dívky nepovažují za informace na internetu za dostačující. Je však nutno zmínit, že rozhovor byl realizován s dívkami, které knihovnu navštěvují. To, aby knihovna mládeži nebyla vnímána především jako místo, kde se převážně půjčují knihy, může výrazně přispět právě

realizování prostoru pro dospívající s odpovídajícími službami, fondem a dalšími nepostradatelnými atributy.

## Seznam použité literatury

- @hugo Jugendmedienetage in der Hugo-Heimann-Bibliothek: eine Bibliothek für Jugendliche in Berlin Mitte* [online]. 2007 [cit. 2014-03-19]. Dostupné z: [http://www.berlin.de/imperia/md/content/citybibliothek/service/pdf/jugendmedienetage\\_hugo\\_heimann\\_bibliothek.pdf?start&ts=1180443917&file=jugendmedienetage\\_hugo\\_heimann\\_bibliothek.pdf](http://www.berlin.de/imperia/md/content/citybibliothek/service/pdf/jugendmedienetage_hugo_heimann_bibliothek.pdf?start&ts=1180443917&file=jugendmedienetage_hugo_heimann_bibliothek.pdf)
- @hugo-Jugendmedienetage. Berlin.de: das offizielle Hauptstadtportal* [online]. ©2007-2013 [cit. 2014-03-19]. Dostupné z: <http://www.berlin.de/citybibliothek/bibliotheken/hugo/>
- „Q-theek“: ein Konzept für innovative Bibliotheksräume* [online]. 2011 [cit. 2014-03-05]. Dostupné z: [http://www.bezreg-duesseldorf.nrw.de/schule/privatschulen\\_sonstiges/pdf/Booklet\\_A4\\_20-04-2011.pdf](http://www.bezreg-duesseldorf.nrw.de/schule/privatschulen_sonstiges/pdf/Booklet_A4_20-04-2011.pdf)
- 100 metod* [online]. [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: <http://100metod.cz>
- 3D katalog Regionální knihovny Karviná. *Second Life v ČR* [online]. 2011 [cit. 2014-03-19]. Dostupné z: <http://secondlife.cz/3d-katalog-regionalni-knihovny-karvina>
- ADÁMKOVÁ, Věra. Guerilla marketing. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2014-02-13]. Dostupné z: [http://kisk.phil.muni.cz/wiki/Guerilla\\_Marketing](http://kisk.phil.muni.cz/wiki/Guerilla_Marketing)
- A-klub. *Krajská knihovna Karlovy Vary* [online]. ©2014 [cit. 2014-03-19]. Dostupné z: <http://www.knihovnakv.cz/a-klub-p61.htm>
- Anketa mezi Mklubáky. In: *YouTube* [online]. 25.11.2013 [cit. 2014-02-13]. Dostupné z: <http://www.youtube.com/watch?v=aCYPmNJR XVU&list=PLC35GChyVh3ezNIDshSQTvI0jmh7oUQMu>. Kanál uživatele KnihovnaTrinec.
- Anticafe* [online]. [cit. 2014-03-05]. Dostupné z: <http://www.anti-cafe.cz>
- Bad Gees* [online]. ©2009 - 2014 [cit. 2014-02-24]. Dostupné z: <http://www.badgees.cz>
- BENNETT, Sue, Karl MATON a Lisa KERVIN. The ‘digital natives’ debate: A critical review of the evidence. *British Journal of Educational Technology* [online]. 2008, vol. 39,

issue 5, s. 775-786 [cit. 2014-03-13]. DOI: 10.1111/j.1467-8535.2007.00793.x. Dostupné z: <http://doi.wiley.com/10.1111/j.1467-8535.2007.00793.x>

BERGH, Joeri van den a Mattias BEHRER. *Jak cool značky zůstávají hot: marketing zaměřený na mladou "generaci Y"*. 1. vyd. Brno: BizBooks, 2012, 248 s. ISBN 978-80-265-0002-5.

*Bibliofreak.org* [online]. [cit. 2014-03-25]. Dostupné z: <http://www.bibliofreak.org/>

Buzzmarketing. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2014-02-24]. Dostupné z: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Buzzmarketing>

Co je šeptanda neboli ústní reklama?. In: *Trnd* [online]. © 2014 [cit. 2014-02-24]. Dostupné z: <http://www.trnd.com/cz/informace/infos03.php>

CONiáš. *Městská knihovna v Praze* [online]. [cit. 2014-03-25]. Dostupné z: <http://www.mlp.cz/cz/projekty/akce/conias/>

*Čtenarstvi.knihovna.cz* [online]. ©2011 [cit. 2014-03-21]. Dostupné z: <http://www.ctenarstvi.knihovna.cz>

Čtenářský klub BOOKovka. In: *Knihovna města Ostravy* [online]. ©2009 [cit. 2014-03-14]. Dostupné z: <http://cms.kmo.cz/www/cl-900/603-bookovka-girls/31800-ctenarsky-klub-bookovka-rok-2012-13/>

Dejme knihám další šanci. In: *Youtube* [online]. 29. 10. 2012 [cit. 2014-03-21]. Dostupné z: <http://www.youtube.com/watch?v=qhm3lSWNXjw>. Kanál uživatele KnihovnaPraha.

FLOWERS, S. Guidelines for Library Services to Teens. *Young Adult Library Services* [online], 2008, vol. 6, no. 3. p. 4-7 [cit. 2012-06-16]. ISSN 15414302. Dostupné z: ProQuest Central

Für Kinder & Jugendliche. *Bayreuth* [online]. ©2013 [cit. 2014-03-19]. Dostupné z: [http://www.bayreuth.de/stadtbibliothek/fuer\\_kinder\\_jugendliche\\_\\_2391.html#4](http://www.bayreuth.de/stadtbibliothek/fuer_kinder_jugendliche__2391.html#4)

GRAIL RESEARCH. *Consumers of Tomorrow* [online]. 2011 [cit. 2014-03-13]. Dostupné z: [http://grailresearch.com/pdf/ContentPodsPdf/Consumers\\_of\\_Tomorrow\\_Insights\\_and\\_Observations\\_About\\_Generation\\_Z.pdf](http://grailresearch.com/pdf/ContentPodsPdf/Consumers_of_Tomorrow_Insights_and_Observations_About_Generation_Z.pdf)

*Guerrilla readers* [online]. [cit. 2014-02-24]. Dostupné z: <http://www.greaders.cz>

GÜNTHEROVÁ, Eva a Eliška SOVOVÁ. Guerrilla marketing jako výzva pro knihovny, Guerrilla Readers jako vyzyvatelé. *Knihovna* [online]. 2009, roč. 20, č. 2, s. 121-125 [cit. 2014-02-13]. ISSN 1801-3252. Dostupné z: <http://knihovna.nkp.cz/knihovna92/0902121.htm>

GÜNTHEROVÁ, Eva et al. Guerilla marketing. *Inflow* [online]. 2009 [cit. 2014-03-21]. ISSN 1802-9736. Dostupné z: <http://www.inflow.cz/guerilla-readers>

*Gymnázium Omská* [online]. ©2014 [cit. 2014-03-25]. Dostupné z: <http://www.omska.cz>

HARTL, Pavel a Helena HARTLOVÁ. *Psychologický slovník*. Praha: Portál, 2000. ISBN 80-7178-303-X.

HAZDRA, Adam. *Skvělé služby: jak dělat služby, které vaše zákazníci nadchnou*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4711-8.

*Hoeb4U* [online]. [cit. 2014-03-19]. Dostupné z: <http://www.buecherhallen.de/hoeb4u>

HOUŠKOVÁ, Zlata. *Může knihovna být obyvákem města?* [online]. 2009 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: [http://www.sdruk.cz/data/xinha/sdruk/houskova\\_obyvak.pdf](http://www.sdruk.cz/data/xinha/sdruk/houskova_obyvak.pdf)

IFLA. *Guidelines for Library Services For Young Adult* [online]. [cit. 2014-03-21]. Dostupné z WWW: <http://www.ifla.org/files/assets/libraries-for-children-and-ya/publications/ya-guidelines2-en.pdf>

JIRÁSKOVÁ, Magdaléna et al. *Mystery shopping v knihovnách: podívejte se na služby knihovny očima uživatele* [online]. 2013 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: <http://eknihy.knihovna.cz/kniha/mystery-shopping-v-knihovnach>

Jugendbügerei. *Stadtbücherei* [online]. [cit. 2014-03-19]. Dostupné z: [http://www.stadtbuecherei.augsburg.de/index.php?id=sb\\_jubuecherei](http://www.stadtbuecherei.augsburg.de/index.php?id=sb_jubuecherei)

Jugendbibliothek. In: *Ekz.bibliotheksservice GmbH* [online]. ©2014 [cit. 2014-02-26]. Dostupné z: <http://www.ekz.de/moebel-bibliothekszubehoer/themen/jugendbibliothek/>

Jugendbibliothek. *Bibliotheksportal* [online]. [cit. 2014-03-21]. Dostupné z: <http://www.bibliotheksportal.de/themen/bibliothekskunden/jugendliche.html#c584>

*JungeInfoService Dresden* [online]. 2014 [cit. 2014-04-09]. Dostupné

z: <http://www.jugendinfoserver-dresden.de>

K2. In: *Knihovna města Ostravy* [online]. ©2009 [cit. 2014-03-14]. Dostupné z:

<http://cms.kmo.cz/www/cl-900/437-k2/16238-k2/>

Kavárna. *Starbucks Coffee Company* [online]. ©2014 [cit. 2014-04-09]. Dostupné

z:<http://www.starbuckscoffee.cz/coffeehouse>

KELLER-LOIBL, Kerstin. *Handbuch Kinder- und Jugendbibliotheksarbeit*. Bad Honnef:

Bock Herchen, 2009. ISBN 978-388-3472-683.

KELLER-LOIBL, Kerstin. *Mládež a knihovny: výzvy a příležitosti* [online]. 2012.

Dostupné z: [http://www.goethe.de/ins/cz/pro/Vortrag\\_Palmer-](http://www.goethe.de/ins/cz/pro/Vortrag_Palmer-Horn/Jugend_Bibliotheken_final_CZ.pdf)

[Horn/Jugend\\_Bibliotheken\\_final\\_CZ.pdf](http://www.goethe.de/ins/cz/pro/Vortrag_Palmer-Horn/Jugend_Bibliotheken_final_CZ.pdf)

KELLER-LOIBL, Kerstin. *Das Image von Bibliotheken bei Jugendlichen: empirische*

*Befunde und Konsequenzen für Bibliotheken*. Bad Honnef: Bock Herchen, 2012, 252 s.

ISBN 978-388-3472-928.

K-klub, hudební oddělení, čítárna, komiksový klub. In: *Masarykova veřejná knihovna*

*Vsetín* [online]. ©2008-14 [cit. 2014-03-14]. Dostupné z:

<http://www.mvk.cz/knihovna/vsetin/k-klub,-hudebni-oddeleni-10018/>

KLUB K.O. = K.O.NUDĚ. In: *Knihovna města Ostravy* [online]. ©2009 [cit. 2014-03-14].

Dostupné z: <http://cms.kmo.cz/www/cl-900/438-klub-ko-konude/16732-klub-ko-konude/>

*Knihovna města Ostravy* [online]. ©2009 [cit. 2014-03-14]. Dostupné z:

<http://www.kmo.cz>

Knihovna s fantazií. *Městská knihovna v Praze* [online]. [cit. 2014-03-19]. Dostupné z:

<http://www.mlp.cz/cz/projekty/tematicke-projekty/knihovna-s-fantasii/>

*Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci* [online]. [cit. 2014-03-24]. Dostupné z:

<http://www.knihovna.upol.cz/index.php?id=8226>

Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci. In: *Facebook* [online]. [cit. 2014-03-24].

Dostupné z: <https://www.facebook.com/knihovnaUP?fref=ts>



Knihovna Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. In: *Facebook* [online]. [cit. 2014-03-24].  
Dostupné z: <https://www.facebook.com/knihovnautb?fref=ts>

*Knihovna UTB* [online]. ©2000 – 2014 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z:  
<http://www.utb.cz/knihovna>

Knihy nekoušou. In: *Youtube* [online]. 20. 11. 2010 [cit. 2014-03-21]. Dostupné z:  
<http://www.youtube.com/watch?v=yJ8HkqXDJWk>. Kanál uživatele LudovicoFilm -  
Čtenářství.

Knížky nejen do školy. *Městská knihovna v Praze* [online]. [cit. 2014-03-19]. Dostupné z:  
<http://www.mlp.cz/cz/projekty/on-line-projekty/knizky-nejen-do-skoly/>

Komiksová knihovna. *Městská knihovna v Praze* [online]. [cit. 2014-03-19]. Dostupné z:  
<http://www.mlp.cz/cz/projekty/akce/komiksova-knihovna/>

KOPČANSKÁ, Dominika. Digital Native. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online].  
San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2014-02-13]. Dostupné z:  
[http://kisk.phil.muni.cz/wiki/Digital\\_Native](http://kisk.phil.muni.cz/wiki/Digital_Native)

LEVINSON, Jay Conrad. *Guerilla marketing: [nejúčinnější a finančně nenáročný marketing!]*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2009, 326 s. ISBN 978-80-251-2472-7.

*Librarybuildings.info* [online]. ©2008-2014 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z:  
<http://www.librarybuildings.info>

*Ludovicofilm.cz* [online]. ©2014 [cit. 2014-03-21]. Dostupné z:  
<http://www.ludovicofilm.cz>

LUPAČ, Petr. Mýty (a realita) digitální generace. In: *Lupa.cz: server o českém internetu*  
[online]. 2011 [cit. 2014-02-13]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/myty-a-realita-digitalni-generace/>

MACEK, Petr. *Adolescence : psychologické a sociální charakteristiky dospívajících*. Praha  
: Portál, 1999. 207 s. ISBN 80-7178-348-X.

Magic. *Městská knihovna v Praze* [online]. [cit. 2014-03-19]. Dostupné z:  
<http://www.mlp.cz/cz/projekty/akce/magic/>

Marketing buzz. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2014-02-24]. Dostupné z: [http://en.wikipedia.org/wiki/Marketing\\_buzz](http://en.wikipedia.org/wiki/Marketing_buzz)

MASARYKOVA VEŘEJNÁ KNIHOVNA VSETÍN. *Chci, aby v knihovně...: anketa*. ©2013. Dostupné z: [http://issuu.com/knihovnavsetin/docs/chci\\_aby\\_v\\_knihovn\\_\\_\\_vyhodnocen\\_\\_\\_we\\_a53f53d1d5061d](http://issuu.com/knihovnavsetin/docs/chci_aby_v_knihovn___vyhodnocen___we_a53f53d1d5061d)

*Medienetagen* [online]. [cit. 2014-03-19]. Dostupné z: <http://www.medienetage-dresden.de>

*Městská knihovna Antonína Marka Turnov* [online]. ©2009-2014 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: <http://knihovna.turnov.cz>

MĚSTSKÁ KNIHOVNA TŘINEC A MĚSTSKÁ KNIHOVNA V PRAZE. *Mládí v hledí knihovny II : workshop*, Praha 26.-27. listopadu 2013.

*Městská knihovna Třinec* [online]. ©2005 - 2012 [cit. 2014-03-19]. Dostupné z: <http://www.knih-trinec.cz/index.php>

*Městská knihovna v Praze* [online]. [cit. 2014-03-19]. Dostupné z: <http://www.mlp.cz/cz/>

*MyS3* [online]. [cit. 2014-03-21]. Dostupné z: <http://mys3.cz/>

*Národní informační centrum pro mládež* [online]. [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: <http://nicm.cz>

*Národní technická knihovna* [online]. ©2006 - 2014 [cit. 2014-03-19]. Dostupné z: <https://www.techlib.cz/cs/>

Nebojte se do knihovny. In: *Youtube* [online]. 13. 02. 2011 [cit. 2014-03-21]. Dostupné z: <http://www.youtube.com/watch?v=2hIxRsqhmT8>. Kanál uživatele LudovicoFilm - Čtenářství.

*Nové knihovny* [online]. [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: <http://architekturaknihoven.euweb.cz>

O čítárně. *Unijazz* [online]. ©2008 [cit. 2014-04-09]. Dostupné z: <http://www.unijazz.cz/cs/citarna/o-citarne/11/29>

OAKLEY, Ann. *Pohlaví, gender a společnost*. Z anglického originálu přeložili Milena Poláčková a Martin Poláček. Praha : Portál, 2000. 196 s. ISBN 80-7178-43-6.

OPPELT, Robert. Knihovny lákají čtenáře na atraktivní novinky. In: *Metro.cz* [online]. 2014 [cit. 2014-03-28]. Dostupné z: [http://www.metro.cz/knihovny-lakaji-ctenare-na-atraktivni-novinky-nabidnou-i-3d-tiskarnu-1ir-/co-se-deje.aspx?c=A140324\\_174741\\_co-se-deje\\_row](http://www.metro.cz/knihovny-lakaji-ctenare-na-atraktivni-novinky-nabidnou-i-3d-tiskarnu-1ir-/co-se-deje.aspx?c=A140324_174741_co-se-deje_row)

OVESNÁ, Monika. *Dospívající dívky jako specifická kategorie uživatelů knihoven*. Praha, 2012. Studijně rozborová práce. Karlova Univerzita v Praze, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví.

OVESNÁ, Monika. *Dospívající dívky v knihovně*. Opava, 2011. Bakalářská práce. Slezská univerzita v Opavě, Filozoficko-přírodovědecká fakulta, Ústav bohemistiky a knihovnictví.

PARTSIP. *Cesta za lepším rozhraním knihovnických služeb* [online]. ©2012, 36 s. Dostupné z: <http://eknihy.knihovna.cz/kniha/cesta-za-lepsim-rozhranim-knihovnickich-sluzeb>

PATALAS, Thomas. *Guerillový marketing: jak s malým rozpočtem dosáhnout velkého úspěchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2009, 191 s. Marketing (Grada). ISBN 978-80-247-2484-3.

PAVLAS, Ivan; VAŠUTOVÁ, Maria. *Vývojová psychologie I. : pro studenty učitelství a vychovatelství*. Ostrava : Ostravská univerzita, Pedagogická fakulta, 1999. 135 s. ISBN 80-7042-153-3.

Profil Unijazzu. *Unijazz* [online]. © 2008 [cit. 2014-03-05]. Dostupné z: <http://www.unijazz.cz/cs/unijazz/profil-unijazzu/2/9>

Q-thek - ein Konzept für innovative Bibliotheksräume. In: *Ekz.bibliotheksservice* [online]. ©2014 [cit. 2014-03-05]. Dostupné z: <http://www.ekz.de/moebel-bibliothekszubehoer/themen/q-thek/>

Skandál v knihovně. In: *Youtube* [online]. 1. 05. 2011 [cit. 2014-03-21]. Dostupné z: <http://www.youtube.com/watch?v=Syo7sY9QoIc>. Kanál uživatele LudovicoFilm - Čtenářství.

*Stadtjungering Augsburg* [online]. ©2012 [cit. 2014-03-19]. Dostupné z: <http://www.sjr-a.de>

Starbucks v České republice. In: *Starbucks Coffee Company* [online]. ©2013 [cit. 2014-03-05]. Dostupné z: <http://www.starbuckscoffee.cz/about-us/starbucks-in-czech>

STRÝČKOVÁ, Sylvie. Kam s nimi?. *Inflow* [online]. 2014 [cit. 2014-03-21]. ISSN 1802–9736. Dostupné z: <http://www.inflow.cz/kam-s-nimi>

SVOBODA, Václav. *Public relations moderně a účinně: budování důvěry a pozitivních vztahů s veřejností, image, reputace a identita organizace, média a PR, efektivní formy a prostředky PR, úspěšné strategie a taktiky*. 1. vyd. Praha: Grada, 2006, 240 s. ISBN 80-247-0564-8.

Teen Space Guidelines. In: *YALSA: Young Adult Library Association* [online]. ©1996–2014 [cit. 2014-03-05]. Dostupné z: <http://www.ala.org/yalsa/guidelines/teenspaces>

Teenclub Gaučárna. In: *Knihovna města Ostravy* [online]. ©2009 [cit. 2014-03-14]. Dostupné z: <http://cms.kmo.cz/www/cl-900/601-teenclub-gaucarna/28254-teenclub-gaucarna/>

TEENZONE [online]. ©2012 [cit. 2014-03-19]. Dostupné z: <http://teenzone0.webnode.cz>

TORRES, Ida. Japanese public library opens with a Starbucks inside. In: *The Japan Daily Press* [online]. 2013 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: <http://japandailynews.com/japanese-public-library-opens-with-a-starbucks-inside-0226228/>

TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čtenáři a internauti: obyvatelé České republiky a jejich vztah ke čtení (2010)*. Brno: Host, 2011. ISBN 978-80-7294-515-3.

TRPIŠOVSKÁ, Dobromila. *Vývojová psychologie pro studenty učitelství*. Ústí nad Labem : Pedagogická fakulta UJEP, 1998. 106 s. Skripta. ISBN 80-7044-207-7.

VÁGNEROVÁ, Marie. *Vývojová psychologie. I. : dětství a dospívání*. Praha : Karolinum, 2008. 467 s. ISBN 978-80-246-0956-0.

VÁŠOVÁ, Lidmila. *Úvod do bibliopedagogiky*. Praha : Institut sociálních vztahů, 1995. 189 s. ISBN 80-85 866 – 07 – 2.

VEČERŮVÁ, Věra Bertha. Generace Z. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2014-02-13]. Dostupné z: [http://kisk.phil.muni.cz/wiki/Generace\\_Z](http://kisk.phil.muni.cz/wiki/Generace_Z)

Virální videa se šíří jako virus - lidé je milují, firmy vydělávají. In: *Česká televize* [online]. 2012 [cit. 2014-03-21]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/media-it/174130-viralni-videa-se-siri-jako-virus-lide-je-miluji-firmy-vydelavaji/>

Vítkovice. In: *Knihovna města Ostravy* [online]. ©2009 [cit. 2014-03-14]. Dostupné z: <http://cms.kmo.cz/www/c1-900/46-vitkovice/>

*Vyplňto.cz* [online]. ©2008-2014 [cit. 2014-03-25]. Dostupné z: <http://www.vyplnto.cz>

Wir fördern den Erfolg von Bibliotheken mit unseren Produkten und Dienstleistungen und sichern damit unsere Zukunft. In: *Ekz.bibliotheksservice GmbH* [online]. ©2014 [cit. 2014-02-26]. Dostupné z: <http://www.ekz.de/moebel-bibliothekszubehoer/themen/jugendbibliothek>

ZANDL, Patrick. Digitální děti. In: *Lupa.cz* [online]. 2001 [cit. 2014-03-13]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/digitalni-deti/>

## Seznam obrázků

Obrázek č. 2 „freestyle“ - relaxace .....	22
Obrázek č. 3 „freestyle“ – čtení .....	22
Obrázek č. 4 Q-thek .....	26
Obrázek č. 5 Q-thek - prezentace.....	26
Obrázek č. 6 Q-thek - relaxace .....	27
Obrázek č. 7 Anticafé – plán .....	28
Obrázek č. 8 Unijazz – čítárna.....	29
Obrázek č. 9 Starbucks .....	29

## Seznam grafů

Graf č. 1 Uživatelé MKP .....	63
Graf č. 2 Věk.....	63
Graf. č. 3 Navštěvuješ MKP? .....	65
Graf č. 4 Čas strávený v knihovně nejvíce věnuji .....	66
Graf č. 5 Proč knihovnu nenavštěvuješ?.....	67
Graf č. 6 Chceš se podílet na činnosti knihovny?.....	68
Graf č. 7 „Teensroom“ by měl sloužit hlavně pro .....	69
Graf č. 8 Líbí se Ti stránky knihovny? Ocenila bys stránky speciálně pro dospívající? .....	70
Graf č. 9 V „teensroom“ by mělo být .....	71
Graf. č. 10 Chtěla bys „teensroom“ v rámci .....	72
Graf č. 11 V „teensroom“ by se mělo konat .....	73
Graf č. 12 Jsi spokojená s knihovnickým personálem? .....	74

## **Seznam příloh**

Příloha 1 : Dospívající dívky a Městská knihovna v Praze



## Příloha 1 : Dospívající dívky a Městská knihovna v Praze

### 1. Kolik je Ti let?

12  13  14  15  16  17  18  19

### 2. Navštěvuješ Městskou knihovnu v Praze?

ANO  NE

### 3. Čas strávený v knihovně nejvíce věnuji:

U každé podotázky prosím zaškrtni jednu možnost:

výběr knih a časopisů:	rozhodně ano	ano	ne	rozhodně ne
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
učení:	rozhodně ano	ano	ne	rozhodně ne
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
hraní konzolových her (Wii, ...):	rozhodně ano	ano	ne	rozhodně ne
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
povídání s kamarády:	rozhodně ano	ano	ne	rozhodně ne
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
hraní stolních her:	rozhodně ano	ano	ne	rozhodně ne
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
surfování na internetu a hraní her:	rozhodně ano	ano	ne	rozhodně ne
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

#### 4. Proč knihovnu nenavštěvuješ?

U každé podotázky prosím zaškrtni jednu možnost:

je tam nuda:	rozhodně ano <input type="checkbox"/>	ano <input type="checkbox"/>	ne <input type="checkbox"/>	rozhodně ne <input type="checkbox"/>
akce knihovny mi nepřipadají zajímavé:	rozhodně ano <input type="checkbox"/>	ano <input type="checkbox"/>	ne <input type="checkbox"/>	rozhodně ne <input type="checkbox"/>
vše co potřebuji je na internetu:	rozhodně ano <input type="checkbox"/>	ano <input type="checkbox"/>	ne <input type="checkbox"/>	rozhodně ne <input type="checkbox"/>
beletrii nečtu:	rozhodně ano <input type="checkbox"/>	ano <input type="checkbox"/>	ne <input type="checkbox"/>	rozhodně ne <input type="checkbox"/>
vyžívám e-knihy:	rozhodně ano <input type="checkbox"/>	ano <input type="checkbox"/>	ne <input type="checkbox"/>	rozhodně ne <input type="checkbox"/>
knihy si kupuji:	rozhodně ano <input type="checkbox"/>	ano <input type="checkbox"/>	ne <input type="checkbox"/>	rozhodně ne <input type="checkbox"/>

**5. Chceš se podílet na činnosti knihovny (výběr témat akcí, grafické návrhy plakátů, dobrovolnictví)?**

ANO  NE

**6. Prostor pro dospívající (dále "teensroom") by měl sloužit hlavně pro (jen 1 možnost):**

- relaxaci a setkávání s kamarády včetně akcí (přednášky, koncerty, apod.)
- plnění školních povinností
- obojí

**7. Líbí se Ti stránky knihovny? Ocenila bys stránky speciálně pro dospívající? (jen 1 možnost)**

- ne, dosavadní stránky mi stačí
- ano, stránky speciálně pro dospívající ocením

**8. Chtěla bys "teensroom" (jen 1 možnost):**

- v rámci dětského oddělení
- v rámci oddělení pro dospělé

**9. V "teensroom" by mělo být:**

**U každé podotázky prosím zaškrtni jednu možnost:**

	rozhodně	ano	ne	rozhodně
pohovka, křesla:	ano			ne
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	rozhodně	ano	ne	rozhodně
sedací vaky:	ano			ne
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	rozhodně	ano	ne	rozhodně
knihy, časopisy pro dospívající:	ano			ne
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

wi-fi:	rozhodně ano <input type="checkbox"/>	ano <input type="checkbox"/>	ne <input type="checkbox"/>	rozhodně ne <input type="checkbox"/>
CD přehrávač:	rozhodně ano <input type="checkbox"/>	ano <input type="checkbox"/>	ne <input type="checkbox"/>	rozhodně ne <input type="checkbox"/>
počítač:	rozhodně ano <input type="checkbox"/>	ano <input type="checkbox"/>	ne <input type="checkbox"/>	rozhodně ne <input type="checkbox"/>
konzolové či PC hry:	rozhodně ano <input type="checkbox"/>	ano <input type="checkbox"/>	ne <input type="checkbox"/>	rozhodně ne <input type="checkbox"/>
automat na nápoje:	rozhodně ano <input type="checkbox"/>	ano <input type="checkbox"/>	ne <input type="checkbox"/>	rozhodně ne <input type="checkbox"/>
stolní hry:	rozhodně ano <input type="checkbox"/>	ano <input type="checkbox"/>	ne <input type="checkbox"/>	rozhodně ne <input type="checkbox"/>
obrazy, plakáty či jiná výzdoba:	rozhodně ano <input type="checkbox"/>	ano <input type="checkbox"/>	ne <input type="checkbox"/>	rozhodně ne <input type="checkbox"/>
knihovnick, který si na mě vždy najde čas:	rozhodně ano <input type="checkbox"/>	ano <input type="checkbox"/>	ne <input type="checkbox"/>	rozhodně ne <input type="checkbox"/>

## 10. V "teensroom" by se mělo konat?

U každé podotázky prosím zaškrtni jednu možnost:

nic, prostor by měl sloužit jen ke čtení, osobní zábavě a odpočinku:	rozhodně ano	ano	ne	rozhodně ne
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
besedy se spisovateli:	rozhodně ano	ano	ne	rozhodně ne
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
besedy se zajímavými osobnostmi:	rozhodně ano	ano	ne	rozhodně ne
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
hudební, poslechové pořady:	rozhodně ano	ano	ne	rozhodně ne
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 11. Jsi spokojena s knihovnickým personálem v MKP?

rozhodně ano	ano	ne	rozhodně ne
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 12. Byla bys ochotna jet i větší vzdálenost za účelem návštěvy "teensroom"? (jen 1 možnost)

- jela bych jedině do centra
- ano, jela bych kamkoliv
- ano, ale jen do 30 minut od místa bydliště
- ne, "teensroom" navštívím, jen pokud bude v místě mého bydliště

**13. Jakékoliv nápady, připomínky,... (nepovinná otázka)**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---