

Knihovnické a informační služby ve veřejných knihovnách: služby pro střední generaci čtenářů



**Cílem příspěvku je poukázat na možnosti poskytování knihovnických služeb uživatelům mladšího středního věku, jejichž návštěvnost ve veřejných knihovnách s počátkem ekonomické aktivity (ukončením studia) klesá. Článek vy-
mezuje cílovou skupinu uživatelů středního věku, zohledňuje typologii generací uživatelů a na základě srovnávací
analýzy českých a zahraničních informačních zdrojů představuje vybrané příklady dobré praxe ze zahraničních
knihoven, které lze v práci s vybranou cílovou skupinou považovat za osvědčené.**

Úvodem

Poskytování optimálních knihovnických a informačních služeb, které uspokojí potřeby různých cílových skupin uživatelů, představuje základ úspěchu moderních veřejných knihoven. Dospělá populace čtenářů tvoří většinu návštěvníků knihoven, ne všichni se ovšem vyznačují stejným informačním chováním a často se liší také jejich informační potřeby.

Sociální chování, myšlení a citění dospělého člověka se s věkem proměňuje. Vývojová psychologie rozděluje jednotlivá období lidské dospělosti do několika etap: období mladé dospělosti (20–40 let), období střední dospělosti (40–50 let), období starší dospělosti (50–60 let) a stáří (dále děleno na období raného stáří 60–75 let a pravého stáří 75 a více let)¹.

Tyto vývojové etapy u jednotlivých lidí nastupují rozdílně a často se také překrývají. Různí autoři uvádějí drobně odlišná dělení životních etap, jejich věkové hranice se od sebe ale obvykle liší jen mírně. Mladá neboli časná dospělost, jakožto přechodné období mezi adolescencí a plnou dospělostí, bývá definována v období od 20 do 25–30 let; střední dospělost, tedy období plné výkonnosti a relativní stability, se vyvíjí asi do 45 let; pozdní dospělost, tj. doba do začátku stáří, trvá přibližně do 60–65 let. Stáří lze dále dělit na časné a vysoké².



Obr. 1 Vývojová stadia dospělosti podle Vágnerové (vizualizace autorky)

Na rozhraní mladé a střední dospělosti

V obecnějším pojetí lze říci, že mladá dospělost zahrnuje období od 20 do 40 let věku. Tato životní fáze zahrnuje několik zásadních životních událostí (dosažení

stabilnějšího profesního postavení, uzavření manželství a zplodění dětí), tyto role většina mladých lidí získá a přijme do 30–35 let. Postupně nabývá na důležitosti zejména kvalita rolí a míra uspokojení, kterou člověku přinášejí. Ve spojení s těmito rolemi hrají velký význam **rozhodnutí učiněná v období mladé dospělosti**, která mohou významně ovlivnit průběh dospělého života a mohou přinést nezvratné následky (např. rodičovství). Zároveň je mladá dospělost obdobím naděje, otevřených možností a jejich postupného naplňování. **Období sociálních proměn** umožňuje většinu plánů uskutečnit, nebo se o to alespoň pokusit. Mladý věk je plný nových zážitků a umožňuje získat mnoho zkušeností – mladí lidé jsou obecně otevření novým možnostem, které chápou jako výzvu³. „Otevřenost novým podnětům je nejvyšší v rané dospělosti, ale již ve druhé polovině 30. let začíná viditelně klesat, pravděpodobně v závislosti na dosažení určité profesní i soukromé pozice, která redukuje potřebu změny.“⁴

Říčan vymezuje mladou dospělost mezi první polovinu dvacátých let života člověka, tedy 20–30 let. Obecně charakterizuje životní styl, mentální klima a duch lidí v tomto věku jako dobu velkých, optimistických nadějí, energického až nadšeného životního rozběhu⁵. Mladí lidé dokončují své hledání ve sféře práce a společenského uplatnění, rozbíhají se po definitivní profesionální dráze a díky manželství a rodičovství se začínají pohybovat v novém rozměru existence.

Člověk v průběhu dospělého života **opakovaně dochází ke stavu bilancování**, který obvykle nastává pod vlivem významných životních událostí. Přehodnocení dosavadního života je součástí splnění vývojového úkolu a přechodu do další životní fáze⁶. První období bilancování přichází okolo 30. roku života, kdy lidé mají tendenci směřovat ke změnám (ať už partnera, zaměstnání či bydliště). Bilance má za cíl zhodnotit míru uspokojivosti vlastního života a kvality naplnění získaných rolí, což často vede k převratným změnám. Po tomto období nastává fáze stabilizace zodpovědnosti a zaměření na dlouhodobé cíle. Mladý člověk na vrcholu sil má potřebu seberealizace, chce vytvořit něco, co jej přetrvává, co potvrdí jeho kompetence. Na základě získaných zkušeností a současné situace plánuje a buduje svou budoucnost.

¹ VÁGNEROVÁ, Marie. *Vývojová psychologie II.: dospělost a stáří*. Dotisk 1. vyd. Praha: Karolinum, 2008. ISBN 978-80-246-1318-5.
² LANGMEIER, Josef a Dana KREJČÍŘOVÁ. *Vývojová psychologie*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2006, s. 167. Psyché. ISBN 80-247-1284-9.
³ VÁGNEROVÁ, ref. 1, s. 13.
⁴ VÁGNEROVÁ, ref. 1, s. 20.
⁵ ŘÍČAN, Pavel. *Cesta životem: [vývojová psychologie]: přepracované vydání*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2006, s. 230–231. ISBN 80-7367-124-7.
⁶ LANGMEIER, ref. 2, s. 188.

Vrcholné období lidského života nazýváme **střední dospělost**. Tuto etapu lze obecně situovat do 40–50 let života, kdy jsou na vrcholu především kompetence a zralost člověka a současně klesá tlak tzv. sociálních hodin (tj. norem a požadavků společnosti), který velkou měrou určoval směřování mladé dospělosti. Střední věk (jak už jeho pojmenování napovídá) se většinou shoduje s dosažením středu života (obvykle mezi 35. a 45. rokem), proto bývá považován za důležitý vývojový mezník. Okolo 40. roku života dochází pod vlivem prožitých zkušeností k další fázi bilancování, **tzv. krize středního věku** motivuje jedince k provádění změn, které mohou mít různý rozsah a intenzitu (od symbolických přes experimentální až po pozitivní změny), zároveň dochází ke změně postoje k životním hodnotám. Další sociálně podmíněný mezník v životě dospělého člověka podle Langmeiera představuje oslava 50. narozenin, tedy věk, který bývá pojímán jako „*konec poločasu života*“ a který opět bývá dobrým důvodem k bilanci (zejména pro ty jedince, kteří neprošli krizí středního věku a kteří byli po 40. roce života ještě plně zaměstnáni budováním profesní kariéry či jinými prioritami)⁷.

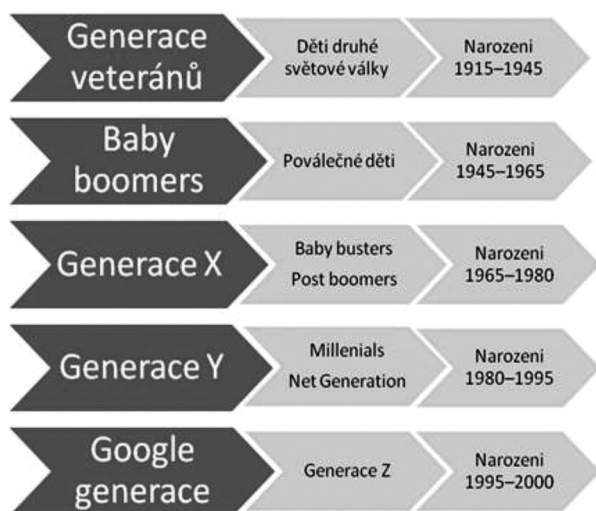
Pojem informační generace

Vedle věkového rozdělení lze lidskou populaci dělit podle příslušnosti k určité generaci, která se vyznačuje podobným dobově podmíněným smýšlením a životním stylem. Ve vztahu k informačnímu chování lidí se hovoří o tzv. informačních generacích. Tuto problematiku rozvinul David Bawden, který se zabýval otázkou, zda se lidé v digitálním věku mění a jak, případně jaký to má vliv na služby knihoven⁸.

- Bawden uvažuje následující rozdělení generací:
- Generace veteránů (narození v letech 1915–1945)
- Generace „baby boomers“ (tj. poválečné děti, nar. 1945–1965)
- **Generace X** (nar. 1965–1980)
- **Generace Y** (nar. 1980–1995)

Google generace (též známá jako generace Z, nar. 1995–2000)

Protože se generace v různé míře překrývají, je časově ohraničení pouze orientační a nejedná se tedy o striktně vymezená období. Každá ze zmíněných generací se projevuje vlastním přístupem k informacím a práci s nimi, proto lze generační rozdělení pokládat za přínosné při navrhování a optimalizování knihovnických a informačních služeb.



Obr. 2 Informační generace podle Bawdena (vizualizace autorky)

na konec studené války, v Československu do sametové revoluce a nové demokratické republiky. Jako poslední generační skupina zažili dětství bez osobních počítačů. Mezi jejich základní komunikační technologie patří web a online komunikace, mobilní telefony a počítačové hry. Pro jejich označení se také používají termíny *Millennials*, *iGen* (internetová generace), *Net Generation*, *Generace Dot.com*, *Generace Why*, *Generace Search*, *Generace Next*, *echo boomers* (neboť jsou to potomci generace *baby boomers*) či *digitální domorodci*¹⁰.

Příslušníci **Google generace** v podstatě nikdy nezažili svět bez informací v digitální podobě. Narodili se do světa moderních informačních technologií, webu, internetu a osobních počítačů. Při vyhledávání informací pro ně hraje roli jednoduchost

Generace veteránů (dnes senioři starší 70 let) byla ovlivněna druhou světovou válkou a ekonomickou krizí. Mezi typické informační a komunikační technologie jejich doby patří klasická média (knihy, rádio, kinematografie), vyhledávají zejména tradiční služby (např. tisk), které podporují klasické formy vzdělávání, zatímco k novým technologiím bývají skeptičtí.

Generace lidí, kteří se narodili po druhé světové válce, kdy vládla v USA ekonomická prosperita, se nazývají **baby boomers** (dnes přicházejí do důchodového věku). Na jejich život měla vliv zejména televize a běžné používání telefonů a záznamových médií. Jsou idealistického smýšlení a rádi objevují nové věci.

Příslušníci **generace X**, dnešní třicátníci a čtyřicátníci, se narodili do doby studené války, ekonomické nestability, v případě Československa do pokračující éry komunismu. Tito lidé bývají označováni také jako *baby busters*, *post boomers* (po babyboomu) či *generace lenochů* (slackers)⁹. Jejich přístup ke světu je cynický a pesimistický, s informačními technologiemi ovšem dokážou dobře zacházet – médií jejich doby jsou osobní počítače, rádia a kompaktní disky.

Digitalizace společnosti a masové rozšíření webových služeb významně ovlivnili **generaci Y**, dnes populaci mladých lidí okolo 20 let života. Narodili se do doby společenských a politických zvrátů,

⁷ LANGMEIER, ref. 2, s. 188.

⁸ IKAROS (redakce). Informační generace: změna nebo kontinuita? (David Bawden). *Ikaros* [online]. 2009, roč. 13, č. 5/2 [cit. 2014-02-12]. URN:NBN:cz:ikaros:005462. ISSN 1212-5075. Dostupný z: <http://www.ikaros.cz/node/5462>.

⁹ BERGH, Joeri van den a Mattias BEHRER. *Jak cool značky zůstávají hot: marketing zaměřený na mladou "generaci Y"*. 1. vyd. Brno: BizBooks, 2012, s. 21. ISBN 978-80-265-0002-5.

¹⁰ IKAROS, ref. 10; BERGH, ref. 11, s. 21.

a rychlost jejich nabytí, preferují informace volně dostupné na webu, v případě knihoven vyhledávají virtuální služby. Texty místo čtení převážně „skenují“ a jsou zvyklí vykonávat více činností či úkolů najednou (tzv. multitasking). Jejich problematickou stránkou je slabá schopnost soustředit se. Komunikace je jejich doménou a intenzivně ji vyhledávají.

Obdobné generační rozdělení používá také americká organizace OCLC (Online Computer Library Centre) v mezinárodních průzkumech vnímání knihoven a informačních zdrojů veřejností pod názvem **Perception of Libraries**. Výsledky prvního průzkumu *Perception of Libraries and Information Resources: A report to the OCLC Membership* z roku 2005, který se zabýval názory respondentů z Austrálie, Kanady, Indie, Singapuru, Velké Británie a Spojených států amerických, přehledně shrnula ve svém příspěvku Vladana Pillerová¹¹. Toto šetření se obešlo bez rozdělení respondentů dle generačních skupin, průzkum pozbyl dělení dle stanovených věkových skupin (14–17 let, 18–24 let, 25–64 let a 65 a více let). Dospělí uživatelé knihoven tedy byli zahrnuti v obecné skupině 25–64 let¹².

Druhý průzkum *Perception of Libraries, 2010: Context and Community* přinesl aktuální pohled na informační chování uživatelů knihoven a jejich názory na služby těchto paměťových institucí v USA. Průzkum se zabýval technologickým a ekonomickým posunem od roku 2005, životním stylem uživatelů v době ekonomické recese, vlivem zvyšující se nezaměstnanosti na využívání a vnímání knihoven, a v neposlední řadě vnímáním knihoven a informačních zdrojů na základě životního cyklu člověka¹³.

Studie rozlišuje následující životní etapy uživatelů:

- Mládež (14–17 let) a mladí dospělí (18–24 let)
- Vysokoškolští studenti (18–24 let)
- **Generace X** (25–45 let)
- Generace „boomers“ (46–64 let)
- Senioři (65+ let)

Rozdělení do jednotlivých generačních skupin vycházelo z potřeby pochopit, jak různé uživatelské komunity nazírají na informační zdroje a knihovny, zda se linie mezi generacemi stírají nebo naopak vymezují s rozvojem informačních a komunikačních technologií. Mládež, mladí dospělí a vysokoškolští studenti si stejně jako v roce 2005 rychle osvojují nové technologie. Dospívající uživatelé vedou ve využívání služeb typu „ptejte se“ (knihovny, knihovníka, experta apod.), mladí dospělí a studenti vysokých škol jsou nejvíce aktivní uživatelé sociálních sítí a médií, zatímco zapojení dospělí a starší populace (generace X, boomers a seniorů) do těchto sítí se za poslední tři roky diametrálně zvýšilo. Obecně lze říci, že Američané (bez ohledu na životní cyklus) spoléhají na knihovny v ekonomicky těžkých časech. Hospodářský útlum byl nejvíce pozorován na uživateli v generacích X a boomers, což se pozitivně projevilo na zvýšení návštěvnosti a využívání služeb knihoven těmito cílovými skupinami.

Americká generace X byla nejvíce zasažena ekonomickou krizí, což se v průzkumu projevilo až 25% nárůstem ve využívání služeb knihovny. Při první návštěvě knihovny tito uživatelé nejvíce využívají volný přístup k internetu a počítačům, na nichž vyhledávají volná pracovní místa na trhu práce. Využívání elektronicky dostupných zdrojů se zvyšuje (od e-mailového klienta, přes internetový vyhledávač, až po elektronické katalogy knihoven), v tomto se od roku 2005 vyrovnali dokonce mládeži a mladým dospělým, v používání blogů a platform pro instant messaging a chatování dokonce předčili mladistvou populaci. Tři čtvrtiny Američanů se považují za čtenáře. Přes 90 % uživatelů, kteří využili služby knihovny s asistencí knihovníka, bylo se službami spokojeno. Mezi nejčastější požadavky, které uživatelé z generace X míří na knihovny, patří prosba na dokupování a aktualizaci knihovního fondu, pracující Američané mají zájem především o prodloužení otevírací doby knihovny¹⁴. Průzkum *Perception of Libraries, 2010: Context and Community* se zaměřil na zmapování aktuálního stavu v americkém prostředí. Demografické a sociokulturní podmínky v jiných zemích se mohou různě lišit, proto nelze výsledky tohoto průzkumu generalizovat.

Mladší střední generace (není) v knihovnách

V souvislosti s knihovnami a čtenářstvím v České republice je nyní aktuální **problematika věkové skupiny 25–34 let**, kterou Trávníček definuje jako tzv. střední generaci^{15, 16}. Podle posledních celonárodních průzkumů čtenářství bylo zjištěno, že mezi nejslabší skupiny čtenářů a návštěvníků knihoven patří právě uživatelé ve věku 25–34 let. Ve skutečnosti se jedná o cílovou skupinu na pomezí mladé a střední dospělosti.

„Křivka životního cyklu z hlediska čtení jednoznačně neklesá ani nestoupá, ale vlní se: začíná vzestupem (15–25 let), daným zjevně školními a studijními povinnostmi, následuje sestup (25–34 let), jehož příčinou je počátek ekonomické aktivity, zakládání rodin, a tím i změna časového programu; následuje vzestup (35–44 let), daný tím, že jsme už plně ve středním věku, v němž se usadil i náš časový program, který nám daleko plánovitěji umožňuje rozvíjet naše zájmy, včetně zájmů čtenářských.“

¹¹ PILLEROVÁ, Vladana. Jak veřejnost vnímá knihovny a využívá elektronické informační zdroje?. *Knihovna* [online]. 2008, roč. 19, 2č. 1, s. 112–123 [cit. 2014-02-17]. Dostupný z: <http://knihovna.nkp.cz/knihovna81/81112.htm>. ISSN 1801-3252.

¹² DE ROSA, Cathy et al. *Perceptions of Libraries and Information Resources: a report to the OCLC membership*. Dublin (Ohio): OCLC, 2005. 290 s. ISBN 1-55653-364-0. Dostupný z: http://www.oclc.org/content/dam/oclc/reports/pdfs/Percept_all.pdf.

¹³ DE ROSA, Cathy et al. *Perceptions of Libraries, 2010: Context and Community: a report to the OCLC membership*. Dublin (Ohio): OCLC, 2011, s. 8. ISBN 1-55653-395-0. Dostupný z: https://www.oclc.org/content/dam/oclc/reports/2010perceptions/2010perceptions_all.pdf.

¹⁴ DE ROSA, ref. 15, s. 72–77.

¹⁵ TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čteme?: obyvatelé České republiky a jejich vztah ke knize: (2007)*. Vyd. 1. Brno: Host, 2008. ISBN 978-80-7294-270-1.

¹⁶ TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čtenáři a internauti: obyvatelé České republiky a jejich vztah ke čtení (2010)*. Vyd. 1. Brno: Host ve spolupráci s Národní knihovnou České republiky, 2011. ISBN 978-80-7294-515-3.

Dále pak už jen pozvolný sesun, na němž má svůj vliv i zhoršování zdravotního stavu s přibývajícím věkem a celkový pokles aktivit, jakož i zájmu o vnější podněty.¹⁷ V porovnání s druhým průzkumem z roku 2010 se situace nemění, spíše kopíruje předchozí výsledky a důsledek ekonomického cyklu na **narůstající počet nečtenářů středního věku v knihovnách**.

„Rozdíly mezi jednotlivými věkovými kohortami nejsou nijak velké. Nejvíce čtenářů se nachází ve věku nejmladším, tj. mezi 15–24 lety; nejméně v dekádě následující. Křivka životního cyklu ukazuje dvě zákonitosti: trend ekonomického cyklu a trend postupného poklesu. Lze sledovat prudký pokles v období 25–34 let, kdy velká většina populace vstupuje do období ekonomické aktivity. Následuje mírná stabilizace ve věku 35–54 let, poté lehký pokles ve věku od 55 let dále, kdy s ekonomickou aktivitou končíme.“¹⁸

Pokles čtenářských aktivit má přímý vliv na návštěvnost knihoven, která v období středního věku 25–34 let upadá téměř o polovinu oproti nejmladšímu věku a ožívuje se až v období stáří, kdy je ekonomická aktivita člověka na ústupu¹⁹. Z tohoto hlediska lze soudit, že na cílovou skupinu uživatelů ve věku na přelomu mladé a střední dospělosti (v již zmíněném věkovém rozmezí přibližně 25–34 let) by se měly české knihovny blíže zaměřit a rozvíjet pro ně specifický typ služeb.

Služby pro mladší střední generaci uživatelů

Je patrné, že mladým lidem ubývá volný čas, který by mohli trávit četbou, potažmo návštěvou knihovny. Věnují se zejména budování profesní kariéry, navazování vztahů, rodině, přátelům a jiným koníčkům, mají-li na ně čas. Knihovna může poskytnout **prostor a program pro různé formy dalšího vzdělávání**, též neformálního. Mladí lidé (především ti, kteří příliš nevyklí četbě, tedy sporadičtí a občasní čtenáři) mohou mít tendenci spojovat si návštěvu knihovny s povinnou školní četbou, studijní literaturou, jednouduše s určitou formou povinnosti (dojem povinnosti může vycházet z předchozí zkušenosti vyvolané společenským tlakem).

Směrnice IFLA pro Služby veřejných knihoven říká, že „dospělí lidé mívají v různých situacích svého studia, zaměstnání a osobního života různé požadavky na knihovnické a informační služby. Tyto požadavky mají být analyzovány a výsledkům analýzy mají odpovídat služby“²⁰ [Koontz, 2012, s. 50].

Služby pro dospělé čtenáře by měly podporovat zejména tyto oblasti:

- Celoživotní vzdělávání
- Volnočasové aktivity
- Informační potřeby
- Veřejné aktivity
- Kulturní aktivity
- Rekreační čtení

Směrnice doporučuje zachovat dostupnost těchto služeb také dětem a mladistvým uživatelům, nicméně už nespecifikuje ani nenavrhuje konkrétní služby, jež by mohly veřejné knihovny této cílové skupině uživatelů poskytovat.

Analýza možností

Současná situace otevírá prostor pro redefinici role veřejné knihovny – **knihovna jako veřejný prostor**, kde mladí lidé mohou dělat, co chtějí, vzdělávat se, bavit se, být spolu a cítit se dobře.

Ve spojitosti s knihovnami se v posledních letech mluví o konceptu **tzv. třetího místa**. Tento termín poprvé použil urbánní sociolog Ray Oldenburg v knize *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Community Centers, Beauty Parlors, General Stores, Bars, Hangouts, and How They Get You Through the Day* (vyd. Paragon House, 1989). Zde rozlišuje sociologické funkce tzv. prvního místa člověka (domov), druhého místa (práce) a veřejných prostorů, které představují neutrální a neformální místo k setkávání, tzv. třetího místa. Dobré třetí místo je prostor, kde se šíří myšlenky, utužují společenské vztahy, vládne zde atmosféra „domova mimo domov“, je to pomyslná kotva komunitního života. Třetí místo je dostupné zdarma nebo levně (např. za cenu šálku kávy, mimochodem občerstvení v něm hraje důležitou roli), je bezprostředně dobře dostupné (v docházkové vzdálenosti), vládne v něm vlídná a pohodlná atmosféra, zapojuje stálé návštěvníky (místní komunitu) a člověk by zde měl potkat staré i nové přátele²¹.

Pro knihovny v pojetí třetího místa jsou typické prvky jako umění, interiérový design (barvy, světlo, vybavení), technologie (virtuální prostor, digitální knihovny, web 2.0, počítačové vybavení a učebny) nebo zábava²². Myšlenka třetího místa byla v americkém prostředí aplikována také v oblasti školních knihoven²³.

¹⁷ TRÁVNÍČEK, ref. 17, s. 57–58.

¹⁸ TRÁVNÍČEK, ref. 18, s. 55.

¹⁹ TRÁVNÍČEK, ref. 18, s. 96.

²⁰ KOONTZ, Christie a Barbara GUBBIN, ed. *Služby veřejných knihoven: směrnice IFLA*. 2. zcela přeprac. vyd., v tomto překl. 1. vyd. Praha: Národní knihovna České republiky, 2012, s. 50. ISBN 978-80-7050-612-7. Dostupný také z: http://knihovnam.nkp.cz/docs/IFLA/Smernice_IFLA_DEF_2012.pdf.

²¹ Third Place. In: *Wikipedia: the free encyclopaedia* [online]. San Francisco (Kalifornie): Wikimedia Foundation, 2001-, last modif. on 30 Jan 2014 [cit. 2014-02-24]. Anglická verze. Dostupné z: http://en.wikipedia.org/wiki/Third_place.

²² MOSENI, Arezo and Terry KIRCHNER. Library as a Third Place. *NYLA Annual Conference 2008* [ppt. prezentace]. [New York: New York Library Association], 2008 [cit. 2014-02-24]. Dostupný z: <http://www.slideshare.net/kirchner.terry/library-as-a-third-place-nyla-2008-presentation>.

²³ WAUGH, Amanda. The Teens in the Back of the Library: School Libraries as “Third Place” for Marginalized Teens [poster]. *American Library Association Annual Conference & Exhibition, June 27 – July 2, 2013*. Chicago: American Library Association, 2013, last updated June 3, 2013 [cit. 2014-02-24]. Dostupný z: <http://ala13.ala.org/comment/796#comment-796>.

Podle **Dánského modelového programu pro veřejné knihovny**²⁴ se význam veřejných knihoven posouvá od klasického vzdělávacího konceptu (informace, vzdělávání a kulturní aktivity) k novému pojetí, jehož **výchozím bodem jsou potřeby a zájmy občanů**. Na základě širší analýzy těchto potřeb se buduje nabídka a program aktivit knihovny. Různým skupinám uživatelů se také přizpůsobují prostory knihoven, proto bývá kladen velký důraz na flexibilitu zařízení a z knihoven se stávají multifunkční budovy.

Zatímco klasická knihovna bývala definována procesy transakčního typu (dotaz-odpověď, půjčení-vrácení dokumentu), novou knihovnu charakterizují otevřené a dynamické procesy relačního charakteru, založené na působení vzájemných vztahů²⁵. Vytvořit jeden obecně platný vzorec provozu veřejné knihovny je dnes velice obtížné, neboť už neplatí, že jedno řešení vyhovuje všem. Smysl veřejné knihovny přesto zůstává v jejím místním působení, proto je stále důležité myslet na **lokální záběr služeb pro místní komunitu obyvatel**. Dispoziční řešení, funkce a nabídka knihovny závisí na individuálním okolí dané knihovny. Na základě prostorového využití může knihovna působit jako místo učení (objevování a učení něčemu novému), místo pro inspiraci (nabývání zkušeností a zážitků), místo setkávání (aktivní zapojení návštěvníků knihovny) a místo tvoření (kreativní a inovativní činnost uživatelů knihovny).

Provoz knihovny v neposlední řadě závisí také na cílových skupinách uživatelů, které oslovuje. Modelový program vymezuje **pět nejdůležitějších cílových skupin**: malé děti (0–6 let) a jejich rodiče, starší děti (7–12 let), mladí lidé (tzv. digital natives neboli digitální domorodci), dospělí lidé a senioři. Dospělí lidé tvoří nejširší cílovou skupinu, která v současné době vykazuje tři patrné trendy: více ženských nežli mužských uživatelů, více uživatelů s vyšším nežli nižším vzděláním, a co je důležité – mnoho dětí navštěvuje knihovnu za doprovodu svých rodičů. Podle dánského průzkumu mapujícího zvyky uživatelů knihoven představuje 20,9 % moderní, komunitně orientovaný segment uživatelů, zatímco tradiční, individuálně orientovaná část uživatelů tvoří pouze 3,7 %²⁶ [Biblioteksbarometer, 2012]. Preference uživatelů stran nabídky knihovnických služeb se mění, to může být důvodem pro poptávku po službách nového typu, která většinou způsobuje diverzifikaci funkcí a služeb knihovny.

Příklady dobré praxe

Na tomto místě bych chtěla uvést několik zahraničních příkladů služeb, jež považuji za potenciálně atraktivní pro uživatele v cílové skupině (mladší) střední generace.

Dánský příklad: Open Library

Koncept tzv. Open Library neboli Otevřené knihovny se vyvinul v dánských veřejných knihovnách během snahy navázat dynamičtější vazby se svými uživateli, a to pod heslem „Aby to byla vaše knihovna“. Knihovna je v tomto pojetí **ve značné míře samoobslužná** (personál je zde přítomen jen ve vymezených hodinách). Když je knihovna otevřená bez obsluhy, mohou uživatelé využít samoobslužných zařízení a provádět sami výpůjčky dokumentů, používat počítače a bezdrátovou síť, číst noviny a časopisy, setkávat se a organizovat svoje vlastní aktivity (pokud to prostory knihovny dovolí)²⁷.

První knihovna typu Open Library vznikla v roce 2004 v Silkeborgu v Jutsku, kde místní samospráva převzala zodpovědnost nad službami v Gjernu, venkovské obci s malými místními knihovnami, což vyžadovalo velké personální náklady a obec potřebovala šetřit v rozpočtu. Přesto chtěla knihovna v rámci omezených prostředků **poskytovat lepší služby** – tím došlo k myšlence, že by uživatelé mohli obsluhovat knihovnu sami. Za zprovozněním první samoobslužné knihovny stála Dánská knihovnická agentura (dnes součást Dánské agentury pro kulturu) a společnost Cordura, která zajistila technologický vývoj. Model silkeborgské knihovny spočíval v oddělení, které bylo na rozdíl od obvyklé otevírací doby (obsluhované s pomocí knihovníků) rozšířeno o delší výpůjční dobu, během níž si dveře knihovny mohl otevřít kterýkoliv místní občan (a to pomocí čtenářského průkazu s RFID čipem nebo průkazu zdravotní pojišťovny, kterým disponuje každý Dán). Po pozvolné aklimatizaci samoobslužného typu dnes funguje v režimu Open Library až 180 ze 450 dánských veřejných knihoven²⁸.



Obr. 3 Kavárna a graffiti v knihovně, pobočka Rentemestervej v Kodani se snaží zaujmout mladé návštěvníky vtipným a neformálním způsobem (foto: Signal Architects)

²⁴ Dostupný v anglickém znění z: <http://modelprogrammer.kulturstyrelsen.dk/en/>.

²⁵ The Changing Public Library: The Library's users. In: *Model Programme for Public Libraries* [online]. Copenhagen: Danish Agency for Culture, [2013], last mod. 5 Apr 2013 [cit. 2014-02-23]. Dostupný z: <http://modelprogrammer.kulturstyrelsen.dk/en/the-changing-public-library/the-libraris-users/#.UwpNTvI5PIk>.

²⁶ *Biblioteksbarometer for folkebiblioteker*. [København: Kulturstyrelsen], 2012. 31 str. Dostupný z: http://www.kulturstyrelsen.dk/fileadmin/user_upload/dokumenter/bibliotek/statistik/biblioteksstatistik/Folkebiblioteker/2012/Biblioteksbarometer_for_folkebiblioteker_2013_0507.pdf.

²⁷ The Changing Public Library: More life in the library. In: *Model Programme for Public Libraries* [online]. Copenhagen: Danish Agency for Culture, [2013], last mod. 5 Apr 2013 [cit. 2014-02-25]. Dostupný z: <http://modelprogrammer.kulturstyrelsen.dk/en/the-changing-public-library/more-life-at-the-library/#.UwzuXvI5Plm>.

²⁸ HOLMGAARD LARSEN, Jonna. Open libraries in Denmark. *Scandinavian Library Quarterly* [online]. 2013, Vol. 46, No. 3, s. 22–23. ISSN 2001-2268 (Print). ISSN 2001-3051 (Online). Dostupný z: <http://slq.nu/?article=volume-46-no-3-2013-5>.

Britský příklad: Idea Store

Princip Idea Store je založen na obohacení tradičních knihovnických služeb o široký okruh vzdělávacích kurzů pro dospělé a zároveň ve snaze působit jako místo setkání s komunitní funkcí. Koncept se začal vyvíjet v roce 1998 ve spolupráci s architektonickým studiem Bisset Adams a londýnským městským obvodem Tower Hamlets s cílem navrhnout **nový model pro zapojení občanů, knihoven a komunity**. Důvodem ke změně byl upadající zájem o služby knihoven a především klesající počet návštěvníků. Úspěch programu do značné míry spočíval v ohotě diskutovat a zkoumat nápady, zapracovat radikální výsledky provedených průzkumů a zapojit místní komunitu. Po rozsáhlém uživatelském průzkumu došlo architektonické studio k závěrům, že lidé si přejí **posunout hranici služeb knihoven**, kromě lepší nabídky a rozmístění knihovního fondu zahrněly požadavky na vybavení knihoven. Uživatelé jednoduše požadovali přesunout těžiště činností knihoven od půjčování knih a dalších dokumentů **směrem k rozmanitým vzdělávacím aktivitám** (rekvalifikační kurzy, výstavní prostory, hudební představení, služby e-governmentu, kavárna nebo jesle pro maminky). Zároveň vyšlo najevo, že pojem „knihovna“ v řadě lidí vyvolává zastaralou představu, a ačkoliv uživatelé knihoven považují knihovnu jako instituci za důležitou, jejich nabídka už je neláká a považují ji za nemoderní²⁹. Značkou nového konceptu se stala myšlenka (angl. Idea), cílem celého konceptu bylo zapojit uživatele do společné myšlenky, zmocnit se jí a obohatit svůj život prostřednictvím knih a služeb knihovny. Název „knihovna“ si žádal změnu, jiné pojmenování, z něhož by byla patrná tolik potřebná inovace v rámci místní čtvrti, tak vzniklo označení Idea Store.

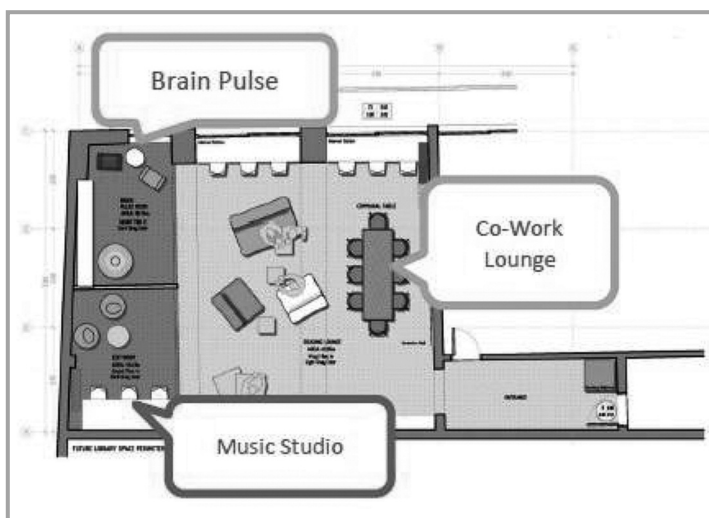
Důležitou roli při naplnění nové role knihovny sehrál **uživatelsky přívětivý přístup knihoven k uživatelům**, tedy žádné příkazy a zákazy, naopak vstřícný přístup k návštěvníkům byl důvodem výrazného nárůstu počtu uživatelů. Pro vývoj konceptu bylo důležité převzít **několik zásad z komerčního sektoru**. „Bylo nutné, aby se knihovny chovaly jako komerční organizace, ale přitom využívaly svého dobrého jména ve společnosti. Knihovny jsou financovány místní samosprávou, proto je třeba, aby se staly skutečně multikulturním centrem přístupným všem sociálním vrstvám žijícím v dané oblasti, ale mělo by se jednat o centra atraktivní s dobrým renomé a moderními službami přitažlivými pro všechny věkové skupiny obyvatel.“³⁰ Klíčem k úspěchu se stalo prodloužení otevírací doby (7 dní v týdnu), atraktivní prezentace knih (jako v knihkupectvích), uživatelsky příjemný interiérový design a v neposlední řadě personál, který pečuje o zákazníky.

Pilotní projekt spuštěný ve čtvrti Bow (Idea Store Bow) v roce 2002 nabídl zbrusu novou možnost **trávení volného času a vzdělávání zároveň**, realizaci provedlo zmíněné studio Bisset Adams (další realizaci uskutečnili v Idea Store ve Watney Market, otevřeno v roce 2013). Dnes je v londýnské čtvrti Tower Hamlets možné navštívit celkem osm poboček Idea Store (Bow, Canary Wharf, Crisp Street, Watney Market, Whitechapel, Bethnal Green Library, Cubbit Town Library a Local Historical Library) a jejich myšlenka „zaujmut-posílit-obohatit“ (Engage, Empower, Enrich) místní komunitu stále přetrvává ve snaze zlepšit kvalitu života v tomto londýnském obvodu.

Řecký příklad: Media Lab

Projekt Media Lab je jedním z nejnovějších inovativních návrhů s cílem **zaujmout uživatele ve věku 15–35 let**, tzv. generaci Y. K vývoji v řeckých veřejných knihovnách dochází již od roku 2011 z iniciativy společnosti Future Libraries, která kreativně reaguje na přetrvávající finanční krizi, jež zapříčinila návrat tisíců Řeků do veřejných knihoven – ty občanům nabízejí nejenom úsporu na nákupu knih, ale také příjemné místo, kde mohou strávit čas, číst si nebo povídat. Iniciativa Future Libraries dnes čítá na 120 členů a jejím předním zájmem je rozvoj vzdělávacích programů, kampaní na podporu čtení a čtenářství dětí školního věku a jejich rodičů nebo doplňování knihovnických fondů. Hlavním sponzorem společnosti je Nadace Stavrose Niarchose (Stavros Niarchos Foundation)³¹.

Koncept Media Lab si klade za cíl **stát se modelovým plánem moderní veřejné knihovny**. Chce být centrem kreativity, spolupráce a inovace poháněným nápady, uměním, kulturou, vědou a technologiemi, díky čemuž se bude knihovna moci lépe věnovat místní komunitě a její podpoře. Mezi služby těchto speciálních oddělení knihoven patří zejména práce s různými typy médií – uživatelům nabídnou výrobu a úpravu vlastního



Obr. 4 Architektonický návrh řeckého konceptu Media Lab od studia A&M architects (převzato z Future Library, 2013)

²⁹ GODOWSKI, Sarah and Sergio DOGLIANI. Idea Stores 10 years on: the next generation. In: *Designing Libraries* [online]. Crick, Northamptonshire: Designing Libraries C.I.C., c2012, [cit. 2014-02-26]. Dostupný z: http://www.designinglibraries.org.uk/documents/Idea_Stores_next_generation.pdf.

³⁰ RAJDLOVÁ, Iva. *Problematika dětského čtenářství a aktivity na jeho podporu*. Brno, 2006, s. 67. Diplomová práce (Mgr.). Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav české literatury a knihovnictví, Kabinet knihovnictví. Dostupný z: http://is.muni.cz/th/64850/ff_m/.

³¹ SANODOU, Christina. Live, state-of-art libraries for Generation Y. *Ekathimerini.com* [online]. September 29, 2013 [cit. 2014-02-27]. Dostupný z: http://www.ekathimerini.com/4dcgi/_w_articles_wsite6_1_29/09/2013_518576.

videa, vytvoření digitálního příběhu, výrobu zvukové nahrávky, ale také pořádání setkání, surfování na internetu a prohlížení digitálních sbírek knihovny nebo jen relaxaci v příjemném prostředí. Součástí projektu je také **praktické vzdělávání knihovníků** orientované na informační chování mladých uživatelů, služby pro mládež a komunikaci používanou v různých situacích a komunikačních kanálech³².

Síť Media Labs tvoří od prosince roku 2013 **devět obecních a městských knihoven** po celém Řecku, které pod heslem „Tvoř-uč se-hraj-relaxuj-sdílej“ (Make, Learn, Play, Relax, Share) svým uživatelům nabízejí nejnovější zařízení, multimediální laboratoře a speciálně vyškolený personál, který by se měl v praxi věnovat zejména mládeži, studentům, mladým profesionálům, nezaměstnaným občanům a imigrantům. Na projektu se dále podílejí společnosti Google (ve virtuálním prostoru YouTube), Mozilla Foundation (vzdělávací laboratoř Hive v New Yorku) a Městská knihovna v Aarhusu (městský mediální prostor).

Nizozemský příklad: Retail Concept

Prodejný koncept (angl. Retail Concept) již podle názvu napovídá, že v prostředí knihoven aplikuje metodu převzatou z prodejní praxe. Jedná se o **inovativní přístup v trvalé prezentaci knihovního fondu**, respektive stavění fondu ve volném výběru. To spočívá v otevřeném a proaktivním vystavování knih a dalších dokumentů obálkami vzhůru (frontálně), podobně jako v knihkupectvích. Dokumenty se prezentují méně v regálech, zato více volně na speciálních stolcích, tituly je možné sdružovat podle tématu, autorského hlediska nebo aktuálnosti (novinky). Knihy jsou vystaveny na nižších stolcích ve volném prostoru, čtenáři je mohou brát do rukou a prohlížet, brouzdat fondem. Jedná se o **uživatelsky přívětivější prezentaci knih**, jejímž cílem je upoutat pozornost návštěvníka knihovny a zatraktivnit volný výběr³³.

Přestože metody komerčního sektoru mají za cíl zejména generování zisku, neziskové organizace jako knihovny se od nich mohou mnohé naučit, zejména silný **záběr na potřeby a hodnoty zákazníků, návštěvníků, uživatelů** neboli při navrhování a poskytování služeb je důležité stále myslet na své (i potenciální) uživatele. Mezi další aspekty komerčního světa, kterými by se knihovny mohly inspirovat, patří důraz na zapojení uživatelů (přijďte a dělejte si, co chcete), všestrannost, příjemný prostor, lákavá nabídka a úplný zážitek (každý den zažít něco nového)³⁴.

Trvalé uspořádání volného výběru v duchu prodejního konceptu, na jehož základě bývají stavěny dokonce zcela nové knihovny, se v posledních letech stále častěji uplatňuje ve veřejných knihovnách v Nizozemsku. Jednou z prvních knihoven, která začala realizovat prodejní koncept v knihovní praxi, se stala **Nová knihovna v Almere**. Již od roku 2003 plánovala Městská knihovna v Almere výstavbu nové centrální pobočky, proto průběžně zkoumala chování a potřeby návštěvníků knihovny. Z průzkumů vyplynulo, že zaměření fondu nekoresponduje s potřebami uživatelů a navíc, až 80 % uživatelů chodilo do knihovny bez konkrétní představy, co si chtějí vypůjčit (vybrali si až přímo v knihovně při procházení fondu). Mezi lety 2004–2009 se uskutečnil testovací provoz, jehož výsledky vedly ke stavbě nové budovy centrální pobočky, která byla otevřena v roce 2010. Knihovní fond je zde specificky rozmístěn do jednotlivých částí („obchodů“) podobně jako v knihkupectví, které se vztahují k různým zájmům a tématům (např. kultura, cestování, zdraví) a **záměrně se snaží zaujmout určité cílové skupiny uživatelů**³⁵. Prostory knihovny spojuje interiérový design od grafického studia Thonik, který zároveň graficky vyjadřuje tematické zaměření jednotlivých „obchodů“ (např. grafika ve stylu stožárů vysokého napětí signalizuje oddělení „Napětí“).

Závěrem

Fenomén cílových skupin uživatelů knihoven byl a jistě i v budoucnu bude velkým tématem, které by nemělo být opomíjeno. Určité skupiny uživatelů bývají typicky silnější (např. děti a mládež), zatímco některé skupiny vykazují dlouhodobý pokles zájmu o návštěvu knihoven. Do skupiny s upadajícím zájmem můžeme řadit také zástupce tzv. střední generace, v českém prostředí konkrétně představitele uživatelů na pomezí mladé a střední dospělosti (přibližně v rozmezí 25–34 let). Této cílové skupině, která z českých veřejných knihoven v posledních letech mizí, by se měla odborná veřejnost věnovat nejenom v teoretické oblasti, ale především v praxi. Za velmi podnětné považují rozmanité zahraniční příklady dobré praxe, jejichž realizace přinesla většinou dobré výsledky, zvýšení návštěvnosti knihoven a také změnu ve vnímání role moderní veřejné knihovny v očích široké veřejnosti. Tyto příklady lze zvažovat jako možnou inspiraci také v českém prostředí.

Použitá literatura

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

Biblioteksbarometer for folkebiblioteker. [København: Kulturstyrelsen], 2012. Dostupný z: http://www.kulturstyrelsen.dk/fileadmin/user_upload/dokumenter/bibliotek/statistik/biblioteksstatistik/Folkebiblioteker/2012/Biblioteksbarometer_for_folkebiblioteker_2013_0507.pdf.

³² *Future Library: make, learn, play, relax, share* [online]. [Athens: Stavros Niarchos Foundation, 2013]. Dostupný z: <http://mediablab.futurelibrary.gr/wp-content/uploads/2013/09/banner-english.pdf>.

³³ LONSKÁ, Pavlína. *Prezentace knihovních služeb veřejnosti: analýza současného stavu veřejných knihovnických služeb v Nizozemsku a v České republice*. Praha, 2012, s. 66. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova v Praze, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví. Dostupný z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/106163/>.

³⁴ DANIELSSON, Jari. *Creating a library concept to meet customer needs: can we learn something from the retail world?* [ppt. prezentace]. [Helsinki: Kuudes Kerros, c2012, cit. 2014-02-27]. Dostupný z: <http://lib.eduskunta.fi/dman/Document.phx?documentId=kl12608083012579&cmd=download>.

³⁵ Cases for inspiration: Case: De Nieuwe Bibliotheek, Almere. In: *Model Programme for Public Libraries* [online]. Copenhagen: Danish Agency for Culture, [2013], last mod. 4 Apr 2013 [cit. 2014-02-27]. Dostupný z: <http://modelprogrammer.kulturstyrelsen.dk/en/cases-for-inspiration/case-de-nieuwe-bibliotheek-almere/#.Uw-m9vI5PIk>.

- Cases for inspiration: Case: De Nieuwe Bibliotheek, Almere. In: *Model Programme for Public Libraries* [online]. Copenhagen: Danish Agency for Culture, [2013], last mod. 4 Apr 2013 [cit. 2014-02-27]. Dostupný z: <http://modelprogrammer.kulturstyrelsen.dk/en/cases-for-inspiration/case-de-nieuwe-bibliotheek-almere/#.Uw-m9vI5PIk>.
- DANIELSSON, Jari. *Creating a library concept to meet customer needs: can we learn something from the retail world?* [ppt. prezentace]. [Helsinki: Kuudes Kerros, c2012, cit. 2014-02-27]. Dostupný z: <http://lib.eduskunta.fi/dman/Document.phx?documentId=kl12608083012579&cmd=download>.
- DE ROSA, Cathy et al. *Perceptions of Libraries and Information Resources: a report to the OCLC membership*. Dublin (Ohio): OCLC, 2005. ISBN 1-55653-364-0. Dostupný z: http://www.oclc.org/content/dam/oclc/reports/pdfs/Percept_all.pdf.
- DE ROSA, Cathy et al. *Perceptions of Libraries, 2010: Context and Community: a report to the OCLC membership*. Dublin (Ohio): OCLC, 2011. ISBN 1-55653-395-0. Dostupný z: https://www.oclc.org/content/dam/oclc/reports/2010perceptions/2010perceptions_all.pdf.
- ERIKSON, Erik H. *Životní cyklus rozšířený a dokončený*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 1999. Psychologie P, sv. 11. ISBN 80-7106-291-X.
- Future Library: make, learn, play, relax, share* [online]. [Athens: Stavros Niarchos Foundation, 2013]. Dostupný z: <http://medialab.futurelibrary.gr/wp-content/uploads/2013/09/banner-english.pdf>.
- GODOWSKI, Sarah and Sergio DOGLIANI. Idea Stores 10 years on: the next generation. In: *Designing Libraries* [online]. Crick, Northamptonshire: Designing Libraries C.I.C., c2012, [cit. 2014-02-26]. Dostupný z: http://www.designinglibraries.org.uk/documents/Idea_Stores_next_generation.pdf.
- HOLMGAARD LARSEN, Jonna. Open libraries in Denmark. *Scandinavian Library Quarterly* [online]. 2013, Vol. 46, No. 3, s. 22-23. ISSN 2001-2268 (Print). ISSN 2001-3051 (Online). Dostupný z: <http://slq.nu/?article=volume-46-no-3-2013-5>.
- IKAROS (redakce). Informační generace: změna nebo kontinuita? (David Bawden). *Ikaros* [online]. 2009, roč. 13, č. 5/2 [cit. 2014-02-12]. URN:NBN:cz:ik□005462. ISSN 1212-5075. Dostupný z: <http://www.ikaros.cz/node/5462>.
- KOONTZ, Christie a Barbara GUBBIN, ed. *Služby veřejných knihoven: směrnice IFLA*. 2. zcela přeprac. vyd., v tomto překl. 1. vyd. Praha: Národní knihovna České republiky, 2012. ISBN 978-80-7050-612-7. Dostupný také z: http://knihovnam.nkp.cz/docs/IFLA/Smernice_IFLA_DEF_2012.pdf.
- LANGMEIER, Josef a Dana KREJČÍŘOVÁ. *Vývojová psychologie*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2006. Psyché. ISBN 80-247-1284-9.
- LONSKÁ, Pavlína. *Prezentace knihovnických služeb veřejnosti: analýza současného stavu veřejných knihovnických služeb v Nizozemsku a v České republice*. Praha, 2012. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova v Praze, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví. Dostupný z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/106163/>.
- MOSENI, Arezo and Terry KIRCHNER. Library as a Third Place. *NYLA Annual Conference 2008* [ppt. prezentace]. [New York: New York Library Association], 2008 [cit. 2014-02-24]. Dostupný z: <http://www.slideshare.net/kirchner.terry/library-as-a-third-place-nyla-2008-presentation>.
- PILLEROVÁ, Vladana. Jak veřejnost vnímá knihovny a využívá elektronické informační zdroje? *Knihovna* [online]. 2008, roč. 19, č. 1, s. 112-123 [cit. 2014-02-17]. Dostupný z: <http://knihovna.nkp.cz/knihovna81/81112.htm>. ISSN 1801-3252.
- RAJDLOVÁ, Iva. *Problematika dětského čtenářství a aktivity na jeho podporu*. Brno, 2006. Diplomová práce (Mgr.). Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav české literatury a knihovnictví, Kabinet knihovnictví. Dostupný z: http://is.muni.cz/th/64850/ff_m/.
- ŘÍČAN, Pavel. *Cesta životem: [vývojová psychologie]: přepracované vydání*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-124-7.
- SANOUDOU, Christina. Live, state-of-art libraries for Generation Y. *Ekathimerini.com* [online]. September 29, 2013 [cit. 2014-02-27]. Dostupný z: http://www.ekathimerini.com/4dcgi/_w_articles_wsite6_1_29/09/2013_518576.
- The Changing Public Library: The Library's users. In: *Model Programme for Public Libraries* [online]. Copenhagen: Danish Agency for Culture, [2013], last mod. 5 Apr 2013 [cit. 2014-02-23]. Dostupný z: <http://modelprogrammer.kulturstyrelsen.dk/en/the-changing-public-library/the-libraries-users/#.UwpNTvI5PIk>.
- The Changing Public Library: More life in the library. In: *Model Programme for Public Libraries* [online]. Copenhagen: Danish Agency for Culture, [2013], last mod. 5 Apr 2013 [cit. 2014-02-25]. Dostupný z: <http://modelprogrammer.kulturstyrelsen.dk/en/the-changing-public-library/more-life-at-the-library/#.UwzuXvI5PIm>.
- Third Place. In: *Wikipedia: the free encyclopaedia* [online]. San Francisco (Kalifornie): Wikimedia Foundation, 2001- , last modif. on 30 Jan 2014 [cit. 2014-02-24]. Anglická verze. Dostupné z: http://en.wikipedia.org/wiki/Third_place.
- TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čteme?: obyvatelé České republiky a jejich vztah ke knize: (2007)*. Vyd. 1. Brno: Host, 2008. ISBN 978-80-7294-270-1.
- TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čtenáři a internet: obyvatelé České republiky a jejich vztah ke čtení (2010)*. Vyd. 1. Brno: Host ve spolupráci s Národní knihovnou České republiky, 2011. ISBN 978-80-7294-515-3.
- VÁGNEROVÁ, Marie. *Vývojová psychologie II.: dospělost a stáří*. Dotisk 1. vyd. Praha: Karolinum, 2008. ISBN 978-80-246-1318-5.
- WAUGH, Amanda. The Teens in the Back of the Library: School Libraries as "Third Place" for Marginalized Teens [poster]. *American Library Association Annual Conference & Exhibition, June 27 - July 2, 2013* [online]. Chicago: American Library Association, 2013, last updated June 3, 2013 [cit. 2014-02-24]. Dostupný z: <http://ala13.ala.org/comment/796#comment-796>.

Príspevok je recenzovaný.

Mgr. Pavlína Lonská
pavlina.lonska@gmail.com
(Ústav informačních studií a knihovnictví FF UK v Praze) ■