



**Inspirace** Inovace **Imaginace**

2008

pod záštitou KISK FF MUNI



# **INFOKON - inspirace, inovace, imaginace**

**Sborník příspěvků z konference**

**22. listopadu 2008**

**Druhý ročník konference**

**Filozofická fakulta**

**Masarykova univerzita Brno**



**KABINET  
INFORMAČNÍCH STUDIÍ  
A KNIHOVNICTVÍ**

## **Editor sborníku:**

Petr Škyřík, pskyrik@phil.muni.cz

Filozofická fakulta, Masarykova univerzita, Ústav české literatury a knihovnictví  
Kabinet informačních studií a knihovnictví

## **Programový a organizační výbor konference:**

PhDr. Petr Škyřík, PhDr. Michal Lorenz, Bc. Lucie Staničková, Bc. Tereza Matýsová, Bc. Jana Cacková, Mgr. Kateřina Hošková, Bc. Markéta Bočková  
Bc. David Koval

*Web konference:* Vojtěch Pilař [www.infokon.cz](http://www.infokon.cz)

*Sazba, návrh obálky:* Bc. Michal Pazderský

Katalogizace v knize – Národní knihovna ČR

Infokon 2008 (Brno, Česko)

Infokon 2008 : inspirace, inovace, imaginace : 2. ročník konference : Brno, Česká republika, 22. listopadu 2008 : sborník příspěvků / P. Škyřík (editor) – 1. vyd. – Brno : Tribun EU, 2008 – 179 s.

ISBN 978-80-7399-591-1

316.77-027.21 \* 37.0:001.895 \* 02 \* 378 \* (062.534)

- ◆ informační věda
- ◆ inovace ve vzdělávání
- ◆ knihovnictví
- ◆ vysoké školy – Česko
- ◆ sborníky konferencí

316.77 - **Informační věda** [12]

Za jazykovou a formální správnost příspěvků odpovídají autoři.

Vytištěno v České republice.

**ISBN 978-80-7399-591-1**

<b>0</b>	4	<i>Předmluva</i>
<b>1</b>	5	<b>Kulturně informační web</b> Lenka Navrátilová
<b>2</b>	17	<b>Koncept NET-trainers a knihovny</b> Jan Zikuška, Petr Škyřík
<b>3</b>	23	<b>Proměna středoškolských knihoven v pulzující informační centra</b> Hana Kočí
<b>4</b>	37	<b>Web 2.0, 3.0, individualizácia internetu a knižnice</b> Peter Weisenbacher
<b>5</b>	55	<b>Projektový management – hard &amp; soft skills v teorii a praxi</b> Tomáš Bouda, Lucie Staníčková
<b>6</b>	79	<b>Študent učí študenta</b> Martin Šuraba
<b>7</b>	87	<b>Guerilla Readers</b> Olga Biernátová
<b>8</b>	103	<b>ČTE_SY_RÁD : ČTENářův sympatický rádce</b> Stanislava Venturová
<b>9</b>	119	<b>Biosociální informace a technologie</b> Michal Lorenz
<b>10</b>	135	<b>Biblioterapie na webu aneb šetrně nahozený záchranný kruh</b> Edita Vališová
<b>11</b>	153	<b>Portál CI</b> Alena Sedláčková
<b>12</b>	177	<b>i3K – KKK Knihovníkům kvalitnější konference</b> Jan Zikuška, Jan Skúpa, Michal Lorenz

## Předmluva

*„Jinýma očima - novým úhlem pohledu. Novými směry - jinými cestami. Spolu bludištěm infofantazie.“*

INFOKON je celostátní studentská konference, zaměřená na oblast informační vědy a knihovnictví, která se každoročně koná pod záštitou Kabinetu informačních studií a knihovnictví Filozofické fakulty Masarykovy univerzity v Brně.

Již první ročník v roce 2007 potvrdil možnost naplnit nemalé "monzunové" ambice. INFOKON 2008 jde ještě dál. Odvážně si klade za cíl překročit všechny představitelné cíle; vnést do dosud klidného přístavu zaběhnutých oborových konferencí opravdovou bouři.

Téma letošního ročníku INFOKONU - inspirace, inovace, imaginace - proto jen velice lehce obkružuje potenciální prostor pro příspěvky i diskuzi. Naznačuje, o čem bychom rádi mluvili a slyšeli. Jaké nápady, možnosti, vize nám může nabídnout náš obor? Jak by se různé věci daly dělat jinak, nově, lépe?

U zrodu tohoto infofenoménu byla představa specifického setkání současných i budoucích informačních profesionálů a profesionálek, které by umožnilo sdílení nápadů, vizí a zkušeností z oboru nejen „ostříleným účastníkům běžných konferencí“, ale především studentům a studentkám oboru; tedy ambice přinést čerstvý vítr do českého informačního prostředí.

Druhý ročník konference INFOKON se konal 22. listopadu v Brně na Filozofické fakultě Masarykovy univerzity Brno.

*„Všechny ideály nepotřebují jen křídla, ale i místo, odkud by mohly vzlítnout.“*  
(Ernest Hemingway)

# KULTURNĚ INFORMAČNÍ WEB INTUITIVNÍ, INTENZIVNÍ, ILUSTRATIVNÍ...

*Lenka Navrátilová*

*Filosofická fakulta Masarykovy univerzity v Brně*

*le.navratilova@centrum.cz*

## **Abstrakt**

Kulturně informační web (KuInWeb) je právě se rozvíjející projekt, jehož cílem je vytvoření informačního portálu shromažďujícího informace o nabídce a možnostech realizace kulturních i vzdělávacích služeb a aktivit. V následujícím příspěvku se pokusíme popsat základní charakteristiky projektu, jeho jedinečnost a současně potřebnost v informačním prostředí internetu. Na základě zkušeností z praxe budeme názorně demonstrovat jeho praktický přínos převážně pro skupinu knihovníků a informačních pracovníků. Nastíníme také určitá rizika a problémy KuInWebu, které je třeba při jeho uvedení do praxe řešit.

**Klíčová slova:** informační služby, kultura, vzdělávací akce, propagace knihoven, poslání knihoven, projekt KuInWeb

## 1. Současná situace – kulturní dění v knihovnách

Mezi jedny z prvních otázek, které si organizátoři jakéhokoliv projektu kladou, bezpodmínečně patří tyto: Jak dnes funguje daná problematika? Co je třeba zlepšovat a pro koho? V případě, že tyto a podobné otázky sami sobě nezodpovíme, všechna práce a úsilí může přijít vniveč. Celá idea projektu Kulturně informačního webu vznikla právě na základě zkušeností a postřehů z praxe, které byly odpovědí na výše položené otázky.

Knihovny v celé České republice plní nezastupitelnou funkci ve vzdělávacím procesu, poskytují rešeršní a informační služby. Měly by stejně tak samozřejmě fungovat jako důvěryhodná informační a kulturní centra, která spolupracují s ostatními institucemi a nabízejí tak svým uživatelům maximální možný komfort v podobě univerzálních služeb. Začlenění knihoven do vzdělávacího procesu je poměrně jasné – knihovny spolupracují se všemi vzdělávacími institucemi od mateřských školek až po univerzity třetího věku, organizují nebo zprostředkovávají rozličné vzdělávací či rekvalifikační kurzy. Svým čtenářům knihovny zajišťují kvalitní a širokou nabídku různých typů dokumentů, příjemné prostředí k jejich studiu, rešeršní služby, meziknihovní výpůjční služby atd. Až do této chvíle jsou povinnosti knihovny jasně formulované, mají své hranice a jsou samozřejmostí pro pracovníky knihoven i pro širokou uživatelskou veřejnost. Jak ale konkrétně vymezujeme a chápeme pojem „kulturní centrum“? Má knihovna zprostředkovávat informace o kulturních akcích nebo je má přímo pořádat? Očekávají vůbec uživatelé od knihovníků, že budou organizovat kulturní akce? Jaký charakter by tyto aktivity měly mít? Měla by se knihovna omezovat na poskytování faktických informací, nebo by měla nabízet i rozptýlení, pobavení a relaxaci? Otazníky najednou nemají konce a každá provokuje k novým a novým otázkám. V oblasti organizace kulturního a společenského doprovodného programu knihoven dosud chybí oficiálně podložená a jasná specifikace cílů a záměrů.

Jak chápou svoje kulturní poslání samy knihovny a jaké jsou konkrétní projevy jejich činnosti? V první řadě si upřesněme, že budeme hovořit především o městských a regionálních knihovnách. Právě jejich cílem by měl

být vznik komunitního centra, které nabízí širokou paletu akcí pro rozsáhlou skupinu uživatelů, nejen pro čtenáře knihovny. Ve městech střední a menší velikosti často neexistuje pravidelná nabídka kulturních akcí, ať již jde o hudební produkce, divadelní představení či besedy a odborné přednášky. Právě pracovníci knihoven by si měli být vědomi této „otevřené rány“ a snažit se ji postupně zacetovat.

Skutečnost je bohužel taková, že knihovny samy ve většině případů kulturní akce příliš neorganizují a spolupráce s ostatními institucemi, jako jsou muzea, městské úřady nebo kulturní domy, neprobíhá na dostatečné úrovni. Knihovny pravidelně pořádají celostátně propagované a organizované akce, mezi ně patří například Noc s Andersenem, Týden knihoven apod. Největším problémem těchto aktivit je ale jejich nárazový charakter a často průměrná úroveň organizace. Pracovníci knihoven jsou na základě vlastní iniciativy schopni zorganizovat autorské čtení, přednášku, divadelní vystoupení nebo cestovatelskou besedu, ale opět bohužel pouze nárazově a bez hlubšího tematického nebo dramaturgického plánu. Právě nepravidelnost a nepřítomnost jasné metodiky a pevného plánu představuje jednu z hlavních příčin nízkého zájmu veřejnosti o tyto akce.

## 1.1 Příčiny absence kulturního programu

Z praktických zkušeností a především z výsledků provedeného dotazníkového průzkumu vyplývá, že mnozí zaměstnanci knihoven by rádi realizovali kulturní a společenské akce a naplňovali tím aktuální poslání knihoven, na které by jejich uživatelé měli pohlížet jako na informační i kulturní centra. Na naši výzvu vyplnit a odeslat dotazník, který obsahoval otázky týkající se organizace kulturních akcí v knihovnách, reagovalo deset procent z vybraných sto šedesáti respondentů. Na první pohled se tedy návratnost dotazníku jeví jako velmi slabá a signalizující nezájem o projekt ze strany knihoven. Skutečnost, že v České republice funguje na šest tisíc knihoven a pouze osm procent<sup>1</sup> z nich vykazuje organizaci kulturních a

---

1 Hrubý procentuální údaj byl poskytnut pracovníky Městské knihovny hlavního města Prahy při konzultaci týkající se průběhu příprav projektu Kulturně informačního webu.

společenských akcí, vrhá na výsledky dotazníků poněkud jiné světlo. Knihovníci, kteří vyplnili dotazník, se vyjádřili v tom smyslu, že akce organizují, ale velmi nepravidelně a s malým úspěchem. Jako nejvíce problematický se ukazuje proces kontaktování poskytovatelů kulturních akcí a také zajištění kvalitní propagaci a publicitu pořádaným akcím.

Snaha v této oblasti je nejvíce zkomplikována nedostatečně rozvinutou komunikací mezi knihovnami a poskytovateli kulturních služeb a programů. Informace o akcích konaných v jednotlivých knihovnách se nacházejí rozptýleny na webových stránkách knihoven, v lokálním a regionálním tisku. Aktéři uvádí kontaktní údaje většinou pouze na svých vlastních internetových stránkách a schází jim možnost prezentovat se v dostatečně atraktivním a využívaném internetovém prostoru. Jak se také ukázalo v praxi, někteří umělci a známé osobnosti nenabízejí své služby v prostředí internetu vůbec a nelze je kontaktovat elektronickou cestou, ale přesto jsou jejich služby k dispozici. Pracovníkům knihoven se tedy mnohdy nedostává potřebných kontaktů na aktéry a aktérům naproti tomu schází informace o tom, že knihovny mají o jejich služby reálný zájem.

Část zaměstnanců knihoven nepatří z hlediska svého vzdělání mezi profesionály. V menších regionálních knihovnách jako knihovníci působí lidé rozličných profesí. To by ale nemělo být překážkou k tomu, aby získali příležitost a prostředky k rozvoji kulturní nabídky ve svém působišti. Úroveň informační gramotnosti zaměstnanců knihoven a informačních center často není na takové úrovni, aby pro ně vyhledání vhodného poskytovatele kulturní služby nepředstavovalo jistý problém. Právě takovým pracovníkům by mohl Kulturně informační web pomoci a motivovat je k činnosti přesahující rámec běžných pracovních povinností. Šíře nabídky kulturního vyžití v knihovnách nesouvisí pouze s personálními, kapacitními a finančními možnostmi knihoven, ale často je negativně ovlivněna právě nedostatkem informací a inspirace.

## **2. Představa ideálních kulturních aktivit v prostředí knihoven**

Organizace kulturních a společenských aktivit v jednotlivých knihovnách vychází vždy z individuálních potřeb dané lokality a z požadavků cílové skupiny obecního občanstva. Jiné nároky klade na pořadatele organizace autorského čtení, jiné příprava divadelní produkce. Existují ale určitá obecně platná základní pravidla, která pomohou knihovníkům a informačním pracovníkům nejen konkrétní kulturní program zorganizovat a uskutečnit, ale která také pomohou při propagaci a komunikaci, ať už s potencionálními návštěvníky akcí, nebo s ostatními institucemi a s regionálním tiskem.

Kulturní program (nejen v případě knihoven) by měl obsahovat určitý tematický a dramaturgický plán, který by kulturní nabídce jako celku zajišťoval logickou strukturu. Potencionální návštěvníci se tak v programu lépe zorientují a vyberou si konkrétní typy akcí, které je zajímají.

Dalším prvkem je pravidelnost a systematickosti v nabídce kulturních a společenských akcí. V případě, že knihovna nárazově a nepravidelně uspořádá tři čtyři spolu nesouvisející akce (Noc s Andersenem, autorské čtení, prohlídka knihovny v Týdnu knihoven a výstava prací žáků základní školy), jejich dopad a vliv na veřejnost (potencionální účastníky) bude velmi nevyvážený a někdy téměř nulový. Lidé často ani nemají potuchy, že v knihovnách je pro ně vedle půjčování knih a jiných dokumentů připraveno i něco navíc ve formě kulturních akcí (probíhá něco jiného než výpůjčky knih a dokumentů). O nárazových akcích knihovny se čtenáři dozvídají náhodně nebo jim takovéto informace zcela unikají. Informace o pořádaných akcích se tak dostanou pouze ke skupině čtenářů, kteří jsou v knihovně registrováni a pravidelně ji navštěvují. Řešení tohoto problému vidíme zejména v zavedení pravidelného kulturního programu, který by byl rozčleněn na jednotlivé tematické celky. Pravidelnost, se kterou knihovna bude tento program propagovat, záleží samozřejmě na jejích možnostech a poptávce po konkrétních kulturních akcích. Ideální je měsíční program, možností pro menší města a vesnice je i program čtvrtletní. Plánování kulturních a společenských událostí s předstihem má i pozitivní vliv na spolupráci poskytovatelů kulturních služeb a organizátorů daných akcí (například hledání vhodných termínů). Potencionální návštěvníci se budou v organizaci

svého volného času držet pevně stanoveného plánu (programu), který pro ně znamená i určitou jistotu a garanci příjemně strávených chvil.

Osvědčené a úspěšné je například zakládání klubů – klub historický, filosofický, cestovatelský, ekologický, klub deskových her... V rámci těchto klubů probíhají přednášky, debaty a promítání, které spojuje zastřešující tematika. Kluby nejsou podmíněny členstvím, jsou pouze indikátorem pro jejich potencionální návštěvníky. Konkrétní akce těchto klubů probíhají pravidelně a z praktických zkušeností lze odvodit, že jejich návštěvnost a obliba postupem času prudce roste, ovšem za předpokladu jejich kvalitní náplně.

Třetím podstatným prvkem je propagace. Bitvu o získání pozornosti potencionálního publika je třeba vést na několika frontách.

- ◆ Internetové stránky knihovny (i jakékoliv jiné spřízněné instituce) – dostatečné množství informací včas umístěné na webové stránky osloví střední vrstvu publika, která používá internet jako hlavní informační zdroj. Umístěním programu například na stránky městského úřadu se program může dostat do povědomí i té části obyvatel, která do knihovny pravidelně nedochází.
- ◆ Prostory knihovny – plakáty s kompletním měsíčním programem i plakátky na jednotlivé akce mohou být umístěny na vývěsce věnované speciálně kulturnímu dění v regionu.
- ◆ Plochy určené k vyvěšení propagačních materiálů, distribuce – plakáty je třeba rozmístit po městě/vsi, do škol, do ostatních institucí (muzeum, městský úřad, informační centrum...).
- ◆ Regionální tisk – spolupráce s tiskem a pravidelné otištění kulturního programu nemůže nikdy uškodit. Tisk navíc bude upozorněn a může z vlastní iniciativy zpětně reflektovat některé výjimečné akce z programu (rozhovor s aktérem autorského čtení, reportáž z besedy se zajímavým cestovatelem...).

Posledním prvkem, nikoliv ovšem významem, je vytrvalost a odhodlání pracovníků kulturních a informačních institucí. Při přípravě jakéhokoliv programu samozřejmě předpokládáme, že vytváříme a zprostředkováváme službu pro veřejnost. Veřejnosti ale často trvá delší dobu, než si uvědomí, že tato konkrétní kulturní a informační služba je v mnoha směrech přínosná a

kvalitní. Akce naplánované pro publikum padesáti jedinců se v realitě lehce stanou akcí pro pět diváků, posluchačů... Tato a jí podobné situace by ovšem neměly organizátory od dalších kroků odradit. I publikum potřebuje svůj čas, přátelé si navzájem doporučí zajímavé besedy, veřejnost se postupem času začne sama zajímat.

V určité fázi potřebují právě organizátoři akcí slyšet povzbuzení a podporu, nejlépe od svých kolegů, kteří mají stejné zkušenosti za sebou. I k tomuto účelu se KuInWeb skvěle hodí. Obě strany, jak pořadatelé, tak poskytovatelé, budou mít jedinečnou možnost si v internetovém prostředí vyměnit nejen fakta a kontakty, ale také zkušenosti a rady, popřípadě si vyjádřit vzájemnou podporu.

## **2.1 Příklad abstraktního měsíčního kulturního programu**

### **I. týden:**

KLUB DESKOVÝCH HER – Všední odpoledne, ideálně může navazovat na výpůjční dobu v dětském oddělení.

### **I. víkend:**

Volný, bez měsíčního programu.

Jednou za tři měsíce je možná například organizace autorského čtení (podle možností autora a publika lze naplánovat i na I. víkend nebo do II. týdne v měsíci).

### **II. týden:**

Všední dny volné.

Jednou za tři měsíce eventuálně zorganizovat dopolední besedu pro školy nebo pro penziony (tematika může být různorodá, možná je třeba spolupráce s nadacemi jako je Člověk v tísni) – dobré je také spojení večerního autorského čtení s dopoledním setkáním autora se studenty nebo s důchodci.

### **II. víkend:**

DIVADLO PRO DOSPĚLÉ – Pátek večer.

DIVADLO PRO DĚTI – Neděle odpoledne.

### **III. týden:**

Ekologický / cestovatelský klub – Ve všední den v pozdních odpoledních nebo ve večerních hodinách – je třeba brát ohled na časové možnosti publika. Ekologická a cestovatelská problematika se v některých bodech překrývá, proto se ekologie a cestovatelská tematika může každý měsíc střídat, což zajistí i větší atraktivitu a různorodost.

### **IV. týden:**

Filosofický / historický klub – Můžeme aplikovat stejný princip jako v předchozím týdnu. Filosofické téma lze pojmout obecněji, naopak historickou tematiku je vhodné představovat v užších regionálních souvislostech (historie města, architektura, představení regionálních historických prací apod.).

### **IV. víkend:**

Volný, bez pravidelného měsíční náplně.

Tento abstraktní návrh doprovodného kulturního a společenského programu knihovny nabízíme pouze jako příklad jedné z variant, jak je možné organizovat jednotlivé aktivity. Ani zdaleka nezahrnuje nepřehlednou škálu možností, se kterou mohou knihovníci a informační pracovníci operovat.

Velkou výhodou takového doprovodného kulturního programu je fakt, že publikum si zvykne na konkrétní rytmus pořádaných akcí. To vše je předpokladem k tomu, aby tyto akce byly publikem pravidelně, se zájmem a vděčně navštěvovány.

## **3. Kulturně informační web – rozcestník kultury**

V předchozích kapitolách jsme stručně nastínili problematiku pořádání kulturních a společenských akcí i vizi ideálního postupu při přípravě, realizaci a propagaci kulturních událostí různého charakteru. Ve třetí části tohoto příspěvku se zaměříme na projekt Kulturně informačního webu, na

jeho charakteristiku, zaměření, cíle a výhody plynoucí z jeho uvedení do praxe.

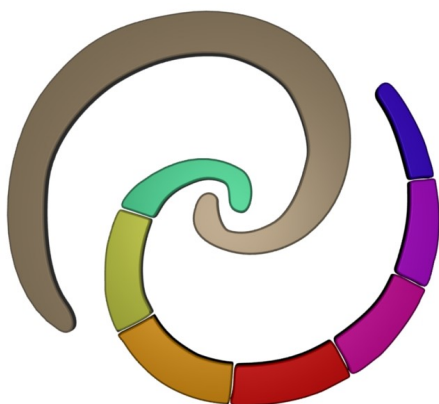
### 3.1 Popis projektu

Cílem realizátorů projektu Kulturně informačního webu je vytvořit jednoduchý a přehledný web, který bude shromažďovat kontakty na poskytovatele kulturních služeb, základní informace o konkrétních kulturních akcích, reference na jednotlivé programy a základní propagační šablony, např. vzory plakátů. V rámci internetového portálu KuInWeb by knihovníci a informační pracovníci mohli nejen sledovat, jaké akce je možné v jejich instituci realizovat, ale také se aktivně zapojit do tvorby tohoto portálu.

- ◆ Knihovny budou mít možnost, prostřednictvím administrátora, přispívat na tento portál se svými zkušenostmi s projekty, které již ve svém prostředí realizovaly. Tyto osvědčené projekty by jednoduše doporučily ostatním institucím, které by měly zájem o organizaci zajímavých a praxí prověřených projektů.
- ◆ Knihovnám bude umožněna vzájemná interakce - jejich pracovníci by si zde mohli vzájemně sdělovat své zkušenosti s pořádanými kulturními akcemi, jejich přípravou a se samotnými poskytovateli konkrétního programu. Nemusí tedy přímo vkládat konkrétní informace o akci, ale stačí, pokud k již vyvěšené akci přidají svůj komentář a usnadní tak rozhodování svým kolegům.
- ◆ Na tento portál by kromě cílových institucí, hlavně knihoven, měli možnost přispívat také samotní aktéři (poskytovatelé) kulturních akcí. Tito aktéři by zde měli prostor pro prezentaci svých činností a nabídek.

Inovativnost projektu tedy spočívá zejména v dvoustranném přístupu knihovny – aktéři kulturních akcí. Portál KuInWeb by se měl stát pomocníkem knihovnám, aby se proměnily v kulturní centra, a zároveň pomocníkem pro aktéry kulturních akcí, aby se o službách, které nabízejí, dozvědělo co nejvíce institucí, které by o jejich služby měly potencionální zájem.

### 3.2 Logo projektu – design webu



**Obrázek 1:** Logo projektu KuInWeb

Logo symbolizuje hlavní ideu projektu KuInWeb, tedy propojení knihoven a poskytovatelů kulturních a vzdělávacích akcí. Knihovny a informační instituce jsou reprezentovány hnědou barvou v horním půlkruhu. Barevné segmenty ve spodní části půlkruhu potom zastupují jednotlivé skupiny kulturních akcí, potažmo poskytovatele kultury.

Celé logo je základem pro výtvarné provedení webu a jeho design. Základními nároky na web je jednoduchost, přehlednost, intuitivnost a informativnost. Barva jednoho určitého segmentu spodního půlkruhu tedy bude i barvou oddílu kulturních akcí. Například zelená část může symbolizovat cestovatelskou tematiku (besedy, přednášky, promítání). Odkaz pro tuto problematiku bude laděn do zelena a po rozkliknutí se uživateli objeví další informace na zeleném pozadí. Červená barva může kupříkladu označovat dětská divadelní představení. Pracovník knihovny s cílem zorganizovat divadlo pro děti rozklikne tento oddíl a dále bude pokračovat po

červené linii. Na první pohled bude tedy uživateli zřejmé, zda se pohybuje na správné, tedy pro něj důležité, části webu.

Využití barevného schématu pro design webu si neklade za cíl vytvořit křiklavě barevné webové stránky, ale zjednodušit orientaci svým uživatelům a být přiměřeně barevně homogenní s logem a především s myšlenkou a ideou projektu KuInWeb.

### 3.3 Dopad Kulturně informačního webu na praxi

Stejně jako jsme náš příspěvek otázkami začali, tak jej dovedeme za pomoci otázek i k závěru. Jaký bude mít Kulturně informační web vliv na každodenní praxi knihovníků a informačních pracovníků?

V případě, že se pracovník knihovny nebo jakékoliv jiné instituce rozhodne obohatit sebe i svoje okolí organizací určité konkrétní akce, může začít právě na KuInWebu. Pokud si zvolí KuInWeb jako první krok, ušetří čas a práci a především najde širokou nabídku rozličných kulturních programů. Bude tak mít možnost vybrat si právě tu konkrétní akci, která se hodí pro jeho prostředí a příležitost. Projekt je postaven na jednoduché a přitom tak pravdivé lidové moudrosti: *Víc hlav víc ví!*. KuInWeb se stane shromaždištěm nápadů, konkrétních akcí, návodů, doporučení. Vše bude přehledně zařazeno do tematických oddílů.

### 3.4 Vzor informací na portálu KulnWeb

Oddíl:	Dětská divadla
Název akce:	O zlaté rybce
Poskytovatel:	Hana Voříšková
Kontakt:	telefonní číslo, e-mailová adresa
Finanční nároky:	honorář 2 000,- Kč náklady na cestu (z Chrudimi do místa představení) nákup 20 kg hlíny – jílu

Technické nároky: podlaha, které neuškodí voda, kbelík, přístup k vodě, příprava scény trvá dvě hodiny, úklid po představení zhruba hodinu

Délka: 35 minut

Publikum: vhodné maximálně pro 45 diváků (děti starší 3 let)

Anotace: Hliněné - modelované divadlo, odehrávající se v lese, v kaluži a v blátě, později přenesené do vany s vodou a hlinou. Příběh je volně inspirován po hádkami "O rybáři a jeho ženě" bratří Grimmů a "Pohádkou o rybáři a rybce" A. S. Puškina.

Materiály: (možnost přiložení plakátu, fotografií apod.)

Komentáře, doporučení, zkušenosti:

#### **4. Závěr**

Nebudeme jistě první, kdo konstatuje, že v některých knihovnách i ostatních podobných institucích chybí zájem a není vyvíjena žádná iniciativa vzhledem k organizaci kulturních a společenských akcí. Z tohoto faktu vyplývá i největší riziko spojené s uvedením portálu KuInWeb do provozu. Tím je nezájem ze strany knihovníků a informačních pracovníků.

Realizátoři projektu KuInWeb se k této problematice staví pozitivně. Kulturně informační web má šanci zlepšit úroveň poskytovaných služeb, má šanci otevřít knihovníkům a informačním pracovníkům oči a podávat jim pomocnou ruku. Pracovníci knihoven a jim podobných institucí nemají lehký úděl, jejich práce kloubí mnoho úkolů a povinností. Na druhou stranu mají tyto lidé jedinečnou příležitost pomáhat ostatním a poskytovat jim radost, zábavu, vědění a poznání.

KuInWeb jim v jejich práci pomůže a dá jí nový obohacující rozměr. Knihovníci se stanou prostředníky kultury a vědění, do měst a vesnic přivedou besedy, přednášky, divadelní představení nebo hudbu. Jednoduše

pro každého něco. Knihovna se tak opravdu přiblíží ideji komunitního centra, na které se lidé mohou obrátit s žádostí o pomoc nebo o radu, ale i v touze po zábavě a poznání.

# Koncept NET-trainers a Knihovny

*Jan Zikuška (ÚK, VUT v Brně), Petr Škyřík (KISK, FF MUNI)*  
*zikuska@lib.vutbr.cz; pskyrik@phil.muni.cz*

## **Abstrakt**

Chce-li knihovna nabízet moderní a atraktivní služby svým uživatelům, musí se v oblasti vzdělávacích aktivit zaměřit nejen na tradiční face-to-face formu, ale také na on-line dostupné kurzy. V případě, že se jedná o moderované kurzy, je třeba zajistit dostatečně kvalifikované knihovníky, kteří se této činnosti budou odborně věnovat. Jednou z možností jak dosáhnout minimální kvalifikace pro tuto činnost je právě kurz Net-Trainers. Tento kurz je však zaměřen na široké spektrum potenciálních on-line tutorů a pro pracovníky knihoven by bylo vhodné vytvořit kurz podobný, ale přizpůsobený možnostem a podmínkám v knihovnách. Článek by měl mimo jiné nastínit, jaké schopnosti a dovednosti by měl takový tutor ovládat a to se zaměřením na pedagogické kompetence.

**Klíčová slova:** výuka, vzdělávání uživatelů, distanční vzdělávání, pedagogické kompetence, e-learning, Net-Trainers

Obrovský nárůst vlivu internetu a služeb poskytovaných jeho prostřednictvím může mít určitým způsobem negativní vliv na knihovny - instituce, které stále nabízejí převážnou část svých služeb „pouze“ tradiční formou. Spousta lidí si postupně začíná zvykat, že téměř k jakémukoli běžné službě nalezneme adekvátní elektronickou podobu. Pro nákup již nemusíme do hypermarketu, pro dopis na poštu a platební příkaz zvládneme zadat z pohodlí vlastního obýváku. Tomuto trendu se knihovny prozatím nejvíce přizpůsobily v oblasti poskytování informací o svém fondu ve formě on-line dostupných katalogů (OPAC). Abychom se však co nejvíce přiblížili našim uživatelům, je třeba modernizovat i další služby. Veliký potenciál v tomto směru můžeme spatřit právě ve vzdělávacích aktivitách.

## **Vzdělávací služby knihoven**

Převážná většina knihoven již dlouhou dobu poskytuje vzdělávací aktivity pro své uživatele jako nedílnou součást svých služeb. Převážná většina takovýchto aktivit je poskytována tradiční formou školení nebo seminářů na základní témata jako jsou seznámení s knihovnou, práce s katalogem, počítačová gramotnost nebo práce s internetem. Vysokoškolské knihovny se navíc orientují i na zvyšování informační gramotnosti studentů a do svých vzdělávacích aktivit zařazují kurzy práce s odbornými databázemi, tvorbu citací nebo psaní odborných prací. Velkou výhodou takto poskytovaných služeb je osobní kontakt knihovníka s uživatelem.

Spousta knihoven již přesouvá své aktivity do prostředí internetu a tím se snaží oslovit i jinou cílovou skupinu potenciálních uživatelů. Nejjednodušší formou je prosté vystavení jednoduchých návodu a instrukcí na www stránkách knihovny. Pokročilejší formou jsou poté nemoderované kurzy, kdy má uživatel k dispozici kromě materiálů i možnost jednoduché zpětné vazby v podobě testíků nebo názorných příkladů. Ani v jednom z těchto dvou případů však není uživatel konfrontován s někým, kdo by mu poskytoval informace o průběhu studia, upozorňoval ho na případné chyby, diskutoval s ním o tématu nebo ho k samotnému studiu motivoval. Je pouze na uživateli, zda si takovéto materiály přečte, zkusí vypracovat úkol nebo zaškrtně pár otázek v jednoduchém testu.

Nejefektivnější formou on-line vzdělávacích aktivit jsou moderované (tutorované) kurzy.

## **Moderní trendy – e-kurzy**

Vytvořit e-learningový kurz vyžaduje zpočátku nemalé investice – především personální a časové. Je třeba znát základní požadavky, které by e-kurz měl splňovat. Výhodou je, že když je kurz jednou vytvořen, není potřeba velkých zásahů a stačí jej udržovat pravidelně aktualizovaný a případně jej přizpůsobovat požadavkům instituce.

Při tvorbě takovýchto kurzů je třeba zaměřit se především na:

- ◆ Cíle kurzu – co vlastně chceme uživatele naučit. Jaké výstupní znalosti by měl mít každý účastník po ukončení kurzu.
- ◆ Cílová skupina – na jakou cílovou skupinu našich uživatelů bude kurz orientován. Jaké jsou jejich znalosti a dovednosti v dané oblasti. Základním předpokladem studia v každém e-kurzu jsou pro uživatele základy počítačové gramotnosti.
- ◆ Tvůrce kurzu – je třeba přesně stanovit autorský tým tvůrců kurzů, kde každý je odpovědný za jinou činnost při tvorbě kurzu. Jednoduchý e-kurz zvládne vytvořit i jedna osoba, ale je doporučeno, aby se na jednotlivých činnostech podíleli odborníci na danou oblast. Především se jedná o autory studijních textů, počítačového odborníka (vytvoří kurz v systému, připraví multimediální části) a tutor, který samotný kurz povede.
- ◆ Systém pro výuku - nejčastěji jsou k výuce využívány tzv. Learning management systémy (LMS). Ty umožňují nejen „skladování“ studijních materiálů, ale především komunikaci mezi účastníky a také testování a přezkušování žáků.

## **Vedení kurzů**

Jak již bylo výše zmíněno, vytvoření kurzu je jednorázovou činností. Důležitým aspektem je však jejich následovné provozování – vedení. Učitele v on-line výuce nejčastěji označujeme jako tutora. Ten se od učitele v klasické formě vzdělávání odlišuje především tím, že jeho úkolem není

přednášet, ale „různými způsoby a dostupnými prostředky podporuje studujícího při jeho studiu“ (Zlámalová, 2004).

Mezi základní povinnosti tutora patří hodnocení a poskytování zpětné vazby studentům. Důležitou náplní jeho práce je komunikace se studenty, jejich motivace ke studijním aktivitám, a v neposlední řadě pomoc při potížích. Pro takovéto činnosti musí mít tutor nejen osobnostní, ale především odborné předpoklady.

Tutor při výuce působí nejen v roli odborníka na danou oblast, ale také jako pedagog. Pokud bychom se chtěli podívat na pedagogické kompetence tutora podrobněji, mohli bychom je rozdělit do několika podkategorií:

- ◆ Didaktické kompetence – orientovat se ve stylech výuky a učení, hodnotit samostatné práce studentů a podávat jim adekvátní zpětnou vazbu, správně motivovat a povzbuzovat k dalšímu studiu.
- ◆ Komunikativní kompetence – věcně řídit diskuzi, adekvátně hodnotit diskuzi, klást takové otázky, které vytváří potenciální zdroj vzdělávání a především umět komunikovat nejen v písemné, ale i v jiných formách (audio, video)
- ◆ Organizační kompetence – vhodnou formou a srozumitelně seznámit studenty s požadavky, které na ně budou kladeny a také metodou a termíny hodnocení.
- ◆ Technické kompetence – zvládnout nejenom práci v prostředí LMS, ale i umět studujícím poskytnout dostatečnou technickou podporu.

Tutor by se také měl zaměřit na své další vzdělávání v dané oblasti, mít potřebnou dávku nadšení pro e-learningovou formu výuky, nebát se používat nové technologie a zapojit do výuky špetku smyslu pro humor.

## Net-Trainers

Otázkou však zůstává, kde může knihovník všechny výše popsané pedagogické kompetence získat. Studenti knihovnictví mohou získávat základní znalosti již na škole – např. zvolit si předměty z pedagogických

fakult. Pro ty, kteří tuto možnost nemají, se nabízí několik možností jak alespoň částečně kompetence pro vedení distančních kurzů získat. Jednou z možností jsou kurzy pro tutory a autory distančních opor pořádané každoročně Národním centrem pro distanční vzdělávání. Velice kvalitní je také on-line mezinárodní kurz Net-Trainers, podporovaný evropským programem Leonardo da Vinci. Cílem kurzu je připravit kvalifikované on-line tutory a učitele. Absolventi kurzu by měli být schopni připravit, vyvinout a lektorovat on-line a distanční akademické kurzy a školení. Kurz je určen především učitelům v oblasti odborného vzdělávání mládeže a dospělých (školy, univerzity, celoživotní vzdělávání), lektorům ve vzdělávání dospělých, se zaměřením na výuku a výcvik, kariérní poradenství a získávání odborných dovedností (komunitní centra, vládní programy) a v neposlední řadě také podnikovým a nezávislým lektorům (např. v průmyslu, bankách, pojišťovnách a soukromých výukových centrech).

Práci Net-Trainera tvoří tři hlavní fáze, které určují i rozvoj potřebných dovedností arolí tutora: pre-kurz (fáze před zahájením kurzu), on-kurz (fáze průběhu kurzu) a post-kurz (fáze po ukončení kurzu). Kurz Net-Trainers je akreditován Radou celoživotního vzdělávání Západočeské univerzity v Plzni a jeho cena je 18.500,- za cca 200 hodin on-line výuky.

## **A co dále?**

Net-Trainers je bezpochyby vhodným řešením pro ty knihovníky, kteří by se chtěli kvalitně a dlouhodobě e-learningové formě vzdělávání uživatelů věnovat. Bohužel kurz nemusí být pro některé knihovny cenově dostupný. Pro to by bylo bezpochyby vhodné, aby vznikla v rámci „knihovnické komunity“ dostatečná alternativa takového kurzu, která by se navíc mohla věnovat specifickým oblastem z knihovnické praxe.

Co dodat závěrem? Nebojme se učit on-line. Nebojme se stát knihovníky – tutory.

## Literatura

- [1] BEDNAŘÍKOVÁ, I. Vytváření studijních textů prodistanční vzdělávání. ANDRAGOGÉ. Centrum otevřeného distančního vzdělávání Univerzity Palackého v Olomouci. Olomouc 2001
- [2] Net-Trainers is an Online Distance Learning Course which aims to equip tutors/trainers with the skills to teach online using online technologies. Dostupné z www: <http://www.nettrainers.org/>
- [3] VEJVODOVÁ, J. Evropský on-line kurz Net-Trainers In Sborník příspěvků ze semináře a soutěže eLearning 2006. Hradec Králové : Gaudeamus, 2006. s. 117-122. ISBN 80-7041416-2.
- [4] ZLÁMALOVÁ, H. Distanční vzdělávání: studijní příručka pro pracovníky vysokých škol. Ostrava, 2004. Ostravská univerzita, 71. s. ISBN 80-7042-987-9.

# Proměna Středoškolských knihoven na pulzující informační centra

*Hana Kočí*

*Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Kabinet informačních studií a knihovnictví*

*hanka.koci@gmail.com*

## **Abstrakt**

Příspěvek se věnuje představení projektu věnujícímu se středoškolským knihovnám. Projekt Proměna středoškolských knihoven na pulzující informační centra je zaměřen na zvyšování informační gramotnosti u žáků středních škol. Zároveň upozorňuje na fakt, že dnes již nestačí školní knihovna s několika regály knih. Naopak je potřeba budovat informační centra škol, která jsou zainteresována ve výuce jednotlivých předmětů, jsou nápomocna učitelům i žákům v dnešní informační a znalostní společnosti.

**Klíčová slova:** informační centrum, informační gramotnost, Rámcový vzdělávací program, střední škola, školní knihovna, Školní vzdělávací program.

## 1. Představení projektu

Projekt s názvem Proměna středoškolských knihoven na pulzující informační centra je realizován od 13. září 2008 jako jeden z výstupů magisterského studia na Masarykově univerzitě, v rámci studia Informačních studií a knihovnictví. Realizován je J. Hošákovou, H. Kočí, Z. Nobilisovou, E. Slavíkovou a L. Vostalovou.

Projekt si klade za cíl zvýšit informační gramotnost u žáků i učitelů SŠ. Nabídnout alternativu, kterou je možné rozvíjet klíčové kompetence definované ve strategických školsko-politických dokumentech ČR (Strategie celoživotního učení ČR, Rámcové vzdělávací programy – Gymnázia i Střední odborné školy, Národní program rozvoje vzdělávání ČR – Bílá kniha).

Projekt se snaží o **integraci** informační gramotnost do vzdělávání, do výuky, protože informační gramotnost není samostatnou částí vzdělávání, je jeho neoddělitelnou součástí (s ohledem na RVP pro gymnázia a RVP pro střední odborné vzdělávání). Zařadit lekce informační výchovy **do Školních vzdělávacích programů SŠ (ŠVP)**. Chceme přesvědčit žáky a především pedagogy o důležitosti i nutnosti schopnosti práce s informacemi a jejich následným nakládáním. Cílem je naučit uživatele efektivně pracovat s informacemi, především je naučit relevantní informace najít, třídít, zpracovat a dále využít. Toto zahrnuje i etické aspekty používání informací.

Dále bychom rády rozšířily možnosti „klasické“ výuky o elektronické informační zdroje, čímž chceme dosáhnout inovace učebního procesu. Knihovna/informační centrum je podle nás místem, kde žáci tráví volný čas efektivním způsobem a zároveň dochází k posílení studentské komunity.

Jedná se o projekt, jehož výstupem bude vytvoření virtuálního znalostního prostředí, jež bude obsahovat:

- ◆ návody a příklady, jakými lze realizovat rámcové i školní vzdělávací programy (propojenost a návaznost mezi jednotlivými vyučovacími předměty),
- ◆ návrhy zapojení ICT do výuky,

- ◆ ukázky, jak naučit žáky efektivně využívat prostory a zařízení školní knihovny,
- ◆ odkaz na autorský zákon a bibliografické citace,
- ◆ ukázkové vyučovací hodiny,
- ◆ návrhy projektů, které jsou propojeny se školní výukou v rámci učebních plánů,
- ◆ návrhy aktivit pořádaných školní knihovnou, informačním centrem pro volný čas.

## **1.1 Cílová skupina, její charakteristika**

Aktuální situace knihoven na SŠ je odlišná od situace knihoven veřejných, odborných a univerzitních. Pokud se na SŠ knihovny nacházejí, většinou jde o nevyhovující prostory i knihovní fondy, omezený počet PC techniky. Personální zabezpečení je řešeno učitelem a jeho činnost se zužuje na půjčování materiálů z vlastních zdrojů v rámci několika málo hodin denně. Výjimečně na SŠ existují knihovny a informační centra, která plně vyhovují požadavkům současného informačního vzdělávání, např. OA Valašské Meziříčí.

Zvolily jsme cílovou skupinu žáků, učitelů a managementu SŠ, protože si myslíme, že je důležité vytvořit kontinuitu všech stupňů vzdělávání: ZŠ–SŠ–VOŠ–VŠ–CŽV. Na vysokých školách je věnována velká pozornost práci s informacemi, ale na SŠ se na ni neklade náležitý důraz, přestože jsou informace velmi důležitým článkem ve vzdělávacím procesu. Žáci ze středních škol dále pokračují studiem na školách vysokých či vyšších odborných, a nebo se již zapojují do pracovního procesu. Žáci budou připraveni na systém vysokoškolského studia, měli by být schopni se rozhodovat, pracovat v týmu, učit se. Ti, kteří nebudou pokračovat ve studiu, v praxi lépe zvládnou úkoly, které na ně současná informační společnost klade, díky flexibilitě budou lépe reagovat na profesní požadavky budoucích zaměstnavatelů. Žáci, kteří budou informačně gramotní, jsou i lépe připraveni na celoživotní vzdělávání. Jsou vybaveni tzv. klíčovými kompetencemi, jimiž by v dnešní informační a znalostní společnosti měli dospělí lidé disponovat.

Jedná se o kompetence vymezené např. ve Strategii CZU ČR, tedy „metodologické kompetence – řešení problémů, používání informačních a komunikačních technologií, komunikativní kompetence – cizí jazyky, písemné a ústní vyjadřování, osobnostní kompetence – kritické myšlení, schopnost týmové práce, schopnost učit se, sebeřízení, sebekontrola, environmentální kompetence – schopnost reagovat na výzvy a hrozby, které přicházejí z oblasti životního prostředí a zdraví.“ (Strategie celoživotního učení, 2007, s. 51) V Rámcových vzdělávacích programech pro gymnázia i pro střední vzdělávání je definováno a popsáno několik klíčových kompetencí, které by měly být u žáků rozvíjeny. Jedná se o kompetence k učení, k řešení problémů, komunikativní, sociální a personální, občanské a kompetence k podnikavosti. Rámcové vzdělávací programy pro střední vzdělávání zahrnují do výčtu ještě kompetence pro pracovní uplatnění, matematické kompetence a kompetence využívat prostředky informačních a komunikačních technologií a pracovat s informacemi. Dané kompetence navazují již na kompetence získané v průběhu základního vzdělávání.

Žáci budou schopni vyhledat informace, vyhodnotit jejich “kvalitu” a tím získat relevantní informace a dále s nimi nakládat a využívat je. Další výhodou je propojování znalostí z různých předmětů, což přinese lepší udržitelnost znalostí a dalšího nakládání s nimi. Dojde i k osvojení dovedností, které budou potřebovat v dalším vzdělávání a praxi.

Po realizaci projektu škola získá větší prestiž, což je určitě hodnota, která má v dnešní době svobodného rozhodování o tom, jakou školu žák navštěvuje, vysokou cenu.

Cílovou skupinu chceme motivovat formou ukázkových hodin, které budou poukazovat na efektivní a smysluplné využití vyučovacích hodin. Propojení teoretických a praktických dovedností nejen v rámci jednoho předmětu, ale propojení znalostí do uceleného “obrazu” a zpětného využívání v rámci vzdělávacího systému.

Projekt se nesnaží jen poukázat na potřebu rozvoje informační gramotnosti u žáků SŠ, ale na příkladech ukáže, jak lze kompetence dané RVP ve výuce rozvíjet. Ukáže, že lze propojit vyučovací předměty i zdánlivě neslučitelné, např. český jazyk a výpočetní technika. Velkým přínosem je, že

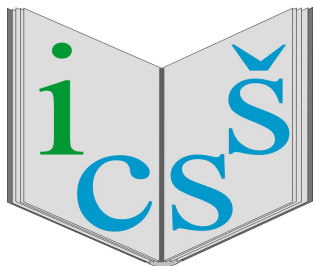
nazírá na pedagoga a knihovníka jako na partnery ve vzdělávacím procesu, knihovna je místem vzdělávání. Na praktických příkladech demonstruje, že poznatky a zážitky z aktivit pořádaných knihovnou mimo vyučovací hodiny žáci uplatní ve vyučování různých předmětů. Např. činnost školního filmového klubu, kdy pedagog nebo knihovník v úvodním slovu a následné diskuzi představí daný film v kontextu doby, kulturního, politického, technického vývoje apod.

## 2. Průběh realizace projektu od 13. září 2008

Pro projekt jsme si zvolily několik klíčových partnerů, bez nichž by se nám projekt dařilo jen stěží realizovat. Partnery tedy oslovujeme především z důvodu naší nedostatečné odbornosti při tvorbě metodiky, z potřeby odpovídajícího zázemí při realizaci ukázkových hodin a seminářů a také z nedostatku finančních prostředků.

### 2.1 Logo

Již koncem září jsme měly k dispozici první návrhy loga, po menších úpravách jsme zvolily logo, které nejvíce vystihovalo náš projekt.



*Obrázek: Logo projektu Proměna středoškolských knihoven na pulzující informační centra*

### 2.2 Výzkumná sonda u studentů středních škol

V průběhu měsíce října jsme provedly výzkumnou sondu u žáků vybraných středních škol s cílem zjistit určité informace o tamních školních knihovnách.

Výzkum byl proveden formou jednoduchého a krátkého dotazníku, který obsahoval otázky týkající se především poskytovaných služeb knihovny a jejího vnitřního uspořádání, tj. zda byly žákům k dispozici počítače, byla

zde možnost elektronického vyhledávání dokumentů apod. Požádaly jsme žáky na středních školách (např. v Hradci Králové, Hořicích, Hostinném, Humpolci, Chocni, Chrudimi, Moravské Třebové, Náchodě, Nové Pace, Novém Bydžově, Pardubicích, Poličce, Rychnově nad Kněžnou, Světlé nad Sázavou, Trutnově, Žďáře nad Sázavou), o zodpovězení několika dotazů. Z celkového počtu 50 ks se vrátily zpět 34 dotazníky. Polovina vzorku (18 studentů) byla ze střední odborné školy, 7 bylo studentů gymnázia, dále byli dotazováni i studenti OA a střední průmyslové školy.

**Tabulka:** *Výsledky z výzkumné sondy o poskytovaných službách středoškolských knihoven*

POPIS ČINNOSTI	ANO
Výpůjční služby (prezenční a absenční půjčování)	25
Meziknihovní služby v rámci ČR	3
- meziknihovní výpůjční služby	6
- meziknihovní reprografické služby	1
- EDD – elektronické dodávání dokumentů	5
Informační služby	8
- informace o katalozích, bázích, fondech, informačních pramenech	8
- informace bibliografického a faktografického charakteru	3
- konzultační služby	8
Rešeršní služby	2
Propagační služby	7

Ve výše uvedené tabulce je podrobný přehled o tom, jaké služby školní knihovny daným respondentům poskytují. Většina knihoven, podle dotazovaných respondentů na školách, které navštěvují, zajišťuje výpůjční služby, méně pak již další služby, např. informační služby, MVS.

Na základě zařízení knihovny a služeb, které studentům poskytuje, 9 respondentů považuje svou školní knihovnu za informační centrum. Zároveň

je nutné říci, že informační centrum neurčuje jen jeho vybavení, ale také jeho aktivní činnost na škole.

Respondenti by také z uvedených odpovědí uvítali delší otevírací dobu, bezplatný přístup k internetu, zvýšení nabídky knih či meziknihovní výpůjční službu.

Jen pro ukázkou pár citací z dotazníku, kde mohli respondenti napsat své osobní postřehy o knihovně na jejich škole „...knihovna v našem gymnázium je malá, nachází se zde jen málo materiálů, knihy jsou staré, neobjevují se zde žádné knižní novinky. Není zavedena výpůjční doba, do knihovny se může jen po domluvě s učitelem...“, „...hrstka knih, většinou povinná četba...“, „...v kabinetě jsou pouze knihy vztahující se k českému jazyka a dějepisu..., žádné další z jiných oborů, například ekonomiky, tu nejsou, ani žádné novinky...“. Několik respondentů také sdělilo, že do školní knihovny nechodí, ale raději navštěvují veřejné knihovny v místě bydliště.

Závěrem lze říci, že situace ve středoškolských knihovnách není příznivá z hlediska plnění cílů Národního programu rozvoje vzdělávání v České republice, ale také z hlediska plnění požadavků vycházejících z programu Lisabonského procesu, který přijala i Česká republika. Samotní žáci by jistě uvítali knihovny/informační centra, kde by se mohli nejenom učit, ale také smysluplně trávit volný čas.

### **2.3 Monitoring v zahraničí**

Oslovily jsme naši konzultantku Elišku Moučkovou s prosbou, zda by pro nás mohla zmapovat situaci školních knihoven v sousedním Německu. Naše spolupráce stále pokračuje. Již dnes máme k dispozici mnoho materiálů s podnětnými informacemi pro náš projekt. Jde zejména o to, jak v Německu školní knihovny fungují, tedy jsou nejen sbírkou knih, ale stávají se z nich vzdělávací, poradenská a informační centra. Knihovny se stávají kulturním centrem škol. Školní knihovna posiluje schopnost práce s médií, funguje jako informační centrum, jako místo pro vyučování i trávení volného času. Žáci knihovnu využívají jako místo, kde si mohou nerušeně číst, či jako místo, kde sdílejí společné zážitky, kde pracují na domácích úkolech i společných projektech.

Z rešerše vyplývá, že na jedné straně existují samostatné knihovny, na druhé straně se často setkáváme s knihovnami, které jsou součástí veřejné zemské či městské knihovny (jedná se tedy o kombinaci veřejné a školní knihovny). První typ knihoven – knihovny samostatné – však přímo spolupracují s dalšími knihovnami. Většina knihoven je členem nějakého sdružení či sítě knihoven, tzn. ŠK v Německu vždy spolupracují s mnoha dalšími organizacemi.

Řada sdružení knihoven existuje na úrovni spolkových zemí, např. Sdružení školních knihoven ve spolkové zemi Hesensko (LAG Schulbibliotheken in Hessen e.V. <http://www.schulbibliotheken.de/> ). Tato sdružení mají za cíl: rozvoj ŠK, podporu četby a zvýšení zájmů o literaturu, podporu informační gramotnosti, realizaci řady projektů, poradenství, vzdělávání a další služby. (Bahler, 1999, s. 18-19; Ballenthin, 2004, s. 358-362)

V současné době splňuje cca 10 % ŠK představu o moderní knihovně (tzn. knihovna jako informační, komunikačním a kulturním centrum).

I přesto, že v Německu neexistuje jednotný systém školních knihoven, i tak lze na mnoha internetových portálech nalézt inspirující informace o realizaci podobných projektů. Právě tato zkušenost nám dává naději, že i u nás je možné něco podobného úspěšně realizovat.

Na zahraničních portálech i z jiných zemí jsou již také k dispozici zkušenosti různých škol a společenství s realizací metodických postupů, jimiž se informační gramotnost a práce s informacemi u žáků a studentů dá rozvíjet a dále prohlubovat. Proto v současné době studujeme jednotlivé zahraniční portály, standardy informačního vzdělávání a projekty.

## 2.4 Tvorba znalostního prostředí – informační portál

Navázaly jsme již spolupráci s programátorem, panem Milanem Pöslem, který nám dle našich návrhů vytvoří internetové stránky. Spolupráce je již pevně domluvena a my začínáme promýšlet, jak by dané stránky měly vypadat. Samozřejmě se budeme snažit o podobu, která bude co nejvíce splňovat podmínky přátelského prostředí pro uživatele. Tento informační portál bude obsahovat všechny námi vytvořené dokumenty o metodice,

informace nejen o našem projektu, ale především o samotném procesu proměny školní knihovny na informační centrum školy. Pan Milan Pösl je zástupcem ředitele na Střední odborné škole stavební a SOU stavebním v Pardubicích-Rybitví. V rámci rekonstrukce školy by rádi realizovali přeměnu školní knihovny na informační centrum. Společně jsme diskutovali jednak o technických záležitostech informačního portálu, jednak i o jejich dosavadních zkušenostech. Dohodli jsme se na termínu – prosinec 2008, kdy bychom panu Pöslvi předaly první podklady.

## **2.5 Monitoring způsobů reklamy na vybraných informačních portálech**

Jednou z forem šíření povědomí o našem projektu je inzerce v pedagogickém tisku. Vybraly jsme následující:

- ◆ Učitelské noviny – [www.ucitelskenoviny.cz](http://www.ucitelskenoviny.cz)
- ◆ Česká škola – [www.ceskaskola.cz](http://www.ceskaskola.cz)
- ◆ Škola on-line – [www.skolaonline.cz](http://www.skolaonline.cz)
- ◆ Moderní vyučování – [www.modernivyucovani.cz](http://www.modernivyucovani.cz)
- ◆ Týdeník školství – [www.tydenik-skolstvi.cz](http://www.tydenik-skolstvi.cz)
- ◆ Rodina a škola – [www.portal.cz](http://www.portal.cz)

U většiny z uvedených tiskovin lze inzerovat několika způsoby – inzerce tištěná v různých formátech, inzerce formou vkládání hotového letáku, případně všívání, inzerce na internetových stránkách. Snažíme se, abychom zvolily nejoptimálnější způsob s ohledem na náklad jednotlivých tiskovin, jejich cílovou skupinu a cenu inzerce. Podle předběžného propočtu půjde o nejvyšší finanční položku.

## **2.6 Žádost o grant**

K financování některých aktivit, např. webové stránky (doména, zřizovatel, programátor), inzerce v pedagogickém tisku, zhotovení propagačních tiskovin, pronájem prostoru pro seminář, pohoštění účastníků semináře,

registrační poplatky na různých vzdělávacích akcích, kancelářské potřeby...) bychom chtěly získat finanční prostředky formou grantu.

O možnosti, jak náš projekt financovat, jednáme s paní Mgr. Janou Nejezchlebovou, která je činná v rámci Centra školních knihoven a zároveň i v oddělení knihovnictví v Moravské zemské knihovně v Brně. Daná problematika ji velice zajímá a je ochotná s námi na projektu jak nejvíce to půjde spolupracovat. V současné době tedy probíhá konzultace týkající se grantového řízení. O spolupráci jsme požádaly také PhDr. Petra Škyříka, vedoucího Kabinetu informačních studií a knihovnictví.

V nedávné době tedy probíhala konzultace týkající se grantového řízení a usilovně jsme pracovaly na konkrétní žádosti o grant u Nadace ČEZ, bohužel poté se ukázalo, že vedení MU potřebuje na zajištění veškerých informací o žádosti o grant více času, než bylo možné do odeslání žádosti dostat. Nicméně v současné době hledáme jiné možnosti získání grantu. Intenzívně spolupracujeme a vše konzultujeme s Janou Nejezchlebovou z MZK, která je naší velkou oporou.

## **2.7 Spolupráce s pedagogy na vedení ukázkových hodin**

Již jsme také navázaly kontakt s OA Valašské Meziříčí a tamní vyučující (PhDr. Milenou Medkovou), kde v současné době již propojenost mezi vyučováním a informačním centrem školy probíhá. Informační výchovu mají implementovanou do tematických plánů školy.

Po dohodě s vedením SPŠE a VOŠ Pardubice jsme se rozhodly ukázkové hodiny a tvorbu nového ŠVP pro střední odborné vzdělávání zrealizovat právě tam. Máme již domluvenou spolupráci s několika tamními pedagogy, zároveň jsme o projektu informovaly a vše konzultovaly s ředitelem školy, který je projektu a jeho realizaci na dané škole nakloněn.

Nejdříve jsem vymezily předměty, kde bychom chtěly uplatnit nové metody ve výuce, i když jsme si vědomy, že tyto metody by měly být uplatňovány v rámci celé školy, tzn. ve všech předmětech. My jsme zatím „výběr zúžily především na český jazyk a výpočetní techniku. Jedním a možná i určujícím faktorem byla ochota vyučujících těchto předmětů spolupracovat a podílet se na projektu.

Ukázkové hodiny budou probíhat v knihovně/IC SPŠE a VOŠ Pardubice z důvodu přístupu k různým informačním zdrojům včetně IT.

Vyučovací hodinu vede pedagog, knihovník je mu nápomocen. Pedagog žákům nastíní průběh hodiny, seznámí je s tématem, látkou, která bude probírána. Hodina je doplněna o audio ukázkou, která je čerpána z databáze Českého rozhlasu nebo z vlastních zdrojů (týká se čj).

Knihovník pomáhá žákům při orientaci v informačních zdrojích, žáci využívají poznatků z informační výchovy. Je kladen důraz na samostatnou práci, na výběr pramenů i na práci v týmech. Výstupem jsou informace, které si žák sám vyhledá, zhodnotí a prezentuje v referátech, projektech apod. Je hodnocena relevantnost informací, citační etika.

Tato **forma výuky klade větší nároky na učitele**, na druhou stranu si žáci informací více „cení“ a jsou pro ně lépe zapamatovatelné.

## **2.8 Spolupráce s pedagogy na tvorbě ŠVP pro SŠ**

Vycházíme z předpokladu uváděného ve Strategii CZU ČR, že „zásadní brzdou změn výuky je také nedostatečné vzdělání pedagogů. Vzhledem k tomu je pro úspěch kurikulární reformy zásadní vzdělávat učitele v inovativních pedagogických přístupech, které jsou založeny především na činnostním, kooperativním a projektovém učení a na propojování informací se životními zkušenostmi žáka. K realizaci takové výuky, která rozvíjí dovednosti a kompetence žáků, by měli učitelé mít možnost sdílet příklady dobré praxe, získávat metodickou podporu a další podpůrné služby, aby se mohli více věnovat výuce.“ (Strategie celoživotního učení ČR, 2007, s. 52) Proto je nutné zaměřit se v našem projektu především na oslovení managementu SŠ a středoškolských učitelů. To jsou lidé, kteří o způsobech výuky a o podobě nově vznikajících ŠVP na dané škole rozhodují. Je naším úkolem tyto lidi přesvědčit a nabídnout jim vhodnou spolupráci se vřazením rozvoje informační gramotnosti do ŠVP.

S ohledem na to, že zatím neexistuje ve školsko-politických dokumentech ČR definice informační gramotnosti takové, jakou ji chápeme my informační pracovníci, bude se náplň informačního vzdělávání opírat především o definici informační gramotnosti v RVP pro gymnázia. I přesto,

že je v tomto dokumentu (podle nás nešťastně) zvolena definice vymezující především dovednosti a znalosti k využití digitálních technologií, chybí samotná definice obsahu práce s informacemi. „Oblast Informatika a ICT na gymnáziu prohlubuje u žáka schopnost tvůrčím způsobem využívat informační a komunikační technologie, informační zdroje a možnosti aplikačního programového vybavení s cílem dosáhnout lepší orientaci v narůstajícím množství informací při respektování právních a etických zásad používání prostředků ICT. Žák je veden ke schopnosti aplikovat výpočetní techniku s využitím pokročilejších funkcí k efektivnímu zpracování informací a přispět tak ke transformaci dosažených poznatků v systematicky uspořádané vědomosti.“ (Balada, 2007, s. 62)

Příprava spolupráce s pedagogy je již pevně dohodnuta a probíhá. Jde o pedagogy střední školy - Mgr. Lea Provazníková, Mgr. Andrea Pospíšilová a Ing. Zdeněk Cach (ze SPŠE a VOŠ Pardubice) ve spolupráci s Mgr. Petrou Šedinovou a PhDr. Milenou Medkovou.

Oslovily jsme Mgr. Petru Šedinovou, která je nejen vedoucí knihovny na Pedagogické fakultě MU, ale především ji tematika informačního vzdělávání a informační gramotnosti zajímá a aktivně se jí věnuje.

Chceme, aby se práce s informacemi stala nedílnou a samozřejmou součástí způsobu výuky každého předmětu. Nechceme vytvářet oddělené lekce informační gramotnosti, ale lekce nenásilně zakomponované do vyučování.

### 3. Závěr

Naším cílem je, aby si představitelé managementu nekladli otázku, zda na škole zřídit knihovnu nebo informační centrum, ale aby pro ně byla aktuální otázka, jakou knihovnu či informační centrum zřídit a s jakým personálním obsazením. Chtěly bychom:

- ◆ proměnu nefunkční knihovny na informační zázemí školy,
- ◆ aby si učitelé a žáci uvědomili, že knihovna může pomoci se studiem a výukou,

- ◆ začlenit lekce informační výchovy do tematických plánů,
- ◆ zvýšit informační gramotnost a v rámci RVP a především ŠVP ji integrovat do výuky,
- ◆ prokázat, že činnost knihovny je pro cílovou skupinu přínosem.

Projekt je inovativní v tom, že klade důraz na propojení výuky se službami knihovny a zdůrazňuje potřebu a opodstatněnost informační výchovy a informační gramotnosti. Projekt počítá s knihovnou jako s nedílnou součástí informačního systému škol, který umožňuje a usnadňuje komunikaci uvnitř školy a s veřejností, napomáhá marketingu škol. Projekt poukazuje na informaci jako na hodnotu, která je a nadále bude v současné společnosti ceněna.

Manifest UNESCO a IFLA o školních knihovnách uvádí, že „školní knihovny poskytují informace a myšlenky, které jsou základem úspěšného fungování v dnešní informační a znalostní společnosti. Školní knihovny vybavují studenty celoživotními dovednostmi učení a rozvíjejí představivost, která jim umožňuje žít jako zodpovědní občané.“ (Manifest o školních knihovnách) Proto vnímáme školní knihovnu jako neopomenutelné místo pro rozvoj vzdělávání žáků a studentů.

## Literatura

- [1] BÄHLER, J. *Grundlagen für Schulbibliotheken / Schulmedlotheken*. Materialien zur Schulbibliothek. Berlin : Deutsches Bibliotheksinstitut, Beratungsstelle für Schulbibliotheken, 1999. 60 s. ISBN 3-87068-618-9.
- [2] BALADA, J. *Rámcový vzdělávací program pro gymnázia : RVP G*. Praha : VÚP, 2007. 100 s. ISBN 978-80-87000-11-3.
- [3] BALLENTHIN, A. Schulbibliothek. Bedeutung noch immer nicht erkannt. Der Einfluss von Schulbibliotheken auf die Leistung von Schülern. *BuB-Journal. Forum Bibliothek und Information*; Medien, Kommunikation, Kultur; Fachzeitschrift des BIB, Berufsverband Information Bibliothek e.V. Bad Honnef : Bock + Herchen, 2004, roč, 56, č. 5, s. 358-362. ISSN 0340-0301.
- [4] JONÁK, Z. ČUMPLOVÁ, L. BRACHTLOVÁ, J. *Vytváření informačního zázemí školy*. 1. vyd. Praha : Sdružení MAC, spol. s r.o., 2002. ISBN 80-86015-89-0.
- [5] Manifest o školních knihovnách. [online]. [cit. 2008-11-01]. Dostupné z URL <[http://knihovnam.nkp.cz/sekce.php3?page=03\\_Leg/Manifest\\_sk.htm](http://knihovnam.nkp.cz/sekce.php3?page=03_Leg/Manifest_sk.htm)>.
- [6] *Strategie celoživotního učení ČR*. Praha : Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy, 2007. 89 s. ISBN 978-80-254-2218-2.

# Web 2.0, 3.0, individualizácia internetu a knižnice

*Peter Weisenbacher*

*Filozofická fakulta UK*

*peter.weisenbacher@fphil.uniba.sk*

## **Abstrakt**

V súčasnosti už personalizácia internetu dosiahla novej inkarnácie vo forme individualizácie. Je možné hovoriť v prípade Webu 2.0 o novej fáze, alebo pokračovaní začatého trendu? Akú úlohu v súčasnom informačnom prostredí hrajú individuálne determinované zdroje ako sociálne portály, siete a social news? Ktoré faktory sú determinujúce pre správanie subjektu v mediálnom prostredí, tzv. nových médií? Prelínanie tvorca/recipient ako základ a životný cyklus nových médií Webu 3.0. Mení toto prelínanie informačné správanie, je nutné mu prispôbiť informačnú výchovu? Aplikácia pravidiel informačnej gramotnosti na zabezpečenie informačnej hygieny. Možnosť/nemožnosť konkrétneho uplatnenia v knižniciach.

**Kľúčová slova:** web 2.0, web 3.0, sociálne siete, personalizácia, individualizácia, knižnica

## Úvod

Práve v dobe rozmachu internetu aj v strednej a východnej Európe, teda pred desiatimi rokmi som začal študovať knižničnú a informačnú vedu, všetci v našom odbore hovorili o Internete (áno, vtedy ešte s veľkým „i“), ako keby to bol práve internet na ktorý knižnice čakali, alebo ako keby sa tu on objavil len kvôli knižniciam. Ale to bolo prirodzené, bolo to obdobie tzv. internetovej prestalgie (opak nostalgie) a len málokto si reálne uvedomoval na čo, pre čo a najmä pre koho, tu tá sieť je. Účel internetu sa v druhej polovici deväťdesiatych rokov presúval z akademickej siete (pochopiteľne v USA, nie v našich končinách) cez nástroj pre firmy a podnikateľov (naopak veľmi rozšírená predstava v počiatočnom kapitalizme) alebo hračku „počítačových maniakov“ až na všeobecnú akceptáciu, ktorá bola základom rozšírenia do domácnosti a vreckových terminálov (najmä mobilných telefónov). Práve toto rozšírenie bolo zasa základným predpokladom toho aby mohlo vzniknúť niečo ako Web 2.0.

### 1. Web 1.0

V súčasnosti sme už definitívne v tej dobe o ktorej sa snívalo počas tzv. prestalgie a tak môžeme hodnotiť. Začiatok „prítomnosti“ siete v našich životoch je možné datovať od prasknutia dotcomovej bubliny na jeseň roku 2001. Takéto hodnotenie je o to dôležitejšie o čo viac sa tu a teraz podobá tomu a tam vo vzťahu k Webu 2.0. Koľko z predstáv o všeobecnej dostupnosti vzdelanosti, kultúry a vedy sa naplnilo? Ako sa zdemokratizoval pomer autorov/pôvodcov obsahu a jeho recipientov v masmédiách vďaka novému médiu, ktoré umožňuje publikovať „každému“? Kde ostala dúhovofarebná pluralita? Stačí konštatovať holé fakty aby sme mohli povedať, že štruktúry bežné v „old economy“, ako sú kamenné vydavateľstvá, nadnárodné koncerny a komerčné záujmy sa preniesli do digitálneho prostredia. Skráteno povedané, 90% používateľov internetu čerpá informácie z piatich najnavštevovanejších sídiel. Pri vyhľadávaní je tento pomer ešte desivejší a moc takmer monopolného servera tým ďalej rastie i v ďalších oblastiach. Obsah, ktorý sa najčastejšie šíri optickými káblami či

inými prenosovými technológiami internetu by sa v typizácii tlače najpravdepodobnejšie dal charakterizovať ako bulvár. Čo z toho vyplýva? Pre nás dva podstatné závery.

Prvý je značne nelichotivý. Knižnice na internete zlyhali, neurobili žiadnu tu „dieru do sveta“ ku ktorej sa schylovalo v dobe tzv. prestalgie. Ony sa nestali ničím podstatným, novým, alebo žiadaným v digitálnom prostredí, to len internet sa stal nástrojom zjednodušujúcim, zrýchľujúcim a niekedy zefektívňujúcim dovtedajšiu prácu z vnútorného a služby z vonkajšieho pohľadu. Ak sa niekde nejaké inovatívne služby objavili, boli to skôr výnimky. Najväčším zlyhaním je okrem pomalej adaptácie aj absolútna absencia endemitov, teda takých elementov, ktoré môžu jestvovať len v týchto podmienkach, na tejto sieti. Zasielanie elektronických dokumnetov, e-mailov, je síce pre mnohých a to dokonca i nečitateľov atraktívna služba, no nevyužíva internet inak ako na prenos, ak by ho nebolo, dokumenty by boli používateľovi doručené iným kanálom (pripúšťam menej rýchlym a/alebo pohodlným).

Druhý záver môže na prvé počutie znieť rovnako negativisticky, no ak ho prijmeme ako dôležitý aspekt nášho ďalšieho uvažovania, môže nám pomôcť zamedziť opakovaniu predošlej situácie. Znie: zabudnime na techooptimizmus dvadsiateho storočia. V šesťdesiatych rokoch odborníci verili, že v roku 2010 technika kompletne ovládne naše životy. Nestalo sa tak. Podobným mýtom však veríme aj dnes. Ako by vyzeral svet na začiatku 21. storočia, keby sa splnilo to, čo nám odborníci predpovedali v päťdesiatych a šesťdesiatych rokoch? Namiesto áut by sme používali osobné lietadlá, ktoré by na pohyb využívali zemskú rotáciu. Naše šaty by mali funkciu samočistenia a boli by vyrobené z materiálu, ktorý by sa dal recyklovať a donekonečna mohol slúžiť na výrobu nového oblečenia. Pracovali by sme už iba z domu a väčšinu manuálnych prác by za nás robili roboty.

Väčšia časť technologických predpovedí spred desiatok rokov dnes vyvoláva úsmev na tvári. Vlády štátov, analytici a technologickí giganti však naďalej produkujú rovnako nezmyselné technologické veštby, ktoré sa majú splniť už onedlho. Jedným z moderných mýtov, ktoré priniesol príchod

počítačov, je, že už onedlho prestaneme tlačiť akékoľvek dokumenty na papier a vystačíme s ich digitálnou verziou na obrazovke počítača. Príchod počítačov pritom pre papier znamenal presný opak, ako odborníci predpovedali – len e-mail napríklad spôsobil zvýšenie použitia papiera v kanceláriách o štyridsať percent [7.], predaj tlačiarň každoročne rastie na nové maximum. Počítačové firmy napriek tomu ponúkajú súpravy zariadení, ktoré majú kanceláriám pomôcť zbaviť sa papiera, ignorujúc fakt, že udržiavanie digitálnej dokumentácie je drahšie a dokumenty zobrazené na monitore sa zle čítajú.

Prečo sme teda náchylní za každým rohom čakať technologickú revolúciu, ktorá kompletne zmení knižnice? Richard Barbrook, autor knihy *Imaginary Futures: From Thinking Machine to Global Village*, z Westminsterskej univerzity v Londýne, sa dlhodobo venuje štúdiu nezmyslov, do ktorých nás tlačia informačné technológie. Myslí si, že za našou snahou prinášať nereálne vízie stojí snaha presvedčiť ľudí, že technológie, ktoré sa nám predstavujú dnes, znamenajú viac, než je ich skutočná hodnota – raz by totiž mohli prerásť do niečoho, čo zmení svet. „Veríme, že súčasná neokrôchaná kozmická loď sa v budúcnosti zmení na luxusnú medziplanetárnu linku, štiepenie jadra atómu spôsobí, že onedlho budeme mať dostatok energie, potravy a vody pre každého, a že vynález počítača automaticky znamená, že raz skonštruujeme bytosť s umelou inteligenciou“ hovorí. „Stále veríme teórii, že niekto zostrojí zariadenie, zariadeniu narastú nohy a ono sa rozbehne do sveta, aby ho zmenilo.“ Zárodky dnešného technooptimizmu podľa neho vznikli v čase studenej vojny, keď sa konali preteky v technologických inováciách. Na túto hru preto pristúpili aj veľké spoločnosti, ktoré sa snažia odpútať pozornosť od toho, čo naše technológie nedokážu, na to, čo by raz dokázať mohli a tým zvýšiť predajnosť, investovať menej a zarobiť viac. Predpovede z dnešných dní sú pritom podľa Barbrooka stále rovnaké: „V osemdesiatych rokoch sme napríklad mali ilúziu veľkého Silicon Valley, v deväťdesiatych rokoch éru tzv. dotcomu a teraz máme zase bublinu Web 2.0.“[3.]

## 2. Web 2.0

Ak teda nechceme sadnúť na lep ďalšej slepej uličke vo vývoji mali, by sme si pre začiatok uvedomiť čo Web 2.0 je. Poučený z predošlých riadkov tu nebudem enumerovať všetko, čím by Web 2.0 mal, alebo chcel raz byť, ale pokúsim sa opísať to, čím v súčasnosti je a čo sa v najbližšej budúcnosti na ňom nezmení. A to sa dá povedať veľmi jednoducho a jednoznačne. Je to „len“ priblíženie, ďalší krok k tomu vysnívanému Webu z pred desiatich-pätnástich rokov, za všetko postačí uviesť rok starý citát z populárneho (a teda neodoborného) slovenského portálu o IT Živé.sk: „Ľudia sa vďaka jednoduchým aplikáciám umiestneným na internete doslova sťahujú do virtuálneho sveta. Vďaka týmto stránkam už nie je problémom využívanie messengerov, písanie textových dokumentov, upravovanie fotografií a mnoho ďalšieho bez akejkoľvek inštalácie aplikácií priamo do našich počítačov.“[2.] K týmto skôr technicistným charakteristikám pripojme ešte vzletnejšie označenie z pseudoencyklopédie Wikipedia „komunity a služby, ktorých cieľom je napomáhať vzniku kreativity, spolupráce a výmeny informácií medzi používateľmi“.[5.] Nezníe to povedomo? Veru áno, sú to tie isté vízie ako pred mnohými rokmi. Vysvetlenie, prečo opakujeme tie isté vízie aj napriek tomu, že už sa raz neukázali ako pravdivé, poskytuje znova Dr. Richard Barbrook: „Vytvoríme veštbu, ak sa nenaplní, jednoducho na ňu zabudneme a vytvoríme si ju znova“.[3.]

Toto stanovisko zastáva i jeden z „vynálezcov“ internetu Tim Berners-Lee, ktorý doslova povedal: „väčšina toho čo sa dnes označuje ako Web 2.0 jestvovalo od počiatku webu“.[11.] Neprepadajme však skepse, panike, alebo naopak nečinnosti. Fakt, že populárna kultúra stvorila termín, ktorý historicky ani obsahovo veľmi neobstojí nie je dôvodom, aby sa knižnice nesnažili adaptovať súčasný stav a očakávania, prispôbiť sa pokroku (i keď pomalému). Je to dôvod na zdravý skepticizmus ako základ strategického myslenia. Web 2.0 síce možno nepredstavuje to čo deklaruje, to však zďaleka neznamená, že nepredstavuje vôbec nič. Predstavuje a dokonca niečo veľmi dôležité. Zmenu pohľadu na internet medzi širokými masami jeho používateľov, ktorá sa len zvyšuje so znižujúcim sa vekom. Na ilustráciu vyberám názor jedného blogera: „Na webe sa cítim viac vážený, je o mňa lepšie postarané. Na firemnej stránke už nie som odbitý zoznamom výrobkov

a emailovou adresou na admina webu v pätičke stránky. Moderná webstránka sa zaujíma o to čo chcem, čo hľadám a snaží sa uspokojiť moje záujmy. Denne čítam spravodajstvo. Na modernom webe ho môžem zdieľať s ostatnými. Inteligentný systém, ktorý pracuje pod kapotou mi ukáže tie najzaujímavejšie články. Rozdiel je v tom, že výber nerobia autori článkov ale čitatelia, ľudia ako ja. Mám k nim bližšie a ich vkusu dôverujem viac.“ [6.] Práve ste čítali názor jednotlivca, no je natoľko rozšírený, že je úplne jedno kto, presnejšie povedané, ktorý bloger súčasnosti to bol. Blog ako jeden z ďalších deklarovaných fenoménov Webu 2.0 síce poskytuje technicky jednoduché a pohodlné nástroje na umožnenie publikovania takmer komukoľvek (tí ktorí toho boli schopní za použitia zložitejších softwareových nástrojov mohli takto publikovať samozrejme od vzniku WWW, teda prísne vzaté je to ďalší historický nezmysel), no hlasy týchto digitálnych robotníkov znejú unisono -teda je oprávnené tvrdiť, že počet rôznych názorov alebo zvyšovanie kreativity sa geometrickým nárastom aktívnych používateľov siete/tvorcov obsahu za posledných päť rokov zvýšil len aritmeticky. V tomto prípade to bol „Jaro“ a jeho dielko sa nazýva „Profiblog“. Ak by sme Jarove tvrdenia chceli premeniť (trocha cynicky priznávam) do holých faktov museli by sme povedať, že Web 2.0 je funkčná a použiteľná verzia toho, čo pred pár rokmi síce bolo, no prakticky nefungovalo pre bežného používateľa. Bežnosť v tomto prípade spočíva v jeho schopnostiach a znalostiach práce s potrebným softwareovým vybavením a súčasne v jeho materiálnych možnostiach reprezentovaných prístupom k potrebnému hardwareovému vybaveniu ako počítačovému tak telekomunikačnému.

Dajme však slovo i „vynálezcovi“ Webu 2.0 Timovi O'Reillymu, majiteľovi a šéfovi známeho vydavateľstva počítačovej literatúry. Práve on a jeho spolupracovníci boli tí ktorí doslova vymysleli toto slovné spojenie, aby nazvali jednu zo svojich komerčných konferencií v roku 2004. Názov sa zrodil ako snaha vyjadriť nové trendy na sieti, nájsť spoločného menovateľa medzi vznikajúcimi službami, priniesť povzbudenie do atmosféry po prasknutí dotcomovej bubliny. Web 2.0 v roku 2005 definoval dvojako. Rozdielnosťou, pokrokom oproti Webu 1.0 ako to môžeme vidieť na tabulke ktorú vytvoril.[1.]

**Tabulka 1:** *Web 1.0 vs. Web 2.0.*

<b>Web 1.0</b>	<b>Web 2.0</b>
DoubleClick	Google AdSense
Ofoto	Flickr
Akamai	BitTorrent
mp3.com	Napster
Britannica Online	Wikipedia
osobné stránky	blogovanie
evite	upcoming.org a EVDB
špekulácie s doménami	SE optimalizácia
počet zobrazení stránky	cost per click
screen scraping	webové služby
publikovanie	spoluúčasť/súčinnosť
redakčné systémy (CMS)	wikis

## **2.1 Web 3.0**

Prednedávom sa objavil i ďalší, ešte novší pojem -ako to už v strašidelnom svete technologických inovácií býva- a to Web 3.0 [14.]. Doteraz však nejestvuje žiaden širší konsenzus ako by sa mohol definovať a preto je jeho používanie vysoko špekulatívne a často motivované nízkym -marketingovými záujmami. Jedna z jeho vlastností, ktorú však už môžeme pozorovať je posun od "tradičného" blogovania aké bolo typické pre Web 2.0 k automatickému generovaniu "blogu" v sociálnych sieťach. Ako príklad je možné uviesť mimoriadne rozšírenú platformu Facebook na ktorej sú jednotlivé "domovské stránky" používateľov generované samotnou službou na základe širokého množstva informácií, ktoré používateľ viac či menej aktívne a vedome sprístupňuje, počínajúc opisovaním aktuálnej nálady,

pacitu či myšlienky vo forme tzv. statusu a končiac prehľadom kultúrneho života na základe podujatí, ktorých sa jednotlivec zúčastnil či hodlá zúčastniť. Služba vytvára chronologický zoznam života používateľa on-line v atraktívnej forme a tento sa tak dostáva sám do úlohy veľkého brata, vlastne je sám sebe veľkým bratom. Vráťme sa však k predošlej verzii.

## 2.2 Web 2.0 a knižnice

Ak sme si povedali čo Web 2.0 je a nie je, skúsme sa pozrieť na jeho výhody i nevýhody. Na začiatok, verní zdravému skepticizmu, nevýhody. Najefektívnejšie sa budú ilustrovať na príklade Wikipédie, ktorá je ako aplikáciou tak i technológiou a fenoménom sama o sebe. Rovnako ako najpoužívanejší vyhľadávač, i ona je pre široké masy na internete takým monopolom o akom môžu juhoamerickí narkobaróni len snívať. Najbizarnejšie pritom je ich spojenie, ak sme si povedali, že 90% účastníkov internetu využíva Google alebo Yahoo [12.], tak nás ešte stále môže zaskočiť zistenie, že vo väčšine prípadov ak hľadáme „nekomerčné“ informácie na prvých troch (a teda najrelevantnejších a najnavštevovanejších) miestach spomedzi výsledkov sa v 90% prípadov objaví práve Wikipedia, je teda oprávnené sa obávať, že viac než trištvrtiny „nekomerčných“ informácií na súčasnom webe poskytuje jeden jediný zdroj. Stala sa dokonca pomenovaním, nahradila pojmy ako encyklopédia alebo databáza podobne ako sa v osemdesiatych rokoch nehovorilo kopírovať, ale „xeroxovať“ podľa prvého a dominantného výrobcu týchto zariadení. Znepokojivý v tomto prípade je samozrejme fakt, že Wikipedia nie je prvá encyklopédia.

Fanúšikovia Wikipédie vedia zhrnúť jej klady heslom „funguje to, tak je to dobré“. Argumentujú, že výskum amerického vedeckého časopisu [13.] dokázal, že Wiki neobsahuje o nič viac chýb ako slovná Britannica. Ide však skutočne o chyby, je možné vulgarizovať hodnotenie kvality, prospešnosti a vplyvu tohto populárneho fenoménu len na faktografické odchýlky? Predstavitelia pozitivistických vied nás už stáročia presviedčajú, že hodnotiť sa dá a má len to, čo je možné merať alebo vážiť. Angloamerická kultúra má zasa tendenciu obmedzovať legitímnosť na legálnosť. A práve tieto dva vplyvy sa vo Wikipédii stretávajú do jedného veľkého problému. Na

jednej strane tu máme biele, nepoškvrnené a nevinne sa tváriace biele stránky pod veľkými slovami „slobodná a otvorená“ a na strane druhej do seba uzavretého, prekomplikovaného, zkosnatelého molocha. Problémom Wikipédie vonkoncom nie je zopár číselných nepresností. Jej kvalitatívnou slabinou totiž vôbec nie je to čo hovorí, ale, podobne ako je to pri masmédiách, to čo nehovorí. Vďaka svojmu, de facto monopolnému postaveniu, vyvoláva vo veľkom množstve (a je oprávnené sa obávať, že v rastúcej väčšine) používateľov internetu dojem univerzálnej studnice múdrosti. Rozšírené sú postoje: „Ak to nie je vo Wikipédii, tak to neexistuje!“ Málo známou skutočnosťou o fungovaní tejto elektronickej databázy textov však je, že síce ich umožňuje komukoľvek obohacovať a meniť, no jej správcovia takéto zásahy so železnou pravidelnosťou sledujú a najmä vymazávajú, technicky nie je nič jednoduchšie a rýchlejšie ako články vrátiť hromadne do pôvodného stavu. V mnohých aspektoch fungovania pripomína skôr oligarchiu ako pupok ľudového, globálneho liberalizmu. Siahodlhé návody, pravidlá a zvonka nepochopiteľné a nelogické súvislosti totiž bežnému používateľovi siete de facto znemožňujú presadiť svoj názor pri strete s niekým vo vnútri zemegule z puzzle. Neopominutelnou - a podľa môjho názoru - najväčšou slabinou najpopulárnejšej elektronickej encyklopédie, je selekcia a z toho vyplývajúca exkluzivita, elitárstvo a často až polopравdivosť hesiel. Diskrepancia medzi pravdou a „wikikonsenzom“ vzniká najčastejšie aplikáciou vyššie spomínaných, komplikovane prepojených zásad, ktoré zaspali dobu v situáciách o ktorých nikto nepredpokladal, že niekedy vzniknú a v rukách ľudí ktorí nikdy neboli vystavení vplyvu vhodných vedomostí. Ak by sme napríklad chceli zaradiť do „slovenskej“ Wikipédie nejakého súčasného sochára narazíme na problém, že podmienkou jeho akceptácie ako „hodného vlastného wikičlánku“ je štátna/verejná objednávka na jeho diela, čo znamená, že okrem normalizačných národných a zaslúžilých tiež umelcov, je podľa univerzálnej studnice vedenia, táto krajina bez sochárov.[4.] Takto by sa dalo pokračovať dlho, no nejde o jednotlivosti, znova ide o celok, o systém, v ktorom je chyba. Značnou časťou tohto chybného systému je aj jeho tzv. lokalizácia. Ak som o pár viet skôr slovenskú odnož Wikipédie zaodel do

úvodzoviek malo to vyjadriť mieru skutočnej slovenskosti tejto databázy. Znova nejde o jednotlivé slová, tie sú pochopiteľne v jazyku ktorý skratka SK v adrese reprezentuje. Rozpor je v aplikácii stále rovnakého angloamerického modelu encyklopédie. Problémy začínajú už pri vede, kde napríklad mnohé odbory v USA a Veľkej Británii nie sú vedou (science) ale len humanities.

Riziká plynúce z adaptovania zásad (lebo o niečom inom sa skutočne nedá hovoriť), ktoré sa spoločne označujú ako Web 2.0 v knižnici sú teda ohromné. Knižnica ako inštitúcia môže zareagovať na zmenené očakávania svojich čitateľov a používateľov a najmä tých potencionálnych a dorastajúcich, hľadaním a vyberaním vhodných metód a aplikácií, ak to však prebehne bez strategického myslenia a s nedostatočnou prípravou, pravdepodobne stratí veľa a zamení to len za módne nezmysly. Na druhej strane, ak nebude schopná reflektovať tieto zmeny v rozumnom čase alebo ich jednoducho odignoruje, tak vo svete ktorému už bude dominovať generácia považujúca „výdobytky Webu 2.0“ za samozrejmé, presnejšie povedané za jediné možné vzhľadom na všeobecný tlak bude jednoducho zabudnutá. Podobne ako pri zvládaní globálnej zmeny klímy a celkovej ochrane životného prostredia, nejde tak veľmi o lásku k prírode i keď ekologický aktivisti prvej hodiny nepochybne boli jej veľkými milovníkmi, ale o prežitie, ak to nezcúdneme, ľudský druh proste vyhynie.

Základná zmena, ktorú je nutné reflektovať vzhľadom na prichádzajúce generácie je prenos subjektívneho ja z reality do webového prostredia. Ak ešte pred tromi desiatkami rokov patrilo k reprezentácii jednotlivca (jeho vkusu, vzdelania, pôvodu, statusu) zbierka LP platní, tak na konci 90. rokov to bolo množstvo MP3 súborov na hardisku jeho počítača. V súčasnosti je to napr. jeho „profil“ na sociálnom portály Last.fm. Tento profil obsahuje všetku obľúbenú hudbu (umožňuje toho omnoho viac, no k tomu sa ešte dostaneme). Analógie založené na knihách, filmoch, móde či iných prezentáciách jednotlivého „ja“ v spoločnosti je možné ľahko nájsť. Ak na začiatku tohto vývoja (teda asi pred 15 -20 rokmi) jestvoval „len“ avatar, malý obrázok, ktorý spolu s prezývkou „nickom“ tvoril zárodok virtuálnej identity, dnes je táto komplexná, tvorená ohromujúcim množstvom

multimediálnych dát (hovoriť o informáciách je mnohokrát mylné) a ich vzájomných súvislostí, pričom paleta týchto „sieťových realít“ siaha od populárneho Second Life, ktorý slúži najmä na zábavu a komerciu, až po profesionálne sociálne siete ako napríklad Linked In spájajúci odborníkov s kolegami. Virtuálna identita, profil sa takisto vymedzuje podobne ako v „objektívnej“ realite do značnej miery vzťahom voči ostatným jednotlivcom, preto neprekvapí fakt, že najcennejšie sú profily, ktoré pozná najväčšie množstvo iných. Známu sa stala situácia keď jeden z najodberanejších (v rámci technológie/služby RSS) používateľov social news portálu Digg predával svoj profil a jeho cena sa vyšplhala do dovtedy nepredstaviteľných výšin. Hodnota spočívajúca vo fakte, že každá informácia, ktorú použitím tohto profilu zverejníme sa okamžite ocitne v záujme množstva ľudí, dá sa teda použiť prirovnanie s tzv. celebrityami z bulvárnej tlače. Posun od kamenného vydavateľstva, alebo redakcie v old economy ako gatekeepera je teda dokonaný. Situácia bez gatekeeperov sa nedostavila, alebo ak, bola len prechodným stavom.

### **2.3 Knižnica 2.0**

Ak teda konštatujeme, že staré štruktúry ostali, len sa preniesli do nových podmienok (oprávnená a pozoruhodná otázka na tomto mieste by bola či je to tak preto, lebo je to stav pre ľudskú spoločnosť prirodzený, je však mimo záujem tohto textu) mali by sme sa zamyslieť, ako podrobiť tejto „reinkarnácii“ knižnicu. Bez nároku na úplnosť si dovoľím predložiť dve vlastnosti Webu 2.0, ktoré sú aplikovateľné bez zvýšenia skôr spomínaných rizík. Tou prvou je mobilita, na jej vysvetlenie použijem znova nášho obľúbeného blogera Jara, vraví: „Inštalujem oveľa menej ako pred tým. Množstvo užitočných aplikácií, ktoré používam buď na prácu alebo na zábavu mám dnes na webe. Stačí mi zájsť do najbližšej internetovej kaviarne a mnoho vecí, ktoré by som ináč nechal doma na pevnom disku mám dispozícii. Cestujem veľa a preto je mobilita Webu 2.0 pre mňa veľmi dôležitá.“ [6.]

Logickou úvahou sa teda dostávame k názoru, že ak bola „Knižnica 1.0“ na WWW jej on-line katalóg (OPAC) s možnosťou vyhľadávania a

objednania dokumentu, tak „Knižnicou 2.0“ by boli samotné dokumenty na webe spolu s reprezentáciou prostredia knižnice. Prenesenie pôsobenia knižnice na web je teda tou skutočnou zmenou. Pri manipulovaní pojmom prenesenie však nesmieme v žiadnej chvíli zabudnúť na jeho dvojzložkovosť. Neprenášame teda „len“ samotné požičiavanie dokumentov ale i celé rozhranie a sociálne prostredie s jeho súvislosťami, možnosťami a dôsledkami.

Skôr než sa budeme venovať obom zložkám prenosu, skúsme sa pozrieť na s odstupom najjednoduchšie možné aplikácie Webu 2.0 v knižnici, sú to mobilita a folksonómia. Mobilitou chápeme do značnej miery to o čom písal bloger Jaro. Presuňme všetko čo sa dá priamo na webe, integrujme to do rozhrania súčasnej webstránky, alebo ak to nie je možné, je najvyšší čas to zmeniť. Používateľ zvyknutý na aplikácie Web 2.0 bude očakávať, že na jednom mieste, na jeden pohľad (podľa možnosti prvý) a vo forme a jazyku jemu pochopiteľnom, nájde všetko čo sa ho týka. Je oprávnené sa domnievať, že v tomto prípade by to boli všetky minulé, súčasné i budúce výpožičky, finančné transakcie, správy a aktuality -toľko na úplný začiatok. Kvalitatívny rozdiel je teda m.i. v tom, že novinky nebude hľadať v časti novinky oddelenej od svojho profilu ale v niektorej ľahko viditeľnej časti tohto „vlastného“ priestoru.

Folksonómia je jeden z pojmov ktoré sa asociujú s Webom 2.0. Veľmi zjednodušene povedané, je to presun rozhodovania o usporiadaní informácií z rúk expertov širokým masám. V praxi sa obvykle realizuje tzv. tagovaním (od anglického slova tag=prívesok, značka), teda vlasne priradovaním kľúčových slov k určitým entitám (od článkov cez videá až po domáce spotrebiče v obchodoch). Typickou aplikáciou je predmetový katalóg, ktorého predmety i delenie je však dynamické a mení sa na základe viac či menej demokratického „hlasovania“ jeho používateľov. Na tomto mieste asi nie je nutné obsérne vysvetľovať, aký chaos z toho vzniká v každej oblasti okrem populárnej kultúry, keďže počet rôznych tagov sa obvykle vyrovná počtu používateľov. Môže sa zdať nanajvýš paradoxné a kontraproduktívne zavádzať práve toto do knižnice, keď už dnes je počuť hlasy o návrate k „starému systému“ a knihovníkoch ako jeho hlavných nositeľoch. [10.]

Faktom však ostáva, že v určitých prípadoch sa tento princíp známy aj pod názvami *collaborative tagging*, *social classification*, *social indexing* alebo *social tagging* osvedčil. Tak prečo nedať používateľom možnosť spolupodieľať sa na katalógu? Presnejšie povedané jeho webovej dynamickej forme, zisk sa zdá byť na oboch stranách a možnosť použiť tradičnú verziu sa tým nijako neobmedzuje.

Prvá zložka, teda prenesenie fondu na web, sa môže na prvý pohľad zdať revolučnou, alebo neuskutočniteľnou úlohou, ale v porovnaní s druhou je aspoň ľahko vysvetliteľná. Na začiatku si však treba uvedomiť, že predobrazom nám nemôžu byť doterajšie elektronické služby ako E-books on Demand (služby elektronického doručovania dokumentov), nejde o evolučné pokračovanie toho čo bolo. Prijatím paradigmy Webu 2.0 sme totiž prijali, že obsah dokumentov je k dispozícii v reálnom čase. Realizácia požiadavky tradičným spôsobom nie je prípustná. Konkurenciou (a inšpiráciou zároveň) je elektronické kníhkupectvo Amazon.com alebo server books.google.com. V tejto chvíli všetkých asi napadajú právne a iné prekážky znemožňujúce takéto počínanie, treba si však uvedomiť, že Web 2.0 nefunguje v izolácii a spôsobuje zmenu i v iných oblastiach, autorské právo nevynímajúc. Takýto vývoj v právnej oblasti sa dá sledovať i na zmene vnímania súkromia a ľudských práv. Americký senátor Donald Kerr dokonca použil argument o zmene myslenia mladej generácie podmienenej Webom 2.0 pri presadzovaní zákona umožňujúceho zásahy do súkromia pod rúškom boja proti terorizmu. Argumentoval, že ak prichádzajúce generácie zverejňujú dobrovoľne citlivé osobné dáta na sociálnych portáloch ako Facebook celý koncept právneho ukotvenia súkromia a jeho ochrany sa zmenil a preto je možné posunúť jeho hranice na miesta, ktoré boli ešte pred pár rokmi nemysliteľné, tvrdí: „Ľudia o dve generácie mladší ako my, majú veľmi odlišnú predstavu o tom, čo je nevyhnutné súkromie, čo zo svojich životov a záležitostí si želajú chrániť, ochrana anonymity nie je súbojom, v ktorom možno zvíťaziť. Každý, kto naťukal svoje meno do Googlu, to chápe.“[8.] Neostávajme preto pozadu a nedovoľme prevážiť v rámci tohto smerovania negatívam nad pozitívami. Vývoj nových modelov autorskoprávnej ochrany ako Creative Commons nám v tom idú v ústrety. [9.]

Prenos rozhrania a prostredia knižnice na WWW je, ako som už spomínal, komplikovanejšia úloha a to najmä preto, že sa skladá z veľkého množstva čiastkových problémov. Prvou prekážkou je zjednodušovanie tohto procesu na triviálnosti, zamienanie si predstáv z obdobia 1.0 za 2.0. Typickým príkladom môže byť predstava, že statická webstránka, ktorej jediné zmeny vykonáva osoba za to zodpovedná, je skutočnou reprezentáciou inštitúcie na sieti. Prvou otázkou, ktorú si treba zodpovedať teda je „čo chceme prenášať?“. Čo je naša knižnica okrem požičovne dokumentov. Možností je mnoho, pre účely tohto článku sa pokúsím sústrediť na dve významné: sociálne prostredie interakcie jednotlivcov, intelektuálne podnetné rozhranie. Možnú reprezentáciu oboch vo virtuálnom prostredí sa pokúsím vysvetliť na príklade sociálneho hudobného potrálu Last.fm, ktorý nepochybne patrí k najznámejším, najtypickejším i najúspešnejším fenoménom Webu 2.0. Základom tohto rozhrania je ako obvykle profil, teda virtuálne ja založené na nicku (prezývke) a avatare (vizuálizácii nicku). Tvorba tohto virtuálneho ja, však nespočíva vo vyplňovaní rozsiahlych formulárov a absolvovaní testov (osobnosti, farieb, reakcií etc.) ako to bývalo v dobách Webu 1.0, ale je generované automaticky. Virtuálne ja, je totiž hudobný vkus jednotlivca tak, ako sa javí na základe hudby ktorú počúva. Výmenný obchod súkromnie za výhody a pohodlie spočíva v tejto aplikácii v sprístupnení dát o počúvaní hudby na počítači, či v prenosnom prístroji. Používateľ služby Last.fm teda nemusí robiť nič iné ako predtým okrem nainštalovania „špióna“ sledujúceho jeho muzikálne zážitky, tento po určitej dobe vypočíta (formula je pochopiteľne tajná a pravdepodobne považovaná za firemné know-how a bohatstvo) „kompatibilitu“ s ďalšími užívateľmi a teda umožní vznik novým sociálnym interakciám. Myšlienka podporujúca vznikajúce vzťahy je predpoklad o vzájomnej náklonnosti ľudí s podobným vkusom. Služba však navyše ponúka a navrhuje ďalšiu hudbu, ktorú jednotlivec, teda jeho virtálne ja ešte nepočúva/nepozná na základe ďalšej formule založenej na extrapolácií preferencií vyššie spomínaných nových „priateľov“. Softwareový systém samozrejme umožňuje počúvanie ako obľúbenej tak i odporúčanej hudby, sledovanie videoklipov a informácie o interpretoch. Celé prostredie je založené na kolaborácii teda do „centrálneho

mozgu“ o hudbe môže prispievať ktorýkoľvek používateľ. V reálnom čase môže so svojimi priateľmi i komunikovať a automaticky vidí hudbu ktorú počúvajú, ich osobné hitparády a štatistiky, čo platí samozrejme i naopak. Celý systém je pochopiteľne mimoriadne komerčne atraktívny ako pre jednotlivým interpretov, začínajúcim dokonca mnohokrát umožňuje preraziť, tak i pre vydavateľstvá sprístupňujúce časti a niekedy i celé skladby s kalkulom zvýšenej predajnosti vo vedomí. Náväznosť na objektívnu realitu však nie je jednosmerná. Podstatná časť systému zhromažďuje informácie o koncertoch a iných podujatiach, ktoré následne navrhuje navštíviť a takto sa osobne (irl=in real life) stretnúť so svojimi, dovtedy virtuálnymi priateľmi, používateľ má samozrejme prehľad, ktorí ďalší sa tej či onej udalosti zúčastnia.

### **3. Záver**

Čo z toho teda vyplýva? Máme zverejňovať výpožičky všetkých používateľov na internetovej stránke knižnice? Robiť vec, ktorá bola donedávna považovaná za problematickú i na žiadosť polície, ako sa to stalo v kauze Unabombera. Obchod bude znieť: súkromie za nanajvýš pohodlné odporúčanie literatúry, súkromie za sociálny kontakt s ľuďmi s podobnými záujmami v čim ďalej tým väčšej izolácií digitálneho veku. Čo bude spätnou naviazanosťou na objektívnu realitu, kultúrne podujatia, je to dost? Dovolíme používateľom knižničnej webstránky aby svojimi tagmi v zmysle folksonómie Webu 2.0 dynamicky menili to, ako verejnosť vidí katalóg a určovali, ktoré dokumenty sú najlepšie alebo najužitočnejšie? Zamyslime sa nad tým. Pomôcť nám môže i úvaha o "nevyhnutnosti" akejkolvek technologickej zmeny v histórii našej spoločnosti. Ak sa dnes čudujeme nad tým ako sme donedávna mohli žiť bez sociálnych sietí keď nám dnes zaberajú niekoľko hodín denne či sú primárnym komunikačným kanálom popri mobilnom telefóne a elektronickej pošte, rovnako ako sme sa pred desiatimi rokmi čudovali práve mobilom a e-mailu neuvedomujeme si najpodstatnejšiu vec. Akákoľvek technologická zmena mohla uspieť len vtedy a výhradne preto, že sa stala pre spoločnosť v určitej fáze vývoja nevyhnutnosťou, užitočnosťou. V prvých dvoch tretinách deväťdesiatych

rokov sa životný štýl a tempo našej populácie posunuli takým spôsobom, že mať pri sebe neustále telefón túto zmenu vyrovnávalo na ľudsky prijateľnú mieru. To isté prirovnanie môžeme uplatniť na známy Facebook: v súčasnosti je, z najrôznejších dôvodov, omnoho bežnejšie študovať, alebo pracovať dlhodobo či krátkodobo i vo fyzicky vzdialených častiach sveta a vytvárať si tam sociálne kontakty, druhou stranou tej iste mince je zasa odlúčenie od vzťahov "doma". Platforma ktorá by v prípade jednotlivcov, ktorí prežili celé životy na jednom geografickom území bola bezpredmetná sa tak stala maximálne funkčnou ba priamo životaschopnou, vnášajúcou ľudsky prijateľný kompromis do novej a "neprirodzenej" situácie.

## Literatura

- [1] O'REILLY, Tim. What Is Web 2.0, Design Patterns and Business Models [online]. [cit. 15.1. 2008]. Dostupné na internete: <<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>>.
- [2] SALGARI, Pavol. Zorientujte sa vo svete Web 2.0 [online]. [cit. 15.1. 2008 ]. Dostupné na internete: <<http://www.zive.sk/default.aspx?article=271607>>.
- [3] BARBROOK, Richard. Imaginary Futures: From Thinking Machine to Global Village [online]. [cit. 15.1. 2008 ]. Dostupné na internete: <<http://www.imaginaryfutures.net/book/>>.
- [4] WEISENBACHER, Peter. Neslobodná a zatvorená encyklopédia. In Slovo, ISSN 1336-2984, 2007, č. 36, str. 12.
- [5] Wikipedia. Web 2.0 [online]. [cit. 15.1. 2008 ]. Dostupné na internete: <[http://en.wikipedia.org/wiki/Web\\_2.0](http://en.wikipedia.org/wiki/Web_2.0)>.
- [6] JARO. Čo je to Web 2.0 [online]. [cit. 15.1. 2008 ]. Dostupné na internete: <<http://profiblog.textpattern.sk/clanky/co-je-to-web-20>>.
- [7] ULEJ, Tomáš. Vízie o technológiách nás klamú [online]. [cit. 15.1. 2008 ]. Dostupné na internete: <<http://pocitace.sme.sk/c/3631831/Vizie-o>>.

technologiach-nas-klamu.html>.

- [8] TLF. So What is Privacy Anyway? [online]. [cit. 15.1. 2008 ]. Dostupné na internete: <<http://www.techliberation.com/archives/043003.php>>.
- [9] Creative Commons. Attribution-Noncommercial-Share Alike 2.0 Generic [online]. [cit. 15.1. 2008]. Dostupné na internete: <<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.0/>>
- [10] BOWEN, David. 'Folksonomy' takes power from expert librarians [online]. [cit. 15.1. 2008 ]. Dostupné na internete: <<http://www.ft.com/cms/s/0/697db310-8c95-11dc-b887-0000779fd2ac.html>>.
- [11] BERNERS-LEE, Tim. timbl's blog [online]. [cit. 15.1. 2008 ]. Dostupné na internete: <<http://dig.csail.mit.edu/breadcrumbs/blog/4>>.
- [12] BURNS, Enid. Top 10 Search Providers, July 2007 [online]. [cit. 15.1. 2008 ]. Dostupné na internete: <<http://searchenginewatch.com/showPage.html?page=3626903>>.
- [13] WALES, Jimmy. Wikipedia comes close to Britannica in terms of the accuracy. Nature [online]. 2005, no. 438 [cit. 15.1. 2008 ]. Dostupné na internete: <<http://www.nature.com/nature/journal/v438/n7070/full/438900a.html>>. ISSN 0028-0836.
- [14] Wikipedia. Web 3.0 [online]. [cit. 15.9. 2008 ]. Dostupné na internete: <[http://en.wikipedia.org/wiki/Web\\_3.0](http://en.wikipedia.org/wiki/Web_3.0)>.

# KPM: Kurz projektového managementu - hard & Soft skills v teorii a praxi

*Tomáš Bouda, Lucie Staničková, Tomáš Fendrich, Markéta Bočková,  
Kateřina Pauerová, David Koval, Jana Zbranková*

*Kabinet informačních studií a knihovnictví, Filozofická fakulta,  
Masarykova univerzita Brno*

*boudatomas@gmail.com, 156040@mail.muni.cz,  
99845@mail.muni.cz m.bockova@email.cz,  
katerina.pauerova@seznam.cz koval@hvezdarna.cz,  
178429@mail.muni.cz*

## **Abstrakt**

Příspěvek je věnován projektu e-learningového kurzu, který vzniká v rámci předmětu Aplikální seminář I.+II. Cílem projektu je vytvoření e-learningového kurzu projektového managementu (KPM), který zvyšuje kvalifikaci pracovníků krajských a regionálních knihoven v oblasti hard a soft skills. Příspěvek pojedná také o náplni, stavbě a struktuře kurzu.

**Klíčová slova:** projektový management, hard skills, soft skills, e-learningový kurz

# 1. Úvod

## 1.1 Představení projektu

Projekt Kurz projektového managementu (dále jen KPM) vzniká jako reakce na potřeby dnešní informační společnosti. V současné době je jednou z nutných výbav knihovního personálu také vzdělání v oblasti projektového managementu (dále jen PM). Tento kurz má podpořit a usnadnit zaměstnancům knihoven teoretický a praktický přístup k fenoménu projektu.

Projekt KPM je zaštitěn Kabinetem informačních studií a knihovnictví na Filozofické fakultě Masarykovy univerzity v Brně, kde by měl být následně také akreditován.

## 1.2 Představení týmu

Projekt KPM je realizován studenty 1. ročníku navazujícího magisterského programu oboru Informační studia a knihovnictví na FF MU. Jsou to Bc. Markéta Bočková, Bc. Lucie Staničková, Bc. Jana Zbranková Bc. Kateřina Pauerová, Bc. Tomáš Bouda, Bc. Tomáš Fendrich a Bc. David Koval. Nemalý podíl na vytváření celého projektu má také vedoucí kabinetu PhDr. Petr Škyřík.

Rozdělení pozic v týmu je následující:

- ◆ **garant procesu (leader)**, který zahajuje projekt a je zodpovědný za jeho průběh. Tvoří vize, podmínky pro zahájení procesního řízení a má motivační charakter pro ostatní kolegy. Většinou se ujímá i role vlastníka procesu.

- *PhDr. Petr Škyřík, Bc. Markéta Bočková*

- ◆ **vlastník procesu**, který má klíčovou zodpovědnost za proces a vše co s ním souvisí. V případě vzdělávání by byl ideální manažer oddělení vzdělávání.

- *Bc. Markéta Bočková*

- ◆ **projektový manažer** – znalostní pracovník ovládající metodiku vybraného procesního nástroje a manažerské řízení.

- *Bc. Lucie Staničková, Bc. Tomáš Bouda*

- ◆ **návrhář výuky, pedagog a vývojář (Instructional Designer).**  
- Bc. Markéta Bočková
- ◆ **odborný expert, garant studia a tvůrce vlastního obsahu (SME, Subject Matter Expert),** který musí potvrdit, zdali je možné požadované učivo studovat formou e-learningu.  
- Bc. Jana Zbranková, Bc. Lucie Staničková
- ◆ **grafik a vývojář multimédií.**  
- Bc. Tomáš Fendrich, Bc. David Koval
- ◆ **administrativní pracovník,** který bude zajišťovat běžnou agendu (plánování schůzek, tisk podkladů atd.) a částečně logistiku (např. zajištění místností pro porady).  
- Bc. Kateřina Pauerová

## 2. Měkké jádro

### 2.1 Cíle projektu

Cílem projektu je vytvoření akreditovaného e-learningového kurzu PM a souvisejících soft skills dovedností pro knihovníky krajských a velkých městských knihoven s regionální funkcí. Kurz je zároveň dostatečně flexibilní, kvalitní a přínosný pro současné potřeby rozvíjení projektové metodiky a praktických schopností studentů vysokých škol, konkrétně bakalářského a navazujícího magisterského studijního programu Informační studia a knihovnictví (dále jen ISK) na Masarykově univerzitě v Brně.

### 2.2 Dotazník a jeho analýza

Prvním krokem, který je nezbytný a rozhodující pro konkrétní podobu a realizaci e-learningového kurzu, je proces zjišťování zájmu a požadavků na tento kurz v krajských a ve velkých městských knihovnách s regionální funkcí. Za tímto účelem jsme zrealizovali průzkum zájmu formou elektronických dotazníků (viz Příloha 1).

Následná analýza ukázala tyto výsledky: k dnešnímu datu (12.11.2008) projevil o kurz zájem 100 pracovníků knihoven. Podle průzkumu mají

největší zájem především o oblast možnosti financování projektů v knihovnách, využití metodologie projektového managementu v praxi, včetně názorných příkladů apod. Z oblasti soft skills pak o prezentační a komunikační dovednosti, komunikační dovednosti a koncepční myšlení (viz Obrázek 1, 2).

#### O které oblasti e-learningového kurzu máte zájem?



Obecná teorie projektového managementu	<b>6</b>	27%
Využití metodologie projektového managementu v praxi, včetně názorných příkladů	<b>18</b>	82%
Nástroje a postupy analýzy, plánování, realizace a zhodnocení projektu (metodologie projektového managementu ve všech životních fázích projektu)	<b>14</b>	64%
Dokumentace projektu (šablony formulářů, administrativa, archivace)	<b>14</b>	64%
Odkazy na zajímavé zdroje informací z oblasti projektového managementu	<b>13</b>	59%
Možnosti financování projektů v knihovnách	<b>21</b>	95%

Uživatelé mohli vybrat více než jedno zaškrtnávací políčko, takže procento může vzrůst na více než 100 %.

**Obrázek 1:** Analýza dotazníku: Zájem v oblasti hard skills.

### O které oblasti e-learningového kurzu máte zájem?



Obecná teorie projektového managementu	<b>6</b>	27%
Využití metodologie projektového managementu v praxi, včetně názorných příkladů	<b>18</b>	82%
Nástroje a postupy analýzy, plánování, realizace a zhodnocení projektu (metodologie projektového managementu ve všech životních fázích projektu)	<b>14</b>	64%
Dokumentace projektu (šablony formulářů, administrativa, archivace)	<b>14</b>	64%
Odkazy na zajímavé zdroje informací z oblasti projektového managementu	<b>13</b>	59%
Možnosti financování projektů v knihovnách	<b>21</b>	95%

Uživatelé mohli vybrat více než jedno zaškrtnuté políčko, takže procento může vzrůst na více než 100 %.

**Obrázek 2:** Analýza dotazníku: Zájem v oblasti soft skills.

## 2.3 SWOT analýza

Součástí projektové analýzy a následného plánování je vyhotovení SWOT analýzy (viz Obrázek 3).

Monitorovat, eliminovat	Nutno koncepčně řešit
<p><b>SILNÉ STRÁNKY (strengths)</b>  levná cena kurzu  aktuální téma  flexibilní kurz  provázaný kurz (souvislosti mezi tématy)  přístupnost 24 hodin denně  projekt podporuje Národní knihovna  projekt podporuje KISK  certifikovaný kurz  nová věc (neexistence podobně zaměřeného kurzu)  informační zdatnost tvůrců  vyřešené rozdělení rolí týmu  dlouhodobá udržitelnost – vzhledem k zájmu NKP o náš kurz</p>	<p><b>SLABÉ STRÁNKY (weaknesses)</b>  nedostatek zkušeností  nedostatečná časová flexibilita  e-learnig (nemožnost řešit problémy face to face)  nejasné umístění – kde bude kurz  vyvěšen, jak se k němu bude přistupovat, jak se budou evidovat účasti.</p>
<p><b>PŘÍLEŽITOSTI (opportunities)</b>  možnost prezentovat na konferencích (propagace)  získání zkušeností  navázání nové spolupráce (navázání kontaktů)  zviditelnění oboru Informační studia a knihovnictví</p>	<p><b>HROZBY (threats)</b>  personální problematika (možná ztráta členů týmu)  nezájem knihoven o kurz  špatně zvolená struktura kurzu  nedostatečně propracovaný kurz  konkurence  nedodržení časového plánu  nedodržení finančního rozpočtu  nevhodně zvolený software pro kurz  udržitelnost projektu po dokončení APLS I+II.  lektorské zajištění kurzu – pokud bude tutor, tak kdo to bude  lektorské zajištění kurzu – pokud bude tutor, tak kdo to bude</p>
Maximalizovat, rozšiřovat	Monitorovat, eliminovat

**Obrázek 3:** SWOT analýza KPM.

### 2.3.1 Rizika projektu a jejich eliminace

Na základě vyhotovené SWOT analýzy (viz Obrázek 3) jsme určili možná rizika, která mohou ohrozit náš projekt. Je potřeba ihned na začátku stanovit způsob, jak tato rizika eliminovat.

Co se týče personální problematiky, nemoci se ovlivnit nedají, ani množství práce v zaměstnání jednotlivých členů. Jde o vnitřní motivaci každého člena týmu, o disciplínu a umění naplánovat a časově rozvrhnout povinnosti.

Nezájem knihoven o kurz může být zmírněn dobrou propagací a dostatečnou informovaností, přehlednými moduly, příjemným softwarovým prostředím a cenou kurzu.

Zvolená struktura a propracovanost kurzu a software bude dopilována ve zkušebním provozu e-learningového kurzu.

Možná konkurence se ovlivnit nedá. Určitá konkurence má i pozitivní dopad. Úspěch v konkurenčním prostředí můžeme podpořit kvalitou zpracování obsahu kurzu.

Udržitelnost projektu je závislá na úspěšnosti projektu v rámci APLS I+II, dle plánovaných postupů bude kurz využit jako akreditovaný předmět pro studenty ISK, případně poskytnut NKP.

Pečlivým výběrem lektora můžeme odstranit riziko špatného vedení kurzu.

### 2.4 Analýza současného stavu

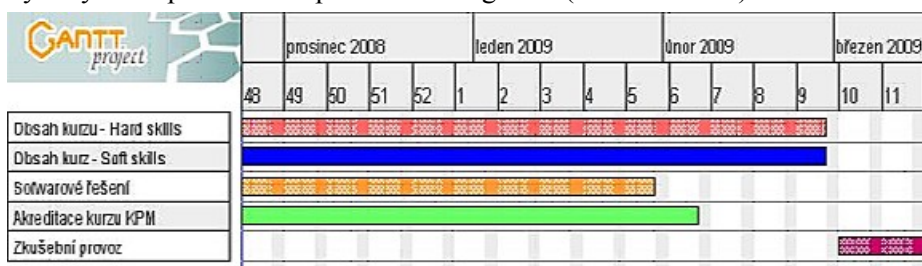
Předchozí postupy jsou nutné pro přesné definování dílčích činností a časových plánů, ale teprve na základě analýzy současného stavu, zájmu a požadavků zainteresovaných institucí jsme schopni ideálně sestavit strukturu, obsah a uživatelskou náročnost kurzu.

Analýza současného stavu nabídky KPM vychází z podrobné rešerše internetových vyhledávačů (Google, Seznam, Altavista, All the web, Dogpile). Za rešeršní klíčová slova byla zvolena: e-learningový kurz, projektový management, knihovny a v anglickém jazyce obdobné termíny. Na internetu působí mnoho firem, které nabízejí nejrůznější druhy kurzů.

Je možné konstatovat, že žádné speciální kurzy KPM nejsou primárně zaměřeny na knihovny a realizaci projektů v tomto prostředí. Je pravděpodobné, že pokud knihovny mají o vzdělávání v oblasti PM zájem, kupují kurzy komerční a apriori zaměřené na jinou cílovou skupinu. V tomto pohledu je možné hledat jednu ze silných stránek realizovaného KPM pro knihovny.

## 2.5 Ganttův diagram a plánování lidských zdrojů

Ganttův diagram byl použit pro přesné plánování činností, které mají zajistit dodržení daných termínů vyhotovení kurzu a naplnění stanovených cílů. Původní verze obsahovala časový snímek od začátku vzniku projektu KPM, pro účely sborníku je použit plán začínající rokem 2009 kdy již dojde k reálné tvorbě kurzu. Plánování je zde vyhotoveno se zaměřením na jednotlivé oblasti tvorby projektu. Vzhledem k počtu osob v týmu nebylo již nutné plánovat samostatně i lidské zdroje. Jednotliví členové týmu jsou zodpovědní za konkrétní oblasti a plánování jejich pracovních kapacit je zcela spojeno se zadaným tématem. Pro přehlednost a účel tohoto příspěvku byla vybrána pro ilustraci pouze část diagramu (viz Obrázek 4).



**Obrázek 4:** Ganttův diagram KPM.

## 2.6 Logo

Každý projekt by měl mít své logo. Ani náš tým neváhal a jednou z prvních činností byly jeho grafické návrhy z pera Davida Kovala. Byly 4 druhy. Když jsme se na jednom shodli, došlo k bojům o barevné kombinace. Měli jsme jich zhruba 16 a nakonec jsme museli přistoupit k hlasování pomocí dotazníků. Na Obrázku 5 vidíte výsledné logo.



*Obrázek 5: Logo KPM.*

## 2.7 Propagace KPM

Propagace projektu má zajistit dostatečnou poptávku po produktu KPM. Dílčím cílem propagace KPM je také motivace uživatelů kurzu a jeho zviditelnění. Propagace probíhá ve několika způsoby. Jsou to konference, elektronický časopis, domovská stránka projektu, dotazník a propagační tiskoviny.

### a. Konference Infokon: inspirace, inovace, imaginace.

Tato konference je zaštitěna Kabinetem Informačních služeb a knihovnictví na Filozofické fakultě Masarykovy univerzity (KISK FF MU). Konference je pořádána druhým rokem a účastní se jí jak studentská tak profesní knihovnická společnost. Kurz KPM byl na konferenci prezentovaný jako pátý příspěvek dne 22. 11. 2008.

### b. Inflow: information journal

Prestižní studentský oborový elektronický časopis, který vychází pod záštitou KISK FF MU. Propagace proběhne ve formě standardního článku.

### c. Domovská stránka projektu KPM

Bude vytvořena domovská stránka projektu KPM, kde bude možné nalézt detailní informace o samotném kurzu. Z této webové stránky povede také přímý odkaz na samotný kurz.

#### **d. Dotazník**

Tato nepřímá forma propagace projektu KPM již byla realizována. Ve formě dotazníků, který byl rozeslán všem krajským a regionálním knihovnám, jsme zjišťovali poptávku po zamýšleném kurzu KPM. Základní informace o kurzu byly uvedeny v průvodním textu dotazníku.

#### **e. Propagační e-maily adresované krajským a regionálním knihovnám a studentům KISK.**

Tato fáze propagace KPM proběhne až v době, kdy bude kurz připraven a otevřen. Boudou poslány informační e-maily všem krajským a velkým městským knihovnám. Po akreditaci KPM pod KISK FF MU bude o existenci kurzu informovat informační mail adresovaný studentům kurzu.

### **2.8 Udržitelnost KPM**

Jak již bylo uvedeno, KPM vzniká v rámci předmětu Aplikovaný seminář – APLS I a II. Aby neskončil, nebyl zapomenut a veškerá energie jeho tvůrců přišla vniveč, je potřeba zajistit jeho udržitelnost.

Jaké jsou možnosti?

**a) akreditace pod KISK FF MU** jako studijní předmět určený studentům oboru, v širším pojetí pak také studentům celé fakulty a systému Masarykovy univerzity Brno.

V současné době jsme vyplnili sylabus – akreditační formulář (viz Příloha 2) a předali jsme ho KISKu. Jsme ve stádiu čekání na rozhodnutí.

V případě, že tato varianta vyjde, bude KPM spuštěn v každém semestru a z toho vyplývají požadavky na tutorování. Členové týmu se dohodli, že na tutorování se budou střídát všichni, v pravidelných intervalech. Bude potřeba reagovat na dotazy studujících – např. online dotazy dvě hodiny dvakrát týdně, jinak by měla být odpověď zaručena do 24 hodin; zajišťovat aktualizaci obsahu kurzu, případně technické problémy.

**b) akreditace pod MŠMT pro knihovny** – v rámci APLS I a II je KPM určen cílové skupině: pracovníkům krajských a velkých městských knihoven s regionální funkcí. Tato fáze je zatím v jednání, zjišťujeme podmínky, požadavky, co, jak, kam, komu poslat ...

c) kurz bude nabídnut také pod hlavičkou NKP jako jeden ze vzdělávacích kurzů pro pracovníky knihoven. Předání KPM pod tuto instituci dojde k nabídnutí širšímu spektru pracovníků knihoven. Po předání kurzu mezi vzdělávací kurzy pro pracovníky knihoven bude udržována v rámci elektronické komunikace, popřípadě osobním kontaktem.

### 3. Tvrdé jádro: Obsah a realizace kurzu

#### 3.1 Hard skills

Kurz KPM bude zaměřen na rozvoj tzv. hard skills dovedností z oblasti projektového managementu a souvisejících soft skills dovedností.

Oblast hard skills bude zaměřena především na:

- ◆ objasnění základních principů a teorie projektového managementu
- ◆ rozvoj poznatků důležitých pro správné postupy projektové analýzy
- ◆ rozvoj poznatků klíčových pro jednoznačné definování cílů a specifík projektu
- ◆ rozvoj poznatků nezbytných pro efektivní projektové plánování
- ◆ rozvoj poznatků nezbytných pro úspěšnou realizaci kurzu
- ◆ rozvoj poznatků spojených se závěrečnou fází projektové realizace a ukončení projektu
- ◆ rozvoj poznatků, které usnadní uvedení projektu do praxe
- ◆ rozvoj poznatků důležitých pro správné vyhodnocení úspěšnosti projektu a průběhu jeho realizace
- ◆ maximalizaci šancí na úspěch při podávání žádostí o dotace a granty
- ◆ podporu administrativní činnosti a evidence postupů v jednotlivých životních fázích projektu (např. prostřednictvím vzorových formulářů)
- ◆ možnosti využití projektového managementu v oblasti informačních a knihovnických služeb
- ◆ možnosti financování projektů v knihovnách

- ◆ doporučení vhodné softwarové podpory pro jednotnou správu projektů
- ◆ doporučení další odborné literatury z oblasti hard skills projektového managementu s přihlédnutím k potřebám projektových pracovníků informačních a knihovnických institucí

### 3.2 Soft skills

Hard skills dovednosti v oblasti projektového managementu budou doplněny soft skills dovednostmi, jež spolu úzce souvisí a pomáhají pracovníkům zlepšit proces tvorby a uskutečnění projektu.

Oblast soft skills bude zaměřena především na:

- ◆ rozvoj komunikačních dovedností v týmu, které zajišťují efektivitu řízení a fungování skupiny a pomáhají vzájemnému porozumění
- ◆ rozvoj koncepčního myšlení, neboli strategického myšlení, které je nutné uplatňovat v situacích, kdy nejsou předem dány přesné postupy a řešení úkolů, ale musíme si je sami zvolit
- ◆ rozvoj manažerských dovedností, které pomáhají zlepšit schopnost řídit a vést lidi v týmu
- ◆ time management dovednost zajišťuje efektivní organizaci času a rozvržení jednotlivých postupů s ohledem na stanovené cíle
- ◆ rozvoj týmové práce, která umožňuje úspěšnější a efektivnější dosažení stanovených cílů díky vzájemné toleranci a komunikaci v týmu
- ◆ rozvoj prezentačních dovedností - jak si připravit prezentaci pro danou situaci, jak neefektivněji předat své informace
- ◆ asertivní chování neboli schopnost otevřeně komunikovat pomáhá prosazovat vlastní názory a zájmy s ohledem na ostatní jedince. Učí jednat aktivně a umět argumentovat
- ◆ sociální kompetence, jež pomáhají jedincům vcítit se do pocitů jiných lidí, porozumění lidským vztahům a naslouchání druhým
- ◆ motivaci – jak správně motivovat sami sebe a své spolupracovníky, abychom co nejlépe dosáhli společného cíle

### 3.3 Metoda propojení

Každá lekce z oblasti hard skills obsahuje fáze projektu. Tyto jednotlivé fáze, popisující průběh projektu, budou doplněny lekcemi s vhodnými soft skills, které bude možné využívat a uplatňovat během tvorby projektu.

### 3.4 Struktura kurzu

Struktura jednotlivých lekcí z oblasti hard skills bude chronologicky přizpůsobena jednotlivým životním fázím projektu.

#### Fáze č. 1

**zahájení projektu** – oblast kurzu zaměřená na první životní fázi projektu se bude obecně věnovat problematice cyklu projektového řízení a popisu činností nezbytných pro klíčové postupy iniciace projektu a projektovou analýzu. Pozornost bude zaměřena také na základní pomocné nástroje definování cílů, priorit a výstupů projektu, jakými jsou např. SMART a SWOT analýza, analýza pozitivních a negativních sil, sestavení Stromu cílů apod. Kurz povede účastníky k rozvoji znalostí a dovedností tak, aby byli schopni správně definovat klíčový předmět projektu a cíle, kterých chtějí realizaci dosáhnout, a byli schopni vypracovat adekvátní Zadání projektu, které může obstát při následných schvalovacích procesech.

#### Fáze č. 2

**projektové plánování** – pro druhou životní fázi projektového cyklu je důležité vypracování kvalitního Projektového plánu, které je podmíněno schopností věcné a objektivní projektové analýzy, na které přímo závisí úspěšnost realizace projektu. Účastník kurzu bude seznámen se základními pomocnými nástroji efektivního projektového plánování, jakými jsou např. Ganttův diagram, PERT diagram, CPM diagram, Analýza požadavků 5M, Metoda 5C apod.

Účastník kurzu bude schopen definovat dílčí činnosti realizace a ukončení projektových prací a vyhotovit jednotlivé dílčí plány nezbytné pro fázi projektového plánování

- ◆ plán projektových prací

- ◆ plán nákladů a materiálů
- ◆ plán rizik, jejich eliminace a případných nápravných postupů
- ◆ plán personálního obsazení projektu a jednotlivých dílčích činností
- ◆ časový harmonogram projektu i jednotlivých dílčích činností
- ◆ strategie komunikace v rámci projektového týmu
- ◆ plán řízení a kontroly kvality, dosažených výsledků a časového harmonogramu

Účastník kurzu bude schopen sestavit Projektový plán tak, aby byl ideálně připraven obstát při následných schvalovacích procesech.

### Fáze č. 3

**realizace projektu** – fáze realizace projektu obnáší kontrolu dodržování všech plánů stanovených v předešlé fázi projektového plánování, na jejíž metodiku, taktiky, techniky a postupy bude zaměřena oblast hard skills. Ve fázi realizace projektu bude kladen důraz převážně na rozvoj dovedností z oblasti soft skills, např. manažerských dovedností.

### Fáze č. 4

**vyhodnocení projektu a jeho uvedení do praxe** - účastník kurzu se seznámí s doporučenými postupy ukončení projektu a nástroji vyhodnocení projektových prací, vypracováním závěrečné dokumentace včetně názorných příkladů a doporučených formulářů, archivací projektu a zhodnocováním zkušeností. Součástí bude také podpora optimalizace podmínek pro úspěšné uvedení projektu do praxe.

## 3.5 Obsah modulů

Obsahem úvodního modulu bude seznámení se základní problematikou a terminologií projektového managementu, jeho pozitivy a negativy, popisem specifík informačního a knihovnického prostředí pro využití jeho metodologie a praktickými příklady.

Součástí jednotlivých modulů budou také ukázky z praxe, názorné příklady a doporučení.

Důraz kurzu bude kladen na možnosti využití projektového managementu v oblasti knihovnických služeb:

- ◆ jaké fondy lze v této oblasti k čerpání prostředků využít
- ◆ jak projekt správně napsat tak, aby měl šanci obstát před hodnotiteli i konkurenčními projekty
- ◆ jaké projekty v oblasti knihovnictví se realizují v zahraničí
- ◆ jaká kritéria musí projekt splňovat
- ◆ jaké projekty mají šanci na úspěch
- ◆ jak se na projekt dobře připravit

### 3.6 Metodika tvorby e-learningových kurzů

Při tvorbě e-learningových kurzů je třeba dbát na dodržení základních metodických postupů, které nám umožní vyvarovat se tvorby nevhodného či nepoužitelného kurzu. Je třeba se zaměřit především na:

- a. didaktické zásady se zaměřením na vzdělávání dospělých. Je třeba se zaměřit na různé možné učební styly studentů kurzu, vlivy na motivaci a na efektivitu studia, komplexní propojení multimediálních prvků s psaným textem. Tato oblast zahrnuje i přesné definování práce tutorů kurzu.
- b. design kurzu, interaktivita, navigace, estetická stránka, média – oblasti kurzu, ve kterých špatnou volbou stavíme studenta do pozice pouhého čtenáře, znepríjemnit studium nevhodným designem, zahltit množstvím médií či nechat studenta bloudit složitou navigací kurzu.
- c. realizační tým – jak již bylo popsáno v první kapitole.
- d. stanovení pravidel – jak interních, která budou platit v tvůrčím týmu po celou dobu vzniku kurzu ale i pravidla provozu kurzu jako jsou např. pravidla přihlášení, délky studia, pravidla pro závěrečné testy, pravidla komunikace student – student, student – tutor.

### 3.7 Realizace kurzu

Samotný kurz bude realizován v prostředí Moodle. Jde o software pro podporu výuky pomocí on-line kurzů, šířený zdarma pod licencí GNU jako OpenSource. Umožňuje široké zapojení studentů do výuky, publikování multimediálních studijních materiálů, podporuje diskusní fóra, sběr úkolů odevzdaných elektronickou formou, tvorbu on-line testů, poskytuje tutorům přehled o aktivitě studentů. O kvalitách produktu může svědčit i deváté místo v anketě Top 100 Tools for Learning vedle nástrojů typu Google Documents nebo Skype. Je široce využíván nejen v akademickém prostředí, a to jak v Brně (Filosofická, Pedagogická fakulta Masarykovy univerzity), tak i v Praze na Pedagogické fakultě Univerzity Karlovy.

Obsah kurzu je tvořen pomocí různých modulů, které jsou k dispozici buď přímo v základním balíku, nebo jako rozšiřující moduly. Tyto lze dále upravovat tak, aby co nejlépe vyhovovaly potřebám. V základu jsou mimo jiné i moduly pro vkládání stránek ve formátu HTML, Flash animace, studijní materiály ke stažení, diskusní fóra, úkoly pro studenty, automaticky vyhodnocované on-line testy a ankety, možnost vytvořit slovník na jehož tvorbě se dále mohou podílet i studenti.

Klíčové možnosti, které systém Moodle poskytuje, jsou vypsány v seznamech níže:

#### 3.7.1 Správa kurzu<sup>2</sup>

- ◆ Volba mezi týdenním, tématickým nebo diskusním uspořádáním kurzu
- ◆ Široká nabídka možných činností v kurzu: fóra, deníky, testy, materiály, hlasování, dotazníky, úkoly, chat, workshop
- ◆ Na domovské stránce kurzu se mohou zobrazovat změny provedené od posledního přihlášení
- ◆ Většinu oblastí pro vkládání textu (materiály, příspěvky do fór, záznamy do deníku atd.) lze editovat pomocí vestavěného WYSIWYG editoru HTML

---

2 *Vlastnosti - MoodleDocs* [online]. 2008 [cit. 14.11.2008]. Dostupné z <http://docs.moodle.org/cs/Vlastnosti>.

- ◆ Všechna hodnocení z fór, deníků, testů a úkolů mohou být zobrazena na jedné stránce (případně uložena jako soubor pro zpracování v tabulkovém procesoru)
- ◆ Rozsáhlé možnosti sledování a zaznamenávání činnosti uživatelů - podrobný záznam a grafy činnosti každého studenta v libovolném modulu (poslední přístup, počet čtení) a také přehledná "historie" studenta v kurzu na jediné stránce, tj. záznam o všech jeho činnostech včetně zápisů do deníku, přispívání do fór atd.
- ◆ Vlastní škály - učitelé si mohou definovat vlastní škály pro hodnocení fór, úkolů a deníků
- ◆ Pomocí funkce Zálohování je možné celý kurz sbalit do jediného souboru ve formátu ZIP. Z tohoto souboru jej pak lze zase obnovit na libovolném serveru provozujícím Moodle

### 3.7.2 Správa uživatelů<sup>3</sup>

- ◆ Cílem je omezit nutnost zásahů administrátora na minimum a přitom zachovat vysoký standard zabezpečení
- ◆ Díky doplňkovým modulům podporuje řadu ověřovacích mechanismů, které umožňují snadnou integraci do stávajících systémů
- ◆ Standardní e-mailová metoda: studenti si mohou vytvářet své vlastní účty. Uvedou při tom e-mailovou adresu, která se ověřuje potvrzením po obdržení e-mailu
- ◆ Každá osoba potřebuje pro celý systém pouze jeden účet; pro různé účely lze účtu přiřadit různá práva
- ◆ Učitel může pro každý kurz stanovit "klíč k zápisu", aby do něj měli přístup pouze oprávnění studenti. Tento klíč jim pak sdělí osobně, soukromým e-mailem apod.
- ◆ V případě potřeby mohou učitelé zapsat studenty do kurzu také ručně
- ◆ Učitelé mohou studenta také ručně odhlásit. Jinak je student odhlášen automaticky, pokud po určitou dobu, kterou nastaví administrátor, nevyvíjí žádnou činnost

---

3 Tamtéž.

### 3.7.3 Správa systému

Umístění kurzu a tedy i jeho správu budeme řešit přes portál elektronických kurzů El·dům. Ten slouží jako místo pro umístění nejrůznějších elektronických kurzů pod hlavičkou Filozofické a Pedagogické fakulty Masarykovy univerzity.

## 4. Závěr

Implementace metod projektového managementu v knihovnách je aktuálním tématem, neboť v současném dynamicky se měnícím prostředí je nezbytně nutné, aby byly knihovny schopny pohotově a adekvátně reagovat na aktuální potřeby uživatelů. V této souvislosti se jeví efektivní realizace projektů jako jeden z klíčových faktorů vývoje informační instituce do budoucna.

Kurz projektového managementu “na míru” knihovníkům tedy může významným způsobem přispět k rozvoji dané instituce a zároveň několikanásobně zvýšit její šance uspět v konkurenčním prostředí, zejména co se týče žádostí o finanční dotace na podporu plánovaných projektů.

Po absolvování KPM bude knihovník schopen se teoreticky i prakticky orientovat v této oblasti a získané zkušenosti může uplatnit v příslušné instituci. Dobře napsané, schválené a následně realizované projekty mohou zvyšovat prestiž knihoven a jejich lepší postavení ve společnosti.

## Literatura

- [1] BAREŠOVÁ, Andrea. *e-LEARNING ve vzdělávání dospělých*. 1.vyd. Praha: Nakladatelství VOX, 172 s. 2003. ISBN 80-86324-27-3.
- [2] *El·dům* [online]. 2008 [cit. 14.11.2008]. Dostupné z <http://eldum.phil.muni.cz/>
- [3] *GANTT project* [online]. 2003-2008 [cit. 2008-11-10]. Dostupné z <http://ganttproject.biz/>.
- [4] *MOODLE.CZ* [online]. 2008 [cit. 14.11.2008]. Dostupné z <http://moodle.cz/>
- [5] PAVLÍČEK, Jiří. *E-learning v podnikovém vzdělávání*. 1. vyd. Ostrava :

Ostravská univerzita, Pedagogická fakulta, 2003. 74 s. ISBN 80-7042-920-8.

- [6] ŠEDINOVÁ, Petra. Jak postavit e-kurz práce s informacemi. *Ikaros* [online]. 2008, roč. 12, č. 5/2 [cit. 2008-11-10]. Dostupné z <http://www.ikaros.cz/node/4761>. ISSN 1212-5075.
- [7] *Top 100 Tools for Learning 2008* [online]. 2008 [cit. 14.11.2008]. Dostupné z <http://www.c4lpt.co.uk/recommended/top100.html>
- [8] *Vlastnosti - MoodleDocs* [online]. 2008 [cit. 14.11.2008]. Dostupné z <http://docs.moodle.org/cs/Vlastnosti>

## Přílohy

### Příloha 1: Dotazník

## Kurz projektového managementu: dotazník

Vyplněním dotazníku nám umožníte kurz koncipovat tak, aby co nejvíce vyhovoval Vaším potřebám.

\* Povinné

**Má Vaše instituce zájem zapojit se do e-learningového kurzu, který rozvíjí poznatky z oblasti projektového managementu a související tzv. měkké dovednosti (prezentační dovednosti, komunikační dovednosti, asertivní chování ap.) a který bude poskytován zdarma? \***

- Ano  
 Ne

**Kolik Vašich zaměstnanců by mělo o tento e-learningový kurz zájem?**

Uveďte, prosím, přibližný počet.

**O které oblasti e-learningového kurzu máte zájem?**

Můžete zvolit více možností.

- Obecná teorie projektového managementu
- Využití metodologie projektového managementu v praxi, včetně názorných příkladů
- Nástroje a postupy analýzy, plánování, realizace a zhodnocení projektu (metodologie projektového managementu ve všech životních fázích projektu)
- Dokumentace projektu (šablony formulářů, administrativa, archivace)
- Odkazy na zajímavé zdroje informací z oblasti projektového managementu
- Možnosti financování projektů v knihovnách

## *Příloha 2: Syllabus KPM*

<b>Studijní předmět</b>	Kurz projektového managementu (KPM)
<b>Způsob ukončení</b>	
<b>Podmínky ukončení</b>	Absolvování všech 7 modulů + úspěšné složení testu
<b>Rozvrhové informace</b>	Probíhá formou e-learningového kurzu. Přístupné 24/7
<p><b>Cíle:</b> Kurz rozvíjí znalosti studentů získané v bakalářském a v magisterském studiu a zaměřuje se především na vzdělání v oblasti projektového managementu. Kurz má podpořit a usnadnit studentům teoretický a praktický přístup k fenoménu projektu. Hlavním cílem KPM je vytvoření takového kurzu, který dostatečně vzdělá studenty, budoucí pracovníky knihoven v oblasti PM. Vyškolený absolvent kurzu bude schopen definovat a realizovat projekt. Bude vyškolen v oblasti tzv. hard skills (HS) a bude teoreticky i prakticky zvládat dílčí problematiku a metodiku specifických částí přípravy a realizace projektů. Cílem kurzu je vyškolit uživatele kurzu také v oblasti tzv. soft skills (SS), jako je týmová spolupráce, umění prezentace, motivace, či asertivní chování. Kurz, který bude rozdělen do několika modulů, pojednávajících o dílčí problematice projektového managementu, bude nabyté znalosti uživatelů monitorovat kontrolními testy. Takto bude zajištěna jednotná míra znalostí všech absolventů kurzu.</p>	
<p><b>Význam problematiky:</b> V dnešní informační společnosti, která přináší zrychlení, permanentní změny a nové příležitosti, je jednou z nutných výbav budoucího knihovnického personálu také vzdělání v oblasti projektového managementu (PM). Implementace metod projektového managementu v knihovnách je aktuálním tématem, neboť v současném dynamicky se měnícím prostředí je nezbytně nutné, aby byly knihovny schopny pohotově a adekvátně reagovat na aktuální potřeby uživatelů. Znalost PM může knihovnám významným způsobem pomoci přispět k jejich rozvoji a zároveň několikanásobně zvýšit jejich šance uspět v konkurenčním prostředí, zejména co se žádostí o finanční dotace na podporu plánovaných projektů týče. Znalosti PM, tzv. hard skills by měly být obohaceny o rozvoj tzv. soft skills dovedností, jako je např.</p>	

prezentace projektu, komunikace v týmu atd.

### **Obsah kurzu:**

HS: Obecný úvod (co to je, základní pojmy, proč je dobré využívat metodiku PM, jak a při čem ji můžeme využít v knihovnách, specifika knihovnického prostředí, kdo může PM využívat, slovníček základních pojmů + praktické příklady, pozitiva a negativa PM, projektový trojúhelník)

*SS: základní charakteristika, manažerská etika*

HS: Jednotlivé životní fáze projektového cyklu: zahájení projektu (co je to vůbec cyklus projektového řízení, proces iniciace projektu, projektová analýza, definování cíle a výstupů, strom cílů, SMART a SWOT analýza, analýza pozitivních a negativních sil, zadání projektu včetně doporučeného formuláře, praktické ukázky, příklady)

*SS: time management.*

HS: Jednotlivé životní fáze projektového cyklu: projektové plánování (proč ho děláme?, projektový plán, vychází z projektové analýzy – co to vůbec je, schémata plánování, proces definování předmětu projektu, vytváření plánů – projektových prací, nákladů, materiálů, sestavení týmu, strategie komunikace, řízení rizik a kvality, nouzové plány, časový rozpis projektu – diagramy Ganttův, PERT diagram, CPM diagram, Analýza požadavků 5M, Metoda 5C, schvalování projektového plánu, doporučené formuláře, praktické ukázky a příklady)

*SS: týmová práce, komunikace v týmu*

HS: Jednotlivé životní fáze projektového cyklu: realizace projektu (dodržování projektového plánu, k čemu dochází, kam se projekt posouvá, co proces realizace obnáší, tzn. kontrola dodržování všech plánů stanovených v rámci projektového plánování, funkce manažera, řízení týmu, projektu, taktiky, techniky; vedení projektového týmu, odpovědnosti, synergický efekt, doporučené formuláře, cvičení, praktické ukázky a příklady)

*SS: manažerské dovednosti - motivace, osobnost manažera, koncepční,*

HS: Jednotlivé životní fáze projektového cyklu: vyhodnocení projektu a reálná aplikace v praxi (ukončení projektových prací, závěrečné

dokumentace, archivace projektu, konec užívání rozpočtů a dalších materiálů, zhodnocování zkušeností, zavádění projektu v našem případě v knihovně, uvolnění týmu, hodnocení efektivity postupů, Metoda semaforu, akceptační kritéria, dopad projektu na společnost, doporučené formuláře dokumentace, praktické příklady, doporučení)

*SS: asertivita*

HS: Možnosti financování projektů v knihovnách (co lze využít, jaké fondy a zdroje, jak se dobře připravit, jaké projekty mají šanci, jak projekt dobře napsat, prezentovat, jaké projekty frčí v zahraničí a jak se to tam vůbec dělá, doporučené formuláře, styly psaní projektů, jak zvýšit své šance, čeho se vyvarovat, jaká kritéria by měl projekt splňovat, jak se projekty hodnotí a kdo je hodnotí, praktické příklady úspěchu a neúspěchu a proč konkrétní projekty neuspěly/uspěly)

*SS: prezentační dovednosti, kritické myšlení*

HS: Softwarová podpora při projektových pracích (volně dostupné, placené, srovnání, doporučení), doporučené zdroje ke studiu, související literatura, již existující volně dostupné kurzy pro doplnění znalostí

### **Základní literatura:**

ALLAN, Barbara. *Project management : tools and techniques for today's ILS professional*. London : Facet, 2004. viii, 193 s. ISBN 18-5604-504-8.

BEZCHLEBA, Jaroslav. *Manažerské dovednosti lektora*. CC Systems a.s. Education. Materiály pro školení. 80 s.

KERZNER, Harold. *Project management : a systems approach to planning, scheduling, and controlling*. 9th ed. Hoboken : J. Wiley, c2006. xxi, 1014 s. ISBN 0-47174-187-6.

NĚMEC, Vladimír. *Projektový management*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2002. 182 s. ISBN 80-2470-392-0.

PETERS-KUHLINGER, Gabriele, JOHN, Friedel. *Komunikační a jiné "měkké" dovednosti..* 1. vyd. Praha : Grada publishing, 2007. 112 s. ISBN 978-80-247-2145-3.

PLAMÍNEK, Jiří. *Vedení lidí, týmů a firem : praktický atlas managementu.* 1. vyd. Praha : Grada, 2002. 151 s. ISBN 80-2470-403-X.

POSTER, Keith, APPLGARTH, Mike. *Projektový management.* Vyd. 1. Praha : Portál, 2006. 112 s. ISBN 80-7367-141-7.

ROSENAU, Milton D. *Řízení projektů. Překlad Eva Brunovská.* Vyd. 3. Brno : Computer Press, c2007. X, 344 s. ISBN 80-7226-218-1.

SVOZILOVÁ, Alena. *Projektový management.* 1. vyd. Praha : Grada, 2006. 353 s. ISBN 80-247-1501-5.

**Rozšiřující literatura:**

DORAN, George T. There´s a S.M.A.R.T. way to write management goals and objectives. In: *Management review.* 1981. pg. 35-36.

CHVALOVSKÝ, Václav. *Řízení projektů, aneb, Překážkový běh na dlouhou trať.* Vyd. 1. Praha : ASPI, 2005. 130 s. ISBN 8073570858.

HAYESOVÁ, Nicky. *Základy sociální psychologie.* Ida Vaňková; Mgr. Irena Štěpánková. 1. vyd. Praha : Portál, 1998. 165 s. ISBN 80-7178-198-3.

**Doplňující poznámky:** Výuka bude probíhat v prostředí Moodle.

# Študent učí študenta

*Martin Šuraba*

*Prešovská univerzita*

*martin.suraba@gmail.com*

## **Abstrakt**

Príspevok sa venuje tvorbe a realizácii projektu s názvom „Študent učí študenta“. Cieľom projektu je vytvoriť blog medzi knihovníckymi študentmi v Slovenskej a Českej republike z dôvodu vzájomnej spolupráce, komunikácie, skúsenosti a pod. Príspevok sa zaoberá aj obsahom blogu, čo by mal obsahovať a čoho by sa príspevky blogu mali vyvarovať. Pozornosti sa venuje aj kódex blogera, ktorý má každý bloger dodržiavať. Blog síce nemá stanovené žiadne pravidlá, ale cieľom projektu nie je, aby doň mohol písať hocikto o hocičom. Záver príspevku sa zaoberá reflexívnou otázkou „Prečo blogovať?“

**Kľúčové slová:** blog, študent, informácie

## **1. Blog, blogovanie ako forma elektronického publikovania**

Blog je elektronická forma publikovania, v ktorej autor (blogger) nie je závislý na žiadnej redakcii. Takisto nie je viazaný časovo, svoje články môže vkladať kedy chce on, nie vtedy, keď mu to „prikazuje“ čas.

Študenti, ktorí sú kreatívni, často píšu blogy. Každý blog je individuálny a skrýva v sebe prvok originality ako študent sám. Myslím si, že priestor na realizáciu individuálnych blogov má študent pestrý. Blogovacie stránky síce poskytnú bloggerovi priestor, ale stále sa musí riadiť pokynmi správcov, adminov. Chýba mu akási voľnosť.

## **2. Vytvorenie knihovníckeho blogu pre študentov**

Mojim cieľom je vytvoriť blog pre knihovníckych študentov, preto som nazval tento projekt „Študent učí študenta“. Pôjde o blog, v ktorom sa študenti budú navzájom vzdelávať. Študentov knižničnej a informačnej vedy na šiestich univerzitách (Prešovská univerzita, Žilinská univerzita, Univerzita Komenského, Masarykova univerzita, Slezská univerzita a Univerzita Karlova) je pomerne dosť a každý môže prispieť svojou kreativitou a individualitou.

Spolupráca medzi študentmi nemusí prebiehať iba na študentských konferenciách (na nich sa zúčastnia zväčša reprezentanti danej univerzity), ale môže prebiehať aj online. Pavol Rankov spomína vo svojej knihe problematiku jednotného komplexného technologického systému. „Jednotlivé informačné a komunikačné technológie sú v informačnej spoločnosti natoľko prepojené, že vytvárajú spomínaný „jednotný komplexný technologický systém““.(Rankov, 2006, s. 18) Študenti môžu medzi sebou komunikovať, konzultovať, radiť si. Môžu si nechávať odkazy, prípadne sa navzájom volať na rôzne besedy a iné organizácie do knižníc po oboch republikách a tí, potom robiť o besedách rôzne reportáže, prípadne fotoreportáže.

Podobne je to aj s knihami a inými študijnými materiálmi. Veď kto iný by mal pomáhať študentom, ak nie oni sami? Študenti, tak ako si pomáhajú so zháňaním literatúry na univerzite, tak by si mohli pomáhať aj v rámci

tohto projektu. Bolo by zaujímavé, ak by sme spoluprácu rozšírili aj s KI NK, konkrétne s KKL.

Takisto by bola vhodná výmena poznatkov, skúseností. Bolo by zaujímavé porovnať si jednotlivé predmety a študijné programy, takisto aj skúseností z praxe. Zhodnotiť a rozanalyzovať si pozitívne, či negatívne skúsenosti z praxe. Takisto by bolo vhodné porovnať si dĺžku praxe, či študentovi nie je príkrátka, prídlhá. Určite by bolo zaujímavé, ak by študent priniesol na blog nejaký nápad na prax, napr. „Nepáčilo sa mi tam, ale určite, keby som robil to a to, bolo by to možno lepšie.“ Najhoršie na praxi dopadnú študenti, ktorí majú nejakú negatívnu skúsenosť a potom zanevrú na štúdium. Nemajú sa komu a hlavne kde zveriť a preto, ak by napísali na blog nejaký príspevok, bolo by to prínosné aj pre nich, aj pre ostatných, ktorí by vedeli, čoho sa vyvarovať a pod. Prínosné bude, ak sa študenti budú medzi sebou baviť, kontaktovať sa, rozprávať si rôzne zábavné historky z praxe a tým sa budú aj dopĺňať.

Prečo blog a nie časopis? Blog je druh elektronického publikovania, ktorý nie je časovo viazaný. Každý bloger môže doň prispievať kedy chce. Pri časopise by sme sa museli viazať na základe nejakej periodicity. To znamená, raz za mesiac, raz za 2 týždne a to by mnohých odradilo, pretože autori by boli viazaní stresom, že nič nestihnú. Čo sa týka blogu, bloger môže jeden článok písať tak dlho ako chce, čas tu nehrá žiadnu rolu. Opäť spomeniem Rankova, ktorý vo svojej Informačnej spoločnosti hovorí o informačne bohatých a informačne chudobných. Tvrdí, že medzi informačne bohatými a informačne chudobnými je akási priepať. (Rankov, 2006, s. 57-67) Prečo by mala byť aj medzi študentmi nášho odboru akási informačná priepať?

## 2.1 Témy blogu

Teraz sa trochu pozrieme na témy, ktoré som navrhol a blog by ich mal obsahovať. Samozrejme, môžu a myslím, že sa budú meniť po vzájomne debate. Najprv si navrhnuté témy ukážeme tabuľkou.

**Tabuľka 1: Témy, ktoré by mal obsahovať blog projektu „Študent učí študenta“**

Zaujímavé (nevšedné) predmety
Odkazy na učebné knihy aj ebooky
Spoločné predmety, prednášky
Ja, knihovník
Knihovnícka zábava
Nápady na vylepšenie, iné zaujímavosti, projekty, atď.

### **Zaujímavé (nevšedné) predmety**

V prípade nevšedných predmetov by bolo zaujímavé, keby sa študenti rozpísali a písali články na svoje obľúbené predmety, na ktoré chodia s iným odborom a nejako by nalákali iných kolegov aj z ostatných univerzít. Myslím, že každý človek má k niečomu blízky vzťah a prečo by o tom nemohol povedať aj ostatným, keď sa to vyučuje na tej, ktorej univerzite?

### **Odkazy na učebné knihy a ebooky**

K tomu by bolo celkom vhodná spolupráca s knihovníckym inštitútom. Spolupráca by bola na úrovni konzultácie, kde by nám odborníci radili, či je daná monografia, príp. periodikum vhodným pre učebné osnovy. Prípadne ako sa k danej publikácii dostať.

### **Spoločné predmety, prednášky**

Predmety ako bibliografia, informačné systémy a iné sa učia na všetkých univerzitách. Myslím, že by bolo celkom zaujímavé porovnať si učivo, baviť sa navzájom, čo nám nie je jasné, konzultovať medzi sebou a tak.

### **Ja, knihovník**

V tejto sekcii by sme sa mohli spoznávať najlepšie, ak nerátam zábavu. Tu by sme mohli písať prečo sme sa rozhodli venovať štúdiu, čo nám dalo, čím nás obohatilo. Samozrejme bolo by celkom interesantné, keby sme sa

o štúdiu vyjadrovali aj negatívne, aby sme vedeli, čo máme zlepšiť a pod. Do tejto sekcie by bolo vhodné pridať aj skúsenosti z praxe.

### **Knihovnícka zábava**

V tejto sekcii by sme sa mohli venovať zábave, kreativite. Každý študent by tu mohol písať akési testy, ankety, krížovky a všelijaké zábavné zaujímavosti, ktorým by sme si spestrili študentský život.

### **Nápady na vylepšenie, iné zaujímavosti, projekty, atď.**

V tejto sekcii by sme sa mohli venovať rôznym problémom, písať o rôznych študentských konferenciách, besedách v knižniciach, takisto aj o zaujímavých postrehoch, ktoré by priniesol každý študent. Aké zaujímavé projekty objavil? Napríklad kamarádku knihovnu, či iné.

## **2.2 Témy, ktoré by blog nemal obsahovať**

Teraz by som tabuľkovo navrhol témy, ktorým sa určite nebudeme venovať. Zatiaľ sú len dve, ale môžu sa pridať po vzájomnej diskusii.

*Tabuľka 2: Témy, ktoré by blog nemal obsahovať*

### **Osobnosť, osobné blogy**

Reklama niečoho svojho, čo nesúvisí s knihovedou a informačnou vedou

### **Osobnosť, osobné blogy**

Je síce pravda, že bloger nemá príkaz kam má jeho „hranica siahat“, ale niekedy to mnohí blogeri prehávajú a píšú až príliš osobne. Chýba im autocenzúra, hodia na svoje blogy všetko, ľudovo povedané, čo im slina na jazyk prinesie. Na svoje osobné blogy to majú dovolené, lebo im to nikto nezakazuje. Avšak Chris Harris tvrdí vo svojom článku „Five reasons Not to Blog“, že blogovanie je síce akási forma verejného prostriedku, ale odhaľuje identitu. (Harris, 2007) To nie je náš cieľ. Cieľom tohto blogu a projektu „Študent učí študenta“ je pomôcť študentom pomocou ich kreativity, originality a tvorivosti. Tento projekt má študenta obohatiť v jeho odbornom a intelektuálnom raste.

Reklama niečoho svojho, čo nesúvisí s knihovedou a informačnou vedou

Je jasné, že každý študent vnesie do projektu kúsok svojej originality a individuálnosti. Takisto by bolo zaujímavé, keby nám predstavil svoje pracovné skúsenosti. Ale nie je mysliteľné, aby sa projekt „Študent učí študenta“ používal na propagačné účely nejakých webových stránok a iných propagačných materiálov, ktoré nesúvisia s knihovedou a informačnou vedou.

## **2.3 Kódex blogera**

### **Kódex blogera**

1. Každý bloger je zodpovedný za svoje príspevky, ako za kvalitu, tak i za kvantitu.
2. Bloger si je vedomý, že každý jeho príspevok má prvok originality, kreativity a prínosu pre seba, aj pre iných.
3. Bloger sa kódexom zaväzuje, že svoje príspevky odnikiaľ neukradol, že príspevok (článok, diskusný príspevok, atď.) je jeho a ak použil nejaký informačný prameň, zadá ho do svojej použitej literatúry. Zároveň sa zaväzuje, že neporušuje autorský zákon.
4. Bloger súhlasí s tým, že nemôže písať rasistické, nacionálne a iné príspevky, ktoré by robili hanbu jemu, aj celému blogu.
5. Použiť svoje články, ktoré má bloger na tomto blogu, je vhodné aj inde (napríklad článok v periodiku, na inej webovej stránke, atď.), ale aspoň zo slušnosti by nato mal upozorniť. Samozrejme, že sa nepripúšťa možnosť, aby bloger dával svoje príspevky všade, kam má prístup. Nikto nemá chuť čítať jeden článok päťkrát. S vydaním článku v inom zdroji musí súhlasiť aj druhá strana, že článok ostane aj na blogu v projekte Študent učí študenta. Bolo by predsa nemysliteľné, keby tento blog mal podobu „skúšobného králika“.

## **2.4 Profil blogera**

Profil blogera

Každý bloger bude mať vlastný prístup, z dôvodu toho, že každý bloger je akýmsi druhom individuality, každý prináša svoj pohľad na daný problém a pod. Bolo by zaujímavé, keby sme sa vedeli spoznávať, vyplnením akéhosi profilu by sme si o sebe urobili predstavu. Mohli by sme tak komunikovať o spoločných témach a vytvoriť si o sebe prvé dojmy. Dotazník by mal obsahovať polia ako:

- ◆ Nick
- ◆ Kontakt na seba, email
- ◆ Škola, ktorú reprezentujem
- ◆ Oblíbená knižnica
- ◆ Oblíbená kniha
- ◆ Oblíbená hudba
- ◆ Oblíbený film

## 2.5 Prečo blogovať?

Keith McPherson vo svojom článku „School library blogging“ píše, že blogovanie môže slúžiť ako zaujímavá komunita medzi učiteľmi a študentmi. Učitelia a študenti si medzi sebou čítajú svoje príspevky. Prečo teda blogovať? Pretože sa môžeme vytvárať po intelektuálnej, odbornej stránke. Takisto blogovanie vyvíja študenta po informačnej stránke, získava nové informačné zručnosti a skúsenosti. (McPherson, 2006)

Výhodou blogovania ako spomína Jana Jelínková (2006), je možnosť publikovania na webe na základe jednoduchých zručností a schopností. Nie je potrebné ovládať html jazyk na úpravu textu, jediné, čo v blogovaní potrebujú študenti, je chuť písať a ovládať redakčný systém. Adminovanie, úprava textu, vkladanie obrázkov nie je ťažké naučiť sa. Ale ako už autorka, Jana Jelínková hovorila, najdôležitejšie na blogovaní, je chuť písať a mať nápady. (Jelínková, 2006)

## 2.6 Problematika domény

Uvažoval som, kde by bolo vhodné blog umiestniť. Nechcel som ho dávať na stránku žiadnej, konkrétnej univerzity, pretože to by mohlo mnohých študentov odradiť. Celkom zaujímavým blogom pre celosvetovú knižničnú a informačnú vedu je projekt Billa Drewa <http://library20.ning.com> a v rámci neho vytvorila Karen Ganske diskusnú skupinu pre študentov <http://library20.ning.com/group/idaholisstudents>, ďalšou možnosťou domény je forma diskusie o nej.

### Zoznam bibliografických odkazov:

- [1] DREW, B. *Library 2.0*. [online] [cit. 2008-11-13]. Dostupné na internete <http://library20.ning.com/>
- [2] GANSKE, K. *Idaho LIS students*. [online] [cit. 2008-11-14]. Dostupné na internete <http://library20.ning.com/group/idaholisstudents>
- [3] HARRIS, C. Five reasons not to Blog. *School Library Journal*. 2007, č. 4, s. 24. ISSN 03628930.
- [4] McPherson, K. School library blogging. In *Teacher Librarian*. 2006, č. 5, s. 67-69. ISSN 14811782
- [5] JELÍNKOVÁ, J. Nebojme sa blogovať. In *ITlib. Informačné technológie a knižnice* [online], 2006, č. 02 [cit. 2008-11-13]. Dostupné na internete <<http://www.cvtisr.sk/itlib/itlib062/jelinkova.htm>>. ISSN 1336-0779.
- [6] RANKOV, P. 2006. *Informačná spoločnosť*. Levice : Koloman Kertész Bagala, L.C.A., 2006. 173 s. ISBN 80-89129-91-9. In

# ANALÝZA A APLIKACE NETRADIČNÍCH MARKETINGOVÝCH TECHNIK NA PODPORU ČTENÁŘSTVÍ – GUERRILLA READERS

*Olga Biernátová*

*Masarykova univerzita*

*Olga.biernatova@gmail.com*

## **Abstrakt**

Projekt analýza a aplikace netradičních marketingových technik na podporu čtenářství (krátký název: Guerrilla readers) si klade za cíl propagaci guerrillového marketingu (dále GM) prostřednictvím jednotlivých kampaní, které by měly prakticky prezentovat metody GM a vytvoření inspirativního webového prostředí, které knihovnám představí inovativní přístupy GM a nabídne jim mnohé návody a materiály, které mohou dále využít při podpoře čtenářství a propagaci sebe sama. Příspěvek, kromě popisu projektu, obsahuje také informace o GM obecně, nové trendy, příklady a možnosti jeho využití.

**Klíčová slova:** guerrilla marketing, čtenářství, propagace, knihovny

## 1. Guerrillový marketing

„Reklama, na kterou narážíme už snad úplně všude, je obtěžující. A tak si na nás marketingoví odborníci vymysleli reklamu, která se nesnaží obtěžovat, ale zapojit. To je guerilla marketing.“<sup>1</sup> Třicetisekundový spot je mrtvý, nastává nová éra marketingu: Guerrilla.

V čem je guerilla marketing (dále GM) jiný? Od klasického se liší zejména množstvím investic. Zatímco pro klasickou reklamu potřebujete zejména peníze, u GM je hlavní investicí čas, představivost a energie. GM také odstraňuje tajemno z marketingového procesu, je jasný, úderný a čitelný. Dalším rozdílem je cíl reklamy. Tradiční metody jsou zaměřené zejména na objem prodeje, čili kolik toho prodáme, zatímco GM se soustředí na zisk – kolik prodejem získáme. GM se snaží vniknout hluboko do povědomí lidí, být tak zajímavý a tak často opakován, až to cílovou skupinu donutí ke koupi. Ve Spojených státech se říká, že váš vzkaz musí devětkrát proniknout do myslí lidí, aby s nimi pohnul ze stavu naprosté apatie k nákupu. Na otázku, co způsobuje, že marketing funguje, existuje odpověď, která má jedno slovo a tím je „odevzdanost“. Takže marketing se hraje podle těchto pravidel: vypracuj si plán, velice jednoduchý plán. Sedm vět dlouhý. To je vše, co musí být. Pak se tomu plánu odevzdej. A ještě jedno důležité upozornění: Marketing není událost, je to proces.<sup>2</sup>

„Guerrilla marketing je termín zpopularizovaný Jayem C. Levinsonem; jeho kniha Guerrilla Marketing vyšla již v roce 1982. Levinson definoval touto nálepkou označené aktivity jako nekonvenční cesty k oslovení potenciálních zákazníků realizované s nízkými rozpočty, jejichž výsledkem je, že recipient věnuje kampani svou pozornost, aniž by si byl primárně vědom, že jde o propagaci. V dnešní době je pro guerilla marketing vhodná doba z několika zásadních důvodů. Především užívá jiné než klasické inzertní kanály, kterým se každý obyvatel západní civilizace naučil úspěšně vyhýbat. Je levný. Pracuje s psychologií. Má velkou šanci na to vázat na sebe sekundární publicitu. V agresivní variantě přímo napadá konkurenci.“<sup>3</sup>

Pokud bych tedy ve zkratce a několika bodech chtěla definovat GM, vyzdvihnu zejména tyto základní znaky:

- ◆ nekonvenční cesta k oslovení potencionálních zákazníků, realizovaná s nízkým rozpočtem, výsledkem je, že recipient věnuje kampani pozornost, aniž by si byl primárně vědom, že jde o propagaci
- ◆ užívá jiné než klasické inzertní kanály, je levný, pracuje s psychologií, váže na sebe sekundární publicitu, v agresivní variantě napadá konkurenci
- ◆ rošťácká reklama pohybující se na hranici legálnosti, podobá se i výtržnosti
- ◆ neobvyklý druh sdělení nebo intervence na veřejných prostranstvích, představuje většinou politický protest, v dnešní době hlavně oblíbený marketingový tah
- ◆ nízkonákladové nápadité a nekonvenční reklamní sdělení, které má se spotřebitelem navázat vztah důvěry a podpory
- ◆ upoutává pozornost tím, že vizuálně nebo fyzicky vystupuje z běžného vizuálního prostředí města, šokuje nebo alespoň překvapí
- ◆ příkladem jsou graffiti, různé performance, hackerské akce v médiích (televize, internet)
- ◆ nekonvenční strategie, nekonvenční metody, nekonvenční média, nekonvenční náklady a nekonvenční reakce
- ◆ oslovuje svou neotřelostí, razantností, vtípem
- ◆ příbuzné Guerrilla art (culture jamming či adbusting) – zaměřen proti reklamě a jejímu postavení ve veřejném městském prostoru, objevil se na přelomu 60. a 70. let v USA, skupiny Billboard Lieberetion Front nebo australská Billboard Utilising Graffitists Against Unhealthy Promotions pozměňovaly a doplňovaly reklamní sdělení na billboardech proti firmám samotným
- ◆ je nejmodernější marketingovou zbraní malých a středních firem a podnikatelů, ale i jednotlivců, aneb „jak malý pes může přechůrat velkého“
- ◆ je možné ho provozovat ihned
- ◆ důležitým znakem marketingu je vytrvalost za účelem zisku
- ◆ nedůležitějším prvním krokem je definování trhu a místa na něm

- ◆ zákazník je středem světa, je hýčkáán, nastupuje osobní péče o zákazníka
- ◆ guerrillový marketing nezačíná jednání nabídkou, ale otázkou – zákazník kupuje řešení problémů a prospěch, proto vystupujeme jako poradci
- ◆ prodat něco cizímu zákazníkovi je pětkrát nákladnější než totéž prodat existujícímu zákazníkovi – proto kontakty pěstujeme
- ◆ hlavní investicí je čas, energie a představitost
- ◆ je spontánní a lehce pochopitelný, je snadno kopírovatelný, nenákladný, operativnější
- ◆ spolupracují, hlídají si, aby byla spolupráce výhodná pro obě strany
- ◆ podstatou není originalita, ale zisk

GM těží z investic do času, energie a představitosti.

„Všichni máme 24 hodin každý den. Všichni máme 1440 minut. Všichni máme přesně 86400 vteřin. Je jen na nás jak s nimi naložíme. Můžeme jimi plýtvat nebo je můžeme investovat. Trávit je u nicneřešícího seriálu asi není investice, ale trávit je třeba vzděláváním (v oboru, který je nám blízký), to je investice z nejlepších.

Pokud se dnes rozhodnu, že do pěti let budu vzdělaný v medicíně, stanou se dvě věci. Jednak přestanu sledovat TV, internet apod. a svůj promrhaný čas proměním na nejlepší investici a hlavně, za pět let se mne budou týkat nabídky práce v pro mne dříve nedostižném oboru. Rozdíl, který vznikne - za prvé ubude jednoho diváka u šílených zpráv a bezduchých seriálů, zadruhé za pět let budu mít čistou hlavu plnou vědomostí a moje šance na úspěch ve společnosti budou nescetněkrát vyšší, zatřetí od prvního dne roste a stabilizuje se moje sebevědomí. A co chci? Chci po pěti letech vzpomínat na postavy ze seriálů, které mi nic nedaly, nebo dělat práci, která je mnohem lépe hodnocená než ta dřívější? S větší perspektivou? Se zdravým sebevědomím.

Nebo se nauč každý den tři slovíčka nějakého jazyka. Tři zvládneš jak nic, ale za rok umíš 1000 slovíček a už se domluvíš, za pět let při třech slovíčkách denně už můžeš začít učit ostatní.

Co jediné k tomu potřebuješ? Energii a představivost. Té máme všichni přesně tolik, kolik chceme. Obojí lze navýšit tréninkem v extrémně krátkém čase (konkrétně v horizontu týdne mohou navýšit jak energii, tak představivost). Jasně si představ co budeš za rok a hlavně, nezapomeň si představit, jaké budeš mít za rok možnosti, ta cesta nekončí, ta jenom začíná. Není náročná, a tak jak se mnoho lidí nechává splavit řekou filmů a seriálů, ty se můžeš nechat nést řekou vzdělávání, obchodu, služeb. Těžký je jen ten první krok (zpětně zjistíš, že nebyl těžký ani ten první).

Co byste dnes uměli, kdybyste svůj čas (minimálně dvacet minut denně) investovali do sebe? Kde jste chtěli být před pěti lety? Investovali jste čas do TV průmyslu nebo do sebe? A co budou po vás vlastně kopírovat vaše děti?<sup>4</sup>

Ráda bych se také v souvislosti s případnou nelegalitou GM, či jeho balancováním na hraně klasických i morálních zákonů zastavila u tzv. guerilla gardeningu.

„Za guerillové zahradničení se dá označit široká škála aktivit, při nichž si lidé navzdory pochybným zákonům, předpisům, vyhláškám a vlastnickým právům berou zpět zem, kterou kultivují, osévají či jinak přeměňují dle svých potřeb a představ. Přesto se nejčastěji tohoto termínu využívá v městském prostředí, kde jednotlivci, skupiny či širší komunity berou útokem nevyužívané a zanedbané plochy a pozemky, na něž buď kašle správa města, nebo se staly objektem všemožných spekulantů s pozemky a nemovitostmi. Nejlépe by tyto snahy bylo možné přirovnat k u nás již zavedenému pojmu squatting, jen s tím rozdílem, že místo nelegálního obsazování neužívaných bytových či nebytových prostor pro bydlení nebo kulturní a sociální aktivity guerillové zahradničení nelegálně zabírá nevyužívanou půdu pro pěstování ovoce, zeleniny, květin či jen pouhé zkrášlení městského prostředí, na němž se mohou podílet celé místní komunity. Vedle toho všeho jsou guerillové zahrady především, ať již plánovaným či nikoli, politickým protestem, který napadá zavedenou praxi soukromého pozemkového vlastnictví. Jsou

nenásilnou formou přímé akce, která navrací lidem pouto s jejich bezprostředním okolím.“<sup>5</sup>

Potkali jste například klece, z nichž se pokouší dostat člověk v saku a kravatě s povinným kuffíkem jakožto odznakem bankovního úředníka? Tak to je guerilla mBank nesoucí název „Nekrmte bankéře“ a propagující nulové poplatky za transakce. A co takhle stojan Poštovní spořitelny umístěný před konkurenční banku s nápisem: "Tady už je zavřeno. Banka na vaší poště má stále otevřeno." Co třeba billboard s klimbajícím ministrem zahraničí jako reklama na energetické nápoje Kamikaze? Možná jste slyšeli o osmdesátileté anglické důchodkyni, která se připravovala zdolat Mount Everest a nenápadně přitom propagovala horolezecké potřeby firmy Mammut. Chyťte to vymyslela také polská IKEA, která uspořádala demonstraci za otevření obchodního domu IKEA, což ji dostalo do všech hlavních zpráv a na první stránky polských novin a téměř zadarmo.

### **Další příklady GM:**

#### **„MARTINE, VRAŤ SE**

Guerillová kampaň k uvedení absolventského studentského filmu Restart aneb co se dá udělat s rozpočtem 250 000 Kč. Kampaň vyvolala takový zájem, že se na film přišlo podívat o polovinu více diváků, než bylo plánováno, a v médiích se odhadovalo, že výdaje se pohybovaly okolo 4,5 mil. Kč. Cílovou skupinou byli mladí lidé do 30 let, primárně studenti, žijící ve velkých městech (převážně v Praze). Film se odehrává v reálné Praze a vypráví příběh o krizi ve vztahu Martina a Sylvy, o zoufalém boji Sylvy za jeho záchranu. Z toho kampaň vycházela – byla postavena na skutečných zprávách od Sylvy s cílem vyvolat zájem u cílové skupiny a vtáhnout ji do děje. Zprávy typu „Martine, vrať se...“ byly umístěovány v barech, klubech, na diskotékách, v parcích, na mostech, v metru, tramvajích, v taxi, na sloupech, v telefonních budkách formou transparentů, post-itů, plakátů, polaroidových fotek, grafiti na zdech, chodnících atd. Linie příběhu tak byla dokonale propojena se skutečným, reálným životem v prostředí pražských ulic.

## Ruka v kufru

K odkomunikování nových dílů seriálu o mafiánské rodině použil kanál HBO jako médium taxík, z jehož kufru trčela ruka. Ti, kteří si jí nevšimli na ulici, dočetli se o ní, a tím pádem i o seriálu, v denním tisku.

## Šváb pod dveřmi

Jdete domů a před vchodovými dveřmi najdete velkého švába. Pokoušíte se ho zabít, ale nejde to. Je totiž z papíru. Když ho otočíte, přečtete si, jak jednoduché je pro šváby dostat se dovnitř. Samozřejmě nechybí kontakt na místního deratizátora hmyzu...

## Dopravní mumie

Další příklad, jak získat velkou pozornost za málo peněz. V rámci guerillové kampaně na promo programu věnovaného mumiím, „nabalzamoval“ Discovery Channel různé dopravní prostředky, aby vyvolal zájem kolemjdoucích a samozřejmě hlavně médií.

## Kdo je za dveřmi?

Peruánský dovozce pizzy do domu se rozhodl oslovit zákazníky v okolí. S rozpočtem 200 dolarů se podařilo navýšit objednávky o 80 procent. Jak? Stačilo přilepit na druhou stranu domovního kukátka malou maketu roznašeče pizzy a zazvonit... (mimoходом tato kampaň nezůstala ani bez povšimnutí odborné veřejnosti a má na kontě prestižní ocenění). V podobném duchu se nese i kampaň na katalog OTTO – v kukátku se vám ukáže leπά děva v plavkách s katalogem v ruce.“<sup>6</sup>

Video: <http://www.youtube.com/watch?v=QIBMF1MvAGY><sup>7</sup> Pro více informací doporučuji navštívit stránku <http://www.gmarketing.com/><sup>8</sup>

## 2. Projekty na podporu četby

Ve světě i u nás proběhlo několik projektů, jejichž cílem bylo zvýšit počty čtenářů a vzbudit zájem o knihy. Patří mezi ně např. projekty Celé Česko čte

dětem, projekty ALA I love libraries, projekty SKIP, Summer reading, Reading is fundamental, Hledání nejkurioznějšího názvu knihy, 2008 National year of reading a mnohé další.<sup>9</sup>

## **2.1 Celé Česko čte dětem**

„Projekt Celé Česko čte dětem vznikl proto, aby si společnost uvědomila, jak ohromný význam má hlasité čtení dítěti pro jeho emocionální vývoj a pro formování návyku číst si v dospělosti. Vědci a praktikové shodně tvrdí, že pravidelné hlasité předčítání učí dítě jazyku a myšlení, rozvíjí jeho paměť a obrazotvornost, obohacuje ho o vědomosti a vzorce morálního chování, posiluje jeho sebevědomí.“<sup>10</sup>

Projekt je realizován skrze jednotlivé akce, kdy známé osobnosti předčítají dětem, např. Michal Viewegh, Saša Rašilov, Vanda Hybnerová a další. Záštitu nad projektem mimo jiné převzal také Václav Havel.

Více na: <http://www.celeceskoctedetem.cz/><sup>11</sup>

## **2.2 I love libraries**

ALA (American Library Association) připravila několik projektů sdružených pod názvem I love libraries. Najdeme zde odkazy jako Ask the librarian, Love your library, Book Lovers apod. (<http://www.ilovelibraries.org/><sup>12</sup>)

V ALA store si pak můžete zakoupit plakát se známou osobností, upomínkové předměty s tematikou čtení (deštníky, hrníčky apod.) atd. ([www.alastore.ala.org/](http://www.alastore.ala.org/)<sup>13</sup>). Postery Read byly tak oblíbené, že i zcela obyčejní lidé figurují na svých plakátcích.

## **2.3 Projekty SKIP**

Také svaz knihovníků a informačních pracovníků začal vydávat plakáty „čtu..“. „Chceme postupně oslovovat nejpopulárnější osobnosti české kulturní, hudební a sportovní scény i další významné a populární osobnosti, aby svou tvář spojily s propagací konkrétní knihy i četby jako celku.“<sup>14</sup>

Známa je také série plakátů „Přečtete si to dřív než Hollywood“. Více na: <http://skip.nkp.cz/><sup>15</sup>

### 3. Projekt Guerrilla readers

Realizační tým:

1. **manažer projektu:** Bc. Marek Vetchý
2. **webmistress pro WZIP, redaktorka WZIP:** Bc. Eva Güntherová
3. **webmistress pro webové zázemí guerrillových aktivit:** Bc. Alena Tomečková
4. **šéfredaktorka WZIP:** Bc. Eliška Sovová
5. **finanční a legislativní zajištění, redaktorka WZIP:** Bc. Eva Petrášová
6. **marketingová manažerka:** Bc. Olga Biernátová
7. **public relation manažerka:** Bc. Hedvika Mikešová

Primárním cílem projektu je vytvořit webové znalostní a inspirační prostředí (dále WZIP) z oblasti GM, které by mělo sloužit jako impuls, opora a inspirace pro využívání GM veřejnými knihovnami v České republice při podpoře a rozvíjení čtenářství. Na tomto webu bude k dispozici jak teoretické jádro GM, tak také multimediální dokumentace a jednotná formalizovaná analýza konkrétních guerrillových aktivit, které náš tým v rámci tohoto projektu skutečně realizuje jako „modelové“ akce pro veřejnost.

Snažíme se o propagaci GM, poskytnutí inspirace i materiálů knihovnám, které by pak na základě poskytnutých informací a podkladů mohli realizovat vlastní akce jak na podporu čtenářství obecně, tak také na propagaci sebe sama.

Především je tedy projekt zaměřen na knihovny, sekundárně však chceme také pracovat s veřejností, zejména nečtenáři, a to jak se skupinami pohybujícími se na Internetu, tak také s veřejností zejména v rámci města Brna. Za potenciální přínos projektu lze tedy také považovat propagaci čtenářství u této skupiny „nečtenářů“. Potenciálně je námi nabízená podpora využitelná i pro neveřejné knihovny a jiné vzdělávací instituce.

Projekt je realizován nezávisle na konkrétním partnerovi (např. veřejnou knihovnu určitého regionu). Věříme, že tato „svoboda“ nám umožní pracovat s metodami GM nezávisle a oslovíme tak více knihoven a větší část veřejnosti.

V ČR sice existují jednotlivé guerillové akce na podporu čtenářství (viz výše). Tyto akce jsou však přesně cílené a nesetkáme se s projektem, který by pojal GM komplexně, systematicky se jím zabýval a nabídl podporu, inspiraci a podklady k tvůrčímu využití GM knihovnamí.

Mezi největší přínosy projektu tedy patří jednak popis a propagace GM, nabídnutí řešení, poskytnutí reálných příkladů z praxe, poskytnutí dokumentace, návodů, obrázků, videí a dalších materiálů, které bude možné dále modifikovat a využít. V rámci WZIP se nabízí také možnost sdílení nápadů a zkušeností s GM mezi jednotlivými knihovnamí i uživateli z řad široké veřejnosti.

GM jsme zvolili zejména pro jeho nízkonákladovost, dlouhodobý efekt tohoto typu marketingu, jeho atraktivitu, inovátorství a možnost tvůrčí práce v rámci GM.

Knihovny nechceme v rámci projektu oslovovat jako instituce, ale zaměřit se na jednotlivé pracovníky a knihovníky. Věříme, že rozvoj osobních vztahů a využití technik online public relations povede k lepším výsledkům především proto, že se do projektu zapojí hlavně lidé s opravdovým zájmem o tuto oblast.

Náš projekt nabízí knihovnam zejména úsporu času, díky poskytnutí materiálního a informačního zázemí a konkrétnímu propojení teorie a praxe v jediném online prostředí. Projekt je dlouhodobě udržitelný zejména díky WZIP, avšak bylo by vhodné, aby se např. v řadách studentů KISK objevili pokračovatelé projektu, kteří budou dále reagovat na trendy GM a rozvíjet podporu pro knihovny.

V současné době pracujeme na výběru jednotlivých akcí a tvorbě webu, sháníme finanční prostředky a uvažujeme o propagaci projektu skrze online prostředí, oslovení konkrétních subjektů z řad cílové skupiny, PR v rámci tradičních i netradičních médií, informační akce (workshopy,

semináře), nabízí se spolupráce s veřejnoprávní televizí a možnost odvysílání dokumentu o projektu na ČT2, návštěva Dobrého rána s Českou televizí, uspořádání výstavy obsahující díla guerillové povahy, na které by spolupracovali zejména studenti VŠ z oblasti umění, filmu, multimédií apod.

Co se týče jednotlivých akcí, uvažujeme nad zrealizováním 4-6 akcí guerillové povahy. Na výběru akcí a shromažďování nápadů stále pracujeme. Zde alespoň trochu pootvírám zákulisí projektu a uvádím návrhy, které se nám zatím sešly:

## **KAMPAŇ ZA ZRUŠENÍ KNIHOVEN**

Negativní kampaň a její medializace. Knihovna jako něco co tu je pořád a pro všechny .... Každý s tím počítá, nenapadne ho, že by to mohlo "nebýt". Jak byste se tvářili, kdyby vás někde v ulicích někdo vyzval, ať podepíšete petici na zrušení knihoven? Velké procento lidí do knihovny vůbec nechodí, tak by to pro ně snad neměl být problém, nebo ano?

## **KAŽDÝ ČTE**

Veřejná performance / živý obraz v ulicích. Akce na veřejném prostranství za účasti davu lidí. Akce typu Každý se svou oblíbenou knížkou, živé leporelo nebo domino.

## **ČTENÍ NA DOBROU NOC**

Veřejné předčítání a spaní „pod širákem“ uprostřed města / před knihovnou / spaní s knihami na nádraží apod.

## **ZAMRZNUTÍ**

Veřejné, náhlé, nečekané, masové zamrznutí s knihou.

## **ÚTOK NA PROSTŘEDEK MHD**

„Knižní útok“ na veřejnou dopravu, opět akce masovějšího rázu, např. do trolejbusu nastoupí větší skupina lidí s knihami, každý začne na povel nahlas předčítat.

## **PRŮNIK DO EMO KULTURY**

Pokud o vizuálně EMO-kampaň, použití zejména internetu, blogů a stránek, kde se tato specifická skupina vyskytuje. EMO letáky s knížkami, oslovení jednotlivých osob, nabídnutí konkrétních titulů, které skvěle korespondují s jejich EMO světem a mohou být EMO INJ

## **PRŮNIK DO HIP HOP KULTURY**

RAPujeme o čtení a knihovnách?

## **ČTENÍ A KNIHOVNY V LIFESTYLE MAGAZÍNU A BULVÁRU**

Knížky a čtení jsou in a trendy! Oslovení velké skupiny nečtenářů, kteří jsou ale zatvrzelými fanoušky Brava, CosmoGirl a podobných. Tyto časopisy vytváří styl a vkus mladých lidí, pokud se podaří udělat z knihy trend právě v tomto prostředí, jaký to bude mít efekt? Vytvoření kachny pro bulvár (zabarikádování studentů v knihovně?), veřejná demonstrace? Možná i méně legální akce „na hraně“. Nechceme však přestoupit přípustnou mez!

## **KALENDÁŘ PROPAGUJÍCÍ ČTENÍ**

Erotický? Tematický kalendář, zaměřený na četbu a knihy. Prodej na internetu, v rámci benefiční akce, oslovení známého fotografa?

## **SÉRIE TÉMATICKÝCH LETÁKŮ**

Ala letáky SKIPu. Ale ještě lepší... Možnost zapojení veřejnosti a návštěvníků webu, popř. studentů KISKu. Inspirace: Read postery ALA. Jejich vylepování např. v kině (čtu, proto rozumím filmu) nebo MHD.

## **GEO CACHING**

Cache ukrytá v knihovně.

## **FLASHOVÉ HRY**

Hry dostupné na webu s tematikou čtení a knihoven.

## **ČTENÁŘSKÝ SONG A VIDEOKLIP**

## **VIDEO SE ZNÁMÝMI OSOBNOSTMI A PROPAGUJÍCÍ ČTENÍ**

Např. akce podobná reklamě na RESPEKT, kde celý spot spočívá v tom, že se před divákem objevují různé známé tváře (od Kaplického po Formana), kteří v rámci svého „prostřihu“ řeknou pouze: „Respekt“. Co takhle vyměnit „Respekt“ za „čtu“?

## **KNIHOVNA NA NÁDRAŽÍ / V SAMOOBSLUZE / NA NÁMĚSTÍ APOD.**

Knihovnické služby vždy a všude.

## **STREETART, PLAKÁTKY, PHOTOSHOPING**

S tematikou čtenářství, čtení a Gm. Sprejování nápisů na chodník – třeba nápis: „Knihovna jen XX metrů odsud.“ Nálepky se čtenářskou tematikou všude možně (na sloupech, v hospodách, na dveřích atd.). Úprava fotografií z médií a jejich šíření po internetu. Comicsové stripky, slevový leták na knihy atd.

## **ŽEBRÁNÍ O PENÍZE NA KNÍŽKY**

„Hele kámo, nemáš bůra? Potřebuju si koupit Informace, komunikace, myšlení.“

## **TVORBA TRIČEK A JINÝCH PŘEDMĚTŮ SE SLOGANY**

Výroba a distribuce např. triček s nápisem ČTU apod.

## **„VRAŤ MĚ DO KNIHOVNY!“**

Ponechávání knih na veřejných místech se vzkazem odkazujícím na knihovnu a sledování chování lidí. V knize může třeba být napsáno: „Vrať mě do knihovny a můžeš si půjčit jinou knihu.“ (a třeba dostat zadarmo čtenářský průkaz.

## **TÉMATICKÁ UMĚLECKÁ TVORBA A VÝSTAVA**

Výstava prací studentů uměleckých, filmových, multimediálních oborů s tematikou čtenářství. Všechna díla by měla guerillovou povahu a propagovala by jak samotnou marketingovou metodu, tak i čtenářství, které by bylo obsahem děl.

## AKCE PROTI KNIHKUPCŮM

„Tady jsou knihy za peníze, v knihovně zadarmo.“ „Knížka už není v prodeji? Zkus si ji půjčit v knihovně!“

## LIBRARY GIRL

Podobně jako Obama girl. Série videí na youtube atd.

Mezi monitorovací indikátory projektu patří jednak počet realizovaných akcí, návštěvnost WZIP a dotazník předložený cílové skupině.

## 4. Závěr/Diskuze

GM je nový, zajímavý a účinný typ marketingu. Chceme knihovnám v ČR ukázat, že je možné jej využít pro propagaci téměř všeho, fantazii se přece meze nekladou. Zároveň věříme, že jednotlivé akce budou zajímavé a inspirativní také pro veřejnost a podaří se nám v rámci námi stanovené cílové skupiny metody GM zviditelnit. Zejména pro svou nezakořeněnost v českém prostředí je pro nás práce s GM výzvou, kterou jsme odvážně přijali a hodláme se všemi překážkami bojovat silou gorilí.

## Literatura

- [1] JEŽEK, Martin. *Guerilla marketing je boj. Dostali i vás?* [online] c1999-2008 [cit. 09-11-2008]. Dostupné z: <[http://podnikani.idnes.cz/guerilla-marketing-je-boj-dostali-i-vas-dyt-/firmy\\_rady.asp?c=A061122\\_142418\\_firmy\\_rady\\_vra](http://podnikani.idnes.cz/guerilla-marketing-je-boj-dostali-i-vas-dyt-/firmy_rady.asp?c=A061122_142418_firmy_rady_vra)>.
- [2] TOMAN, Miloš. *Rozhovory s milionáři 9.* [online] c Intuitivní marketing s.r.o. Podmínky převzetí: <http://www.intuitivnimarketing.cz/search.php?rsvelikost=sab&rstext=all-phpRS-all&rstema=51>. [cit. 09-11-2008]. Dostupné z: <<http://www.intuitivnimarketing.cz/view.php?navezclanku=rozhovory-s-milionari-9&cislocclanku=2008080015>>.
- [3] *Guerilla marketing.* [online] c Computer press, a.s. [cit. 09-11-2008]. Dostupné z: <<http://knihy.cpress.cz/knihy/ekonomika/praxe->

manazera/guerilla-marketing/>.

- [4] ŠMEREK, Zdeněk. *Guerrilla marketing*. [online] c2003. [cit. 16-11-2008]. Dostupné z: <<http://goldlog.abcfirmy.cz/?lang=cj&ids=1221&akce=3>>.
- [5] RUBEŠ, Stanislav. *Guerrillové zahradničení*. [online]. [cit. 16-11-2008]. Dostupné z: <<http://www.csaf.cz/index.php?clanok=789>>.
- [6] *Poperte se s guerrillou*. [online] c2006. [cit. 16-11-2008]. Dostupné z: <<http://www.freshmagazine.cz/clanek-118-poperte-se-s-guerrillou%20%96%20zaj%EDmav%E9%20n%E1pady>>.
- [7] *Blogguerrilla – Guerrilla marketing*. [online] c2008. [cit. 09-11-2008]. Video. Dostupné z: <<http://www.youtube.com/watch?v=QIBMF1MvAGY>>.
- [8] *Guerrilla marketing*. [online] c2007. [cit. 09-11-2008]. Dostupné z: <<http://www.gmarketing.com/>>.
- [9] *Projekty na podporu četby*. [online]. [cit. 09-11-2008]. Dokument pdf. Dostupný z: <<http://s3.amazonaws.com/basec/1120718/2458395/podpora-cetby.pdf?AWSAccessKeyId=1RF809NDDCNB7616HJ02&Expires=1226222938&Signature=dFXQ3IBaQPYPQEiaE7gr4Zose00E%3D>>.
- [10] *Celé Česko čte dětem*. [online] c2006. [cit. 09-11-2008]. Dostupné z: <<http://www.celeceskoctedetem.cz/index.php?pid=277&lang=1>>.
- [11] *Celé Česko čte dětem*. [online] c2006. [cit. 09-11-2008]. Dostupné z: <<http://www.celeceskoctedetem.cz/>>.
- [12] *I Love Libraries*. [online] c2008. [cit. 09-11-2008]. Dostupné z: <<http://www.ilovelibraries.org/>>.
- [13] *ALA store*. [online] c2008. [cit. 09-11-2008]. Dostupné z: <[www.alastore.ala.org/](http://www.alastore.ala.org/)>.
- [14] „Čtu...“ – *plakáty na podporu četby*. [online]. [cit. 09-11-2008]. Dostupné z: <<http://skip.nkp.cz/akcTyden04plak.htm>>.
- [15] *SKIP ČR*. [online]. [cit. 09-11-2008]. Dostupné z: <<http://skip.nkp.cz/>>.



## ČTE\_SY\_RÁD : ČTENářův sympatický rádce

*Lenka Havlová, Veronika Kordasová, Kateřina Petýrková, Simona Rybníčková, Stanislava Venturová, Klára Zemanová*

*Masarykova univerzita*

*xhavloval@seznam.cz, 150894@mail.muni.cz, katpetka@mail.muni.cz;  
179672@mail.muni.cz, standulka@mail.muni.cz; 178656@mail.muni.cz*

*“Jsou knihy, které je třeba jen ochutnat, jiné je třeba zhltnout, a konečně jsou takové, které je nutné takřkajíc přežvýkat a pomalu trávit.” (Francis Bacon)*

### **Abstrakt**

Četba je jednou ze základních potřeb člověka, neboť obohacuje jeho život o natolik specifické aspekty, že ji nelze žádnou jinou činností plnohodnotně nahradit. Měla by proto být nedílnou součástí života každého z nás. Přesto se do popředí zájmu současné společnosti dostává stále více televize, Internet, ICT a masová kultura. Není tedy divu, že - jak dokazují mnohé průzkumy - čtenářství dnes upadá. Tento fakt je, jak u nás, tak v zahraničí, důvodem vzniku mnohých projektů na podporu čtenářství, které mají připomenout důležitost četby a čtení a nasměrovat zájem veřejnosti zpět k této nenahraditelné lidské aktivitě. Projekt ČTE\_SY\_RÁD by se měl stát jedním z nich - tato veřejnosti online dostupná databáze bude informovat o nejčtivějších a nejzajímavějších knihách a díky širokému tématickému záběru umožní, aby si kdokoli našel tu pravou knihu pro sebe.

**Klíčová slova:** četba, čtenářství, databáze, knihy, výchova ke čtenářství

# 1. Čtenářství a jeho podpora

Jednou ze základních kulturních potřeb člověka je četba. Četba zprostředkovává informace, vychovává, přináší nové zkušenosti, působí na všestranný rozvoj osobnosti, obohacuje a rozšiřuje obzory, přináší odpočinek, zábavu, únik ze všední nudy a starostí, rozvíjí fantazii, kreativitu, obrazotvornost, zlepšuje slovní zásobu i vyjadřovací schopnosti. Každá přečtená kniha tedy člověka něčím obohatí. S příchodem televize, počítačů, internetu a dalších moderních informačně - komunikačních prostředků se čtenářství a čtení knih z každodenního života běžného člověka pomalu vytrácí. Stále častěji se začíná objevovat čtenářská negramotnost. Ta ve svém důsledku může značně omezit všestranný rozvoj osobnosti i další vzdělávání, které je v dnešní době vyžadováno, a výrazně tak ztížit možnosti uplatnění jedince ve společnosti. Proto je žádoucí všemi prostředky podporovat čtenářství a vytvářet tak vhodné podmínky pro návrat současného člověka ke knihám a četbě.

## 1.1 Aktuální výzkumy čtenářství v ČR

Výzkumy čtenářství a čtenářského chování jsou v současné době poměrně častým jevem. Jejich závěry nejenom informují o stavu čtenářství v ČR, ale také nastiňují postavení českého čtenářství v celosvětovém měřítku.

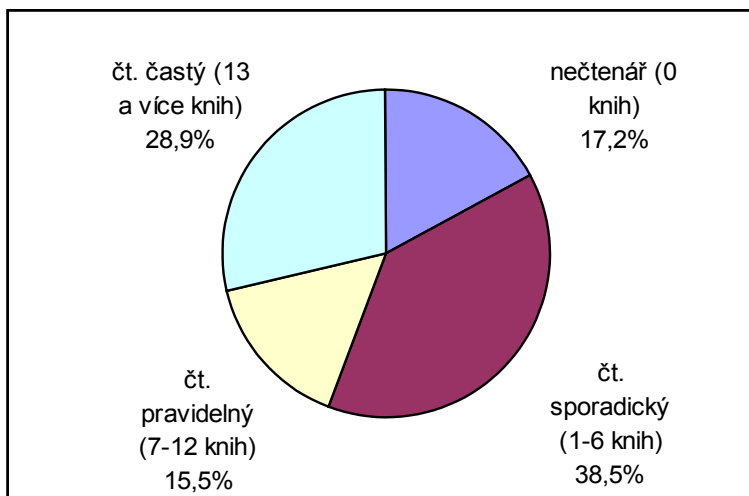
B. Brdička ve svém článku *Statistika říká, že se čte stále méně!*<sup>4</sup> poukazuje na fakt, že výzkumy, které zjišťují počet čtenářů, jsou zavádějící, jelikož monitorují pouze čtenáře tiskovin. Přitom je však nutné uvědomit si, že většina lidí dnes čte a vyhledává informace hlavně na Internetu, tito respondenti však do čtenářských průzkumů většinou zahrnování nejsou. Přesto jsou průzkumy čtenářství užitečné, pomáhají zmapovat současnou situaci, umožňují na ni vhodně reagovat a odhalují možnosti jak na čtenáře i „nečtenáře“ přiměřeně působit.

Akademie věd ČR ve spolupráci s Národní knihovnou ČR uskutečnila projekt ke zjištění stavu čtenářství v ČR pod názvem *Čtenáři a čtení v ČR*

---

4 BRDIČKA, Bořivoj. Statistika říká, že se čte stále méně!. *Učitelství pomocník* [online]. [cit. 13-11-2008].

(2007)<sup>5</sup>. V průzkumu bylo mimo jiné zjištěno, že 83% Čechů přečte alespoň jednu knihu za rok. Toto číslo však bohužel nevyjadřuje skutečný počet čtenářů v naší zemi, jak dále objasňuje **Graf 1**<sup>6</sup>.



*Graf 1: Rozložení čtenářů v populaci – užší škála (kritérium: počet knih přečtených za rok; v %)*

Z Grafu 2<sup>7</sup> vyplývá, že největší vliv na čtení a vztah ke knihám má domov a rodiče. Je tedy důležité zaměřovat se při podpoře čtenářství nejenom přímo na děti, ale podpořit také četbu dospělých. Podpora čtenářství tak bude účinná dvakrát, nejenom že přivede dospělou populaci k četbě a čtení, ale zároveň tento znovuobjevený koníček rodičů dá také dobrý příklad jejich dětem.

Velice zajímavé je, že podle průzkumu nemá na četbu přílišný vliv reklama. Na druhé straně, jak uvádí článek na webu Česká škola<sup>8</sup>, „knižní hity“ jako například Harry Potter čtenářství dětí ovlivňují poměrně výrazně.

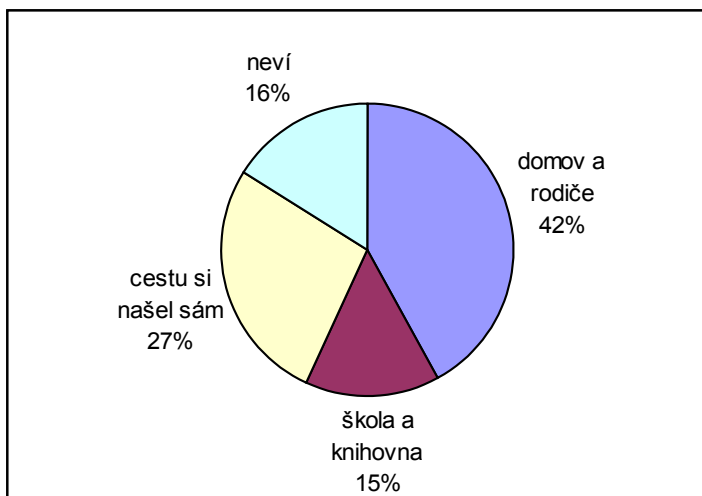
<sup>5</sup> Čtenáři a čtení v ČR (2007) [online]. [cit. 13-11-2008].

<sup>6</sup> Tamtéž.

<sup>7</sup> Čtenáři a čtení v ČR (2007) [online]. [cit. 13-11-2008].

<sup>8</sup> Čtvrtina českých dětí vůbec nečte, další čtvrtina ale čte denně. Česká škola [online]. [cit. 13-11-2008].

Ovšem podle Viktorie Špidlové, prezidentky občanského sdružení Centrum Čítárna, se nejedná o negativní jev, jelikož tato knižní série není nekvalitní a může zahrát významnou roli v podpoře dětského čtenářství obecně.



**Graf 2:** *Vliv na četbu knih*

Na závěr je vhodné podotknout, že podle mezinárodního výzkumu PISA (Programme for International Student Assessment) 2006, kterému se věnuje článek *Světový průzkum: české děti neumí „číst“*<sup>9</sup>, na tom české děti z hlediska čtenářské gramotnosti nejsou nejlépe. Ačkoliv v oblasti přírodovědných a matematických znalostí dosahují výsledků vyšších než je mezinárodní průměr, ve čtenářské gramotnosti nedosahují ani jeho spodní hranice. To můžeme pokládat za jeden ze závažných signálů, který upozorňuje na nutnost čtenářství všemi dostupnými prostředky podporovat.

## 2. Projekty na podporu čtenářství

V současné době existuje mnoho projektů, které se snaží propagovat čtenářství, nicméně většina z nich je založena na anotacích psaných nakladatelstvími či zaměřena na doporučování četby „čtenář čtenáři“. Stále

9 MACHÁLKOVÁ, Jana. Světový průzkum: české děti neumí „číst“ v textu. *Lidové noviny* [online]. [cit. 13-11-2008].

častější jsou pak projekty nabízející knihy v elektronické podobě. Žádný z již existujících projektů však není koncipován stejně jako náš projekt ČTE\_SY\_RÁD, který zde chceme představit. Oproti projektům nejvíce podobným našemu nabízíme například vysokou důvěryhodnost obsahu, široký tematický záběr, přehled těch zaručeně nejčtivějších a nejzábavnějších knih, které časem neztrácejí svou hodnotu, či zaměření na rozsáhlé spektrum uživatelů.

Co se týká zahraničních projektů, po provedení analýzy jsme došli k závěru, že možnosti a služby, které tyto projekty nabízejí, jsou na vysoké úrovni a mohou nám posloužit jako inspirace při vytváření naší databáze.

## **2.1 České projekty**

### **2.1.1 Citarny.cz ([www.citarny.cz](http://www.citarny.cz))**

Projekt citarny.cz je multimediální portál, který informuje nejenom o aktuální knižní produkci, ale také o aktivitách kolem čtenářství. Tato největší česká databáze zaměřená zejména na knihy pro děti a mládež je však určena nejen jim, ale také rodičům, učitelům a knihovníkům. Poskytuje informace převážně o dětské literatuře, tituly určené pro dospělé jsou zastoupeny podstatně méně. Knihy jsou rozděleny do několika kategorií podle věku čtenáře a podle žánru, přičemž u každé najdeme krátkou anotaci. Systém nabízí také informace o spisovatelích, aktuality ze světa literárních cen, novinky z „knižního života“, upozornění na probíhající čtenářské soutěže a knižní akce, sekci věnovanou poezii, videonahrávky z předčítání knih či odkaz na projekt Českého rozhlasu – audio nahrávky předčítání knih. Dozvíme se zde i o nejprodávanějších knihách či o žhavých novinkách na knižním trhu. Velké množství informací, různorodost obsahu stránek a snaha sdělit co nejvíce na co nejmenší ploše je mírně „na úkor“ přehlednosti webu.

### **2.1.2 Rosteme s knihou (<http://rostemesknihou.cz>)**

Rosteme s knihou je velice známý projekt na podporu dětského čtenářství. Jeho stránky jsou rozděleny na dva samostatné úseky: Rosťa a Rostík.

Rostík je určen přímo dětem – mohou si zde soutěžit nebo si zahrát hru zaměřenou na podporu čtenářství. Také tu mají možnost Rostíkovi napsat

pomocí jednoduchého formuláře. Odkaz „Knížky“ je již propojen se stránkami v části Rost’a.

Část Rost’a je určena pro dospělé, jak pro rodiče a učitele, tak i pro knihovníky. Cílovou skupinou tohoto projektu jsou děti a mládež. Autoři staví na předpokladu, že pokud si děti najdou cestu k vhodné literatuře již od mala, obliba čtení jim zůstane i v dospělosti. Odkazy na stránce jsou děleny do dvou kategorií: „Rosteme s knihou“, která obsahuje informace spojené s projektem samotným, např. partneři projektu, čtenářství v ČR apod.; část označená „Pro rodiče“ obsahuje knihy rozdělené do kategorií: Pro nejmenší; Děti do deseti let; Starší děti; Naučné knihy (každá z nich nabízí knižní typy a novinky). Samotný záznam knihy doprovází naskenovaný přebal a nakladatelská anotace, popř. popis děje, u oceněných knih je červeně připsáno, jakou cenu a v kterém roce vyhrála. Systém je kvalitně zpracovaný, nabízí však pouze dětskou literaturu.

### **2.1.3 iLiteratura: o literatuře v celém světě a doma ([www.iliteratura.cz](http://www.iliteratura.cz))**

Jak již napovídá podnázev iLiteratury, jedná se o informační server zaměřený na domácí i zahraniční literaturu. Dvě lišty na stránce jsou přehledně rozděleny na lištu obsahující základní informace o iLiteratuře a lištu zpřístupňující knihy podle spisovatelů, názvů knih, národních literatur, obecných hledisek (aktuality, přehledy, dětská literatura) a knižního trhu. Navíc je zde umístěna diskuze. Anotace a recenze působí kvalitně a vytváří tak velmi příznivý celkový dojem.

Nakonec samotná kombinace užitých barev (žlutá, hnědá, bílá a šedá) navozuje uklidňující atmosféru, která je minimálně pro určitou část populace důvodem k setrvání. Jediným negativem iLiteratury je nevyužitý prostor, který celkově narušuje integritu stránek.

### **2.1.4 Portál české literatury (<http://www.czlit.cz/main.php>)**

Portál české literatury představuje centrální a moderní zdroj aktuálně obměňovaných informací, obsahující informace o celkovém literárním životě v České republice. Tento vícejazyčný webový portál, zajišťovaný odborem umění a knihoven Ministerstva kultury, je určen především k propagaci

(současné) české literatury v zahraničí. Jeho cílem je v interaktivní formě postupně zpřístupňovat informace o autorech mladší a nejmladší generace a jejich dílech. Portál je členěn do sedmi kategorií, jež se dále dělí do několika podkategorií. Jednou z podkategorií, tvořících jádro portálu, jsou „Nové knihy (archiv)“, kde se u každé knihy kromě bibliografických údajů zobrazuje také její popis a fotografie obálky. Uživatel má navíc možnost ke každé knize napsat svoje postřehy. Nevšední je i podkategorie „Autoři a díla“, zaměřená pouze na současné české autory, nabízející mj. vyhledávání podle roku narození konkrétního autora či abecední index příjmení autorů. U každého autora je uveden jeho profil, fotografie a pojednání o jeho životě a tvorbě. Profesionalitu kategorie a celých stránek podtrhuje uvedení emailového kontaktu na každého autora a datum poslední aktualizace informací o daném autorovi. Uživateli je také nabízena autorova bibliografie a ukázky z knih, přičemž někdy je zde i ukázka překladu konkrétního díla do cizího jazyka. Kategorie „Literární odkazy“ nabízí mnoho užitečných odkazů na literární časopisy, knihovny, literární agentury, instituce, literární festivaly, knižní veletrhy apod. Nabízí také přehled literárních a knižních cen či nakladatelství. Nechybí ani odkazy na podobné projekty v zahraničí.

### **2.1.5 Nakladatelství Portál ([www.portal.cz](http://www.portal.cz))**

Poměrně oblíbený je také server nakladatelství Portál. Knihy rozděljuje přehledně podle mnoha hledisek a nabízí široké spektrum žánrů. Jedná se však o komerčně zaměřený systém, který sice nabízí ukázky z knih, recenze, kurzy, semináře a umožňuje si vybrané tituly koupit prostřednictvím e-knihkupectví, ale doporučuje pouze tituly vydané tímto nakladatelstvím.

### **2.1.6 Projekt Celé Česko čte dětem ([www.celeceskoctedetem.cz](http://www.celeceskoctedetem.cz))**

Jedním z velice známých českých projektů na podporu dětského čtenářství je kampaň „Celé Česko čte dětem“, která se inspirovala podobným zahraničním projektem „Cała Polska czyta dzieciom“. Staví na myšlence, že k tomu, aby z našich dětí vyrostli moudří, dobří a šťastní lidé stačí, když jim budeme denně dvacet minut předčítat; tím u nich vytvoříme návyk „číst si“ i v dospělosti a vychováme z nich vnímavé čtenáře.

Při analyzování současného stavu projektů na podporu četby a čtenářství v České republice jsme také narazili na projekty vycházející z originálních nápadů a vizí, které se však ne zcela úspěšně podařilo převést do praxe:

### **2.1.7 Knihi.cz ([www.knihi.cz](http://www.knihi.cz))**

Knihi.cz je prostorem pro čtenáře a jejich oblíbené knihy. Každý si zde může založit svůj on-line čtenářský deník a vkládat do něj knihy dle libosti. Všechny přečtené knihy pak může hodnotit a své postřehy sdílet s ostatními čtenáři. Cílem je seznámit čtenáře se zajímavými tituly a umožnit jim "nahlížet" do knihoven jiných čtenářů. Stránky fungují od srpna roku 2006. Knihy jsou zde členěny buď podle žánrů, nebo podle autorů a ke každé knize je krátký popis, který ovšem vkládají čtenáři, takže nelze spoléhat na velkou relevanci. Některé žánry neobsahují žádnou knihu. Knihy vkládají a hodnotí pouze čtenáři, tudíž není zaručena objektivnost jednotlivých příspěvků.

### **2.1.8 Knížky.net (<http://knizky.net>)**

Tyto stránky mají čtenáři sloužit k osobní katalogizaci knížek a sdílení četby s ostatními čtenáři. Knihy jsou děleny podle autorů, nebo podle „nálepek“. To jsou v podstatě žánry, ale jednotlivé žánry a jejich názvy si může registrovaný čtenář zvolit sám. U jednotlivých knih není žádný stručný popis, pouze velmi zřídka se objeví komentář od nějakého uživatele - uživatel se tak ani nedozví, o čem kniha je.

### **2.1.9 Knihovnice.cz : pokladnice plná knih (<http://www.knihovnice.cz>)**

Knihovnice si klade za cíl stát se nejobsáhlejším literárním serverem v ČR. Jejím cílem je propojit naše nejvýznamnější nakladatelství s vysokým počtem nezávislých recenzentů a vytvořit tak přístup k širokému spektru recenzovaných knih všech možných žánrů, také chce informovat o literárním světě obecně. Prozatím se může uživatel podívat na mnoho knih, ne všechny ovšem mají anotace. Také menu je poměrně bohaté, nabízí ukázky z knih, publikace řazené abecedně dle autora či názvu, soutěže, informace z knižního světa, diskuze, životopisy, knižní novinky a elektronický magazín. Střední

část je určena hlavnímu textu, po stranách je pak přehled žánrů, menu, odkazy na literární akce či reklamy, kterých je neúměrné mnoho.

## **2.2 Zahraniční projekty**

### **2.2.1 2008 The national year of reading ([www.yearofreading.org.uk](http://www.yearofreading.org.uk))**

Důkazem, že podpora čtení, čtenářství a návrat lidí ke knize a četbě je velmi aktuální a živou otázkou ve všech vyspělých zemích, je také to, že rok 2008 byl v Anglii vyhlášen za Národní rok čtení. „2008 The national year of reading” podporuje nejrůznějších aktivity podílející se na podpoře čtenářství. Je to celoroční oslava čtení, čtenářství a knih, která upozorňuje na jeho výhody - číst může totiž kdokoli, cokoli, kdykoli a kdekoli.

### **2.2.2 First Choice Books (<http://www.firstchoicebooks.org.uk>)**

Jedná se o online prohledávací databázi určenou „dospělým žákům“. Databáze je určena pro čtenáře 2. a 3. úrovně a pro ty, kteří chtějí číst, ale neví, co si vybrat. Databáze by podle popisu měla obsahovat i namluvené tituly, bohužel nejsou nijak kategoricky oddělené. Rozsah databáze je celkem široký, najdeme tu fikci, naučnou literaturu, poezii, krátké povídky, romány i dětské tituly. Databáze umožňuje vyhledávání na stejném principu jako katalogy, lze využít i browsing. Myšlenka tohoto projektu je velmi dobrá, samotné zpracování už méně. U většiny knih najdeme pouze hodnocení čtivosti hvězdičkami, fotografii obálky a klasický záznam. Recenzi je možné vložit přímo formou komentáře. Zařazení některých knih do kategorií je diskutabilní. Celkově může být tato databáze využívána jako první krok na cestě ke knize.

### **2.2.3 GNOD – The global network of dreams. Books. ([www.gnooks.com](http://www.gnooks.com))**

Gnod je pokus o vytvoření umělé inteligence, která pomůže jejím uživatelům pochopit svět a poznávat v souvislostech. Nabízí mj. sekci Gnooks (Gnod books), kde se lze dozvědět o neznámějších autorech a dílech a diskutovat o nich s ostatními uživateli. Gnooks využívá velice zajímavou vizualizaci v podobě literární mapy.

## **2.3 Trendy budoucnosti**

Moderní technologie umožňují uplatňovat nové, netradiční a zajímavé způsoby, jak propagovat čtenářství a jak ho nenásilně zprostředkovat co nejširší veřejnosti. Projekty využívající těchto nejmodernějších přístupů se objevují stále častěji.

### **2.3.1 Čtenářský deník – Český rozhlas**

**(<http://www.rozhlas.cz/ctenarskydenik/portal>)**

Posláním tohoto projektu, který zatím v ČR nemá obdoby, je zpřístupnit čtenářům českou i zahraniční, současnou i klasickou literaturu netradičním způsobem ve formátu MP3. Primárním záměrem je poskytnout uživatelům zejména povinnou školní četbu rychlou, zábavnou a nenáročnou cestou, což může přitáhnout ke knižní produkci zejména mládež. Díky tomuto přístupu se s knihami seznámí i ti, kteří neradi čtou či ti, kteří číst nemohou (slabozrací, nevidomí, postižení). Mohlo by se zdát, že tento projekt ve své podstatě čtenářství nepodporuje, jelikož nabízí pouze poslech a ne vlastní četbu textu. Ovšem už poslech literárního díla může člověka zaujmout natolik, že si knihu nakonec sám přečte. A ve svém důsledku tedy i tento projekt tradiční čtenářství podporuje.

### **2.3.2 Europeana – Europe's digital library**

**(<http://dev.europeana.eu/home.php>)**

Zbrusu nový projekt evropské digitální knihovny, archivu a muzea v jednom, který by měl zpřístupnit více než 2 miliony digitálních objektů včetně digitalizovaných knih. Činnost stránek by měla být zahájena v listopadu 2008.

### **2.3.3 Zlatý fond denníka SME (www: <http://zlatyfond.sme.sk>)**

Projekt nabízející digitalizované plné texty knih, konkrétně klasická díla slovenské literatury. Cílem projektu je propagace slovenské literatury.

### 3. ČTE\_SY\_RÁD: ČTENářův SYmpatický RÁDce



**Obrázek 1:** Logo systému ČTE\_SY\_RÁD: ČTENářův SYmpatický RÁDce.

Projekt ČTE\_SY\_RÁD chceme realizovat především kvůli zvýšení čtenářské gramotnosti široké veřejnosti. Hlavním cílem projektu je usnadnit čtenářům přístup ke knihám a výběr četby. ČTE\_SY\_RÁD je určen jak pro nečtenáře, tak pro čtenáře, kteří tápají ve výběru knih. Měl by slabším i zkušenějším čtenářům pomoci zorientovat se ve světě literatury a doporučit jim nejlepší a nejčtivější tituly, poradit s výběrem knihy, která je zaujme, a tím rozšířit jejich řady. ČTE\_SY\_RÁD bude obsahovat databázi knih uspořádanou do pěti hlavních skupin: **\*NEJčtivější ze všech žánrů**, **\*Osobnosti doporučují**, **\*Literární ceny**, **\*Nová krev** a **\*Statistický TOP** (nejprodávanější a nejpůjčovanější tituly), vždy s anotací dané knihy. Součástí databáze budou také odkazy na podobné projekty, aby měl uživatel co nejširší pole výběru.

Každý titul, který zařadíme do databáze, bude pečlivě vybrán odborníky a anotace bude uzpůsobena potřebám našeho systému (nebudeme přebírat často nedůvěryhodné anotace jednotlivých nakladatelů, ale necháme anotace sepsat „na míru“ pro náš systém). Kromě toho bychom chtěli nabídnout krátké citace z děl, náhled obálek knih, propojení na knihovny, kde se dá titul půjčit, či knihkupectví (i elektronická), kde se dá koupit, a mnohé další „bonusy“.

#### 3.1 Hlavní kategorie

Čtivé knihy do kategorie **\*NEJčtivější ze všech žánrů** nominují literární vědci či odborníci na danou oblast. V sekci **\*Osobnosti doporučují** chceme

uživatelům přiblížit nejoblíbenějších tituly známých osobností z nejrůznějších oblastí lidské činnosti. I méně čtenářsky zdatní fanoušci či obdivovatelé těchto osobností si tak budou budou moci zjistit, jakou četbu upřednostňují jejich favorité, což je může následně motivovat k přečtení stejných knih. Sekce **\*Literární ceny** bude zahrnovat česká ocenění Státní cena za literaturu a překladatelské dílo, Magnesia Litera, Zlatá stuha, ze zahraničních potom Pulitzerova a Nobelova cena. Každou z nich stručně charakterizujeme a s několikaletou retrospektivou přiřadíme díla. Kategorie **\*Nová krev** představí mladé autory, kteří se umístili na předních místech v literárních soutěžích (např.: Skrytá paměť Moravy, Cena Jiřího Ortena, Karla Čapka aj.), tedy byli hodnoceni odbornou komisí, a jejich kvalita je tak garantována. Poslední kategorie - **\*Statistický TOP** bude koncipována podle výsledků příslušných statistik.

Lidé jsou mnohdy nerozhodní při výběru knih a právě náš široce zaměřený systém ČTE\_SY\_RÁD by jim měl s tímto výběrem pomoci. V kategorii **\*NEJčtivější ze všech žánrů** si mohou najít knihu odpovídající jejich zájmům, zaměření a potřebám. V sekci **\*Osobnosti doporučují** zjistí, co čte jejich oblíbená osobnost, a sami se mohou inspirovat tímto výběrem. Uživatelé ČTE\_SY\_RÁDu, kteří čtou rádi, si zde mohou rozšířit svůj čtenářský obzor. Náročnějším čtenářům nabízíme vítězné knihy neznámějších literárních ocenění. Uživatelé jistě uvítají uvedení kategorie **\*Statistický TOP**, tedy statistik o nejpůjčovanějších titulech a informací o nejprodávanějších knihách, přehledně uspořádané na jednom místě. Neotřelou myšlenkou je potom vytvoření kategorie **\*Nová krev**, kde se člověk může dozvědět o nových autorech, jejichž publicita zatím není výrazná natolik, aby o nich měla povědomí široká veřejnost.

### 3.2 Cílová skupina

ČTE\_SY\_RÁD je určen všem věkovým kategoriím. Měl by lidem, kteří se nedokáží vyznat v „knihoprostoru“ a vypátrat v něm ty nejzajímavější knihy, pomoci zorientovat se a umožnit přístup k titulům, které je budou zajímat. Zaměřuje se nejen na „nečtenáře“, ale měl by být prospěšný také svátečním čtenářům a lidem, kteří se neorientují v bohaté literární produkci či úzce

zaměřeným čtenářům pro rozšíření obzorů. Úzce zaměřeným čtenářům by měl náš systém svou bohatou nabídkou poskytnout možnost seznámit se s nejtivějšími tituly z jiných žánrů a okruhů a tak rozšířit jejich čtenářské zájmy. V neposlední řadě je náš systém určen také těm, kteří čtou rádi a touží po náročnějších textech.

### **3.3 Možnosti a inovace, které systém přináší**

V dnešní době sice již existují projekty a systémy elektronického doporučování četby, ale jsou většinou zaměřeny pouze na aktuální knižní produkci, případně se orientují na doporučování četby ve smyslu „čtenáři čtenářům“ či jsou komerčního rázu a spoléhají na nakladatelské anotace, které mohou být (a většinou i jsou) neobjektivní. Chybí určitá stálice v oblasti elektronického doporučování četby, která by byla důvěryhodným garantem doporučovaných textů ve smyslu jejich čtivosti a lákavosti pro čtenáře. Současné systémy doporučující literaturu vycházejí většinou z komerčního záměru, obecných předpokladů nebo názorů samotných čtenářů, které jsou příliš subjektivní. Naše databáze by naopak měla vycházet z dlouhodobým studiem podložených názorů a zkušeností literárních vědců a specialistů na konkrétní žánry. Tito na slovo vzatí odborníci na základě svých znalostí konkrétních žánrů literatury budou schopni doporučit ty nejlepší a nejtivější knihy, které v rámci jejich specializace vyšly. Naším cílem je tedy na základě důvěryhodných zdrojů vytvořit soubor toho nejtivějšího, nejzábavnějšího a nejoblíbenějšího čtiva pro každého čtenáře a každou příležitost, ve kterém si kdokoliv najde „tu pravou“ knihu.

Hlavním záměrem našeho projektu je, aby každý člověk, který má zájem číst, ale nedokáže si sám zvolit knihu „své krevní skupiny“, byl díky našim stránkám schopný samostatně si vybrat ze širokého spektra literatury. Naše databáze bude také ojedinělá vzhledem ke kombinaci kategorií, které nabízí. Díky různorodosti rozčlenění databáze může systém sloužit širokému spektru uživatelů s jakýmkoli vztahem a přístupem k četbě, s nejrůznějšími čtenářskými zájmy a potřebami. Kdokoliv, kdo navštíví naše stránky, zde díky různorodosti nabízených kategorií najde zábavnou a čtivou knihu „na míru“ svým potřebám a zájmům.

ČTE\_SY\_RÁD má být databází shromažďující čtivé knihy všech žánrů a zároveň chytrým pomocníkem při výběru četby, který zatím funguje jen v některých menších veřejných knihovnách v podobě obětavých pracovníků, nikoli však v podobě elektronické. ČTE\_SY\_RÁD by měl také nabídnout novou možnost, jak doporučovat zábavné knihy ve větších knihovnách, kde nelze tuto službu zajistit pomocí lidských zdrojů; naše databáze by tedy mohla v podmínkách větších knihoven suplovat ochotného a vstřícného knihovníka, který díky osobnímu přístupu doporučí uživateli to, co skutečně chce a potřebuje.

Náš systém bude průběžně aktualizován, což je samo o sobě velkou výhodou a podnětem k jeho využívání. I stálí uživatelé najdou na našich webových stránkách nové možnosti a budou se moci seznámit s nově přibylými tituly - kdo by totiž opakovaně vstupoval na stránky, kde se nedozví nic nového?

#### **4. Závěr**

Naším projektem chceme primárně pomoci lidem, kteří by rádi četli, ale nenašli zatím tu pravou knihu, respektive „svůj“ literární styl. ČTE\_SY\_RÁD má vlastně simulovat literatury znalého knihovníka, který pomáhá lidem s výběrem knih. Ať už využijeme cesty vedoucí přes přirozený zájem o literaturu, oblíbenou osobnost, zájem o literární ceny, TOP knih ze statistik nebo odkazů na podobné projekty, naše snažení je motivováno jediným cílem - uspokojit potřeby čtenářů, kteří se sami neorientují v „knihoprostoru“.

Četba a čtení je základní kulturní potřebou člověka a obohacuje jeho život. Proto bychom chtěli „nečtenářům“ a sporadickým čtenářům ukázat cestu k četbě jako k příjemné a zábavné činnosti a nedílné součásti každodenního života, upozornit je na tituly, které jsou natolik čtivé a zábavné, že je dokáží přitáhnout k četbě a ke knihám vůbec. Doufáme, že náš projekt zlepší vztah veřejnosti ke knihám a obohatí jejich život o zážitky z četby. Ostatně, jak ukazuje průzkum<sup>10</sup>, podmínky pro znovuzařazení

---

10 TRÁVNÍČEK, Jiří. Jak se čte u nás a jinde (prezentace Seč, 18. 9. 2008) [online]. [cit. 13-11-2008].

čtenářství do běžného života lidí jsou v ČR velice příznivé, neboť ke čtenářství obecně mají Češi kladný vztah: neexistují žádné zábrany či bariéry v přístupu ke knihám, máme fungující síť knihoven, poměrně stabilizovaný knižní trh a stále přetrvává tradice rozsáhlých domácích knihoven. Díky tomu mají české projekty na podporu čtenářství na čem stavět, a jejich působení může být velice efektivní.

## Literatura

- [1] BRDIČKA, Bořivoj. Statistika říká, že se čte stále méně!. *Učitel'ský spomocník* [online]. UK Praha, Pedagogická fakulta, KITTV [© 1997-2008] [cit. 13-11-2008].  
Dostupný na www: [http://www.spomocnik.cz/index.php?id\\_document=2241](http://www.spomocnik.cz/index.php?id_document=2241).
- [2] *Celé Česko čte dětem* [online]. Obecně prospěšná společnost „Celé Česko čte dětem“. [© 2006] [cit. 13-11-2008].  
Dostupný na www: <http://www.celeceskoctedetem.cz>.
- [3] *Citarny.cz* [online]. Citarny.cz [© 2004 – 2008] [cit. 13-11-2008].  
Dostupný na www: [www.citarny.cz](http://www.citarny.cz).
- [4] *Čtenáři a čtení v ČR (2007)* [online]. Ústav pro českou literaturu AV ČR a Národní knihovna ČR [cit. 13-11-2008].  
Dostupný na www: [http://www.nkp.cz/files/tk07\\_cteni.ppt](http://www.nkp.cz/files/tk07_cteni.ppt).
- [5] *Čtenářský deník* [online]. Český rozhlas, [© 2000-2008] [cit. 13-11-2008]. Dostupný na www: <http://www.rozhlas.cz/ctenarskydenik/portal>.
- [6] Čtvrtina českých dětí vůbec nečte, další čtvrtina ale čte denně. *Česká škola* [online]. [26. 02. 2008] [cit. 13-11-2008]. ISSN 1213-6018.  
Dostupný na www: <http://64.233.183.104/search?q=cache:12liEhCISGYJ:www.ceskaskola.cz/Ceskaskola/AR.asp%3FARI%3D101586%26CAI%3D2125+%C4%8Dten%C3%AD+pr%C5%AFzkum&hl=cs&ct=clnk&cd=9&gl=cz>.
- [7] *Europeana – Connecting cultural Heritage* [online]. Europe's digital

- library foudnation. [cit. 13-11-2008].  
Dostupný na www: <http://dev.europeana.eu/home.php>.
- [8] *First Choice Books* [online]. [© 2007] [cit. 13-11-2008].  
Dostupný na www: <http://www.firstchoicebooks.org.uk/>.
- [9] *Gnooks* [online]. GNOD – The global network of dreams. A project of Marek Gibney : Deutschland [cit. 13-11-2008].  
Dostupný na www: <http://www.gnooks.com>.
- [10] *iLiteratura: o literatuře v celém světě a doma* [online]. [© 2005] [cit. 13-11-2008]. Dostupný na www: <http://www.iliteratura.cz>.
- [11] *Knihovnice.cz: pokladnice plná knih* [online]. [© 2004-2008] [cit. 13-11-2008]. Dostupný na www: <http://www.knihovnice.cz>.
- [12] *Knihy.cz* [online]. [© 2006-2008] [cit. 13-11-2008].  
Dostupný na www: [www.knihy.cz](http://www.knihy.cz).
- [13] *Knížky.net* [online]. [© 2007] [cit. 13-11-2008].  
Dostupný na www: <http://knizky.net>.
- [14] MACHÁLKOVÁ, Jana. Světový průzkum : české děti neumí „číst“ v textu. *Lidové noviny* [online]. [05. 12. 2007] [cit. 13-11-2008]. ISSN: 1213-1385. Dostupný na www: [http://www.lidovky.cz/svetovy-pruzkum-ceske-deti-neumi-cist-v-textu-f4x-/ln\\_noviny.asp?c=A071205\\_000007\\_ln\\_noviny\\_sko&klic=222770&mes=071205\\_0](http://www.lidovky.cz/svetovy-pruzkum-ceske-deti-neumi-cist-v-textu-f4x-/ln_noviny.asp?c=A071205_000007_ln_noviny_sko&klic=222770&mes=071205_0).
- [15] *Portál* [online]. Portál, s.r.o. [© 2005] [cit. 13-11-2008].  
Dostupný na www: <http://www.portal.cz>.
- [16] *Portál české literatury* [online]. [© 2005]. [cit. 13-11-2008].  
Dostupný na www: <http://www.czlit.cz/main.php>.
- [17] *Rosteme s knihou* [online]. [© 2007] [cit. 13-11-2008].  
Dostupný na www: <http://rostemesknihou.cz>.
- [18] TRÁVNÍČEK, Jiří. *Jak se čte u nás a jinde* (prezentace SEČ, 18. 9. 2008) [online]. [cit. 13-11-2008].  
Dostupný na www:[http://www.sdruk.cz/sec/2008/b4/01\\_travnicek\\_jak\\_se\\_cte.pdf](http://www.sdruk.cz/sec/2008/b4/01_travnicek_jak_se_cte.pdf).
- [19] *Zlatý fond denníka Sme* [online]. SME.sk. [© 2006 – 2008] [cit. 13-11-2008]. Dostupný na www: <http://zlatyfond.sme.sk>.
- [20] *2008 The national year of reading* [online]. National Literacy Trust.

[© 2008] [cit. 13-11-2008].

Dostupný na www: <http://www.yearofreading.org.uk/index.php?id=77>.

# Biosociální informace a technologie

*Michal Lorenz*

*KISK, FF MU, Brno*

*lorenz@phil.muni.cz*

## **Abstrakt**

Vývoj protokultury u organismů ukazuje na význam dimenzí, které jsou mnohdy zásadní pro správné fungování informačních technologií v současné společnosti. Zamyšlení nad tím, jak se dají tyto poznatky využít pro praxi informačních specialistů.

**Klíčová slova:** Protokultura, sociální dimenze technologií

## **Hypotéza**

Používání informačních technologií a technologie všeobecně je ovlivňováno imergentními prvky živočišné protokultury, jejichž respektováním lze přispět k užitečnému (useful) designu těchto technologií.

## 1. Informace všude kolem nás

V představách studentů, kteří studují obory zabývající se informacemi v širších souvislostech, dnes převládá dojem, že informace jsou všude kolem nás, že prostupují **každým coulem** okolní **reality**<sup>11</sup>, až ve výsledku dostupují výšin sociální komplexity, která charakterizuje současnou, s technologiemi těsně spjatou společnost západního typu, kterou označujeme přívlástkem informační. Odborníci skutečně zkoumají nejrůznější oblasti, o nichž předpokládají, že produkují informace. Podle oblasti vzniku těchto informací pak mluvíme o informacích fyzikálních, které jsou zaznamenány ve strukturách anorganického světa, o informacích biologických, jejichž původcem je příroda živá a o informacích sociálních, které vznikají působením sociálních sil v lidské společnosti. Zatímco existence informací sociálních a biologických je většinou odborníků uznávána, existence informací fyzikálních je mnohdy zpochybňována, případně omezena na oblast techniky, v níž kolují informace (nebo přesněji data) implementované do technických zařízení společností, pak mluvíme o technických informacích.<sup>12</sup> Odlišné oblasti vzniku informací nás staví před logické, tzv. **Capurrovo trilema**, tedy před otázku, zda informace v nich vznikající jsou stejné (univocitní), ekvivalentní (analogické), nebo zcela nesouměřitelné (ekvivocitní) povahy, přičemž zvolený postoj má dalekosáhlé logické důsledky.<sup>13</sup>

## 2. Biosociální informace

---

11 Paradigma označované jako paninformatizmus. Více viz. FLORIDI, Luciano. **On Defining Library and Information Science as Applied Philosophy of Information**. *Social Epistemology*. 2002 (16.11), pp. 37-49.

12 ŽATKULIAK, Ján G. Základy informatiky. 1. vyd. Bratislava : Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1978. Str. 11 - 31.

13 CAPURRO, Rafael – FLEISSNER, Peter – HOFKIRCHNER, Wolfgang. *Is a Unified Theory of Information Feasible? A Trialogue*. In HOFKIRCHNER, Wolfgang (Ed.). *The Quest for a Unified Theory of Information*. Proceedings of the Second International Conference on the Foundations of Information Science. Amsterdam: Gordon and Breach Publ. 1999. Pp. 9-30. ISBN 90-5700-531-X.

Rozřadit jednotlivé druhy informací podle oblastí jejich vzniku není ve většině případů problém, ovšem i zde nalezneme výjimku. Výjimečné postavení zaujímá část ontogenetické informace, informace biosociální. Některými autory je **biosociální** informace řazena mezi informace mající **původ** ve sféře **biologické**<sup>14</sup>, jinými mezi informace **sociální**.<sup>15</sup> Jde o informaci předávanou při komunikaci mezi organizmy jednoho, ale i více druhů, včetně člověka. „Sociálně žijící živočichové ji [...] mohou částečně kumulovat a předávat souvislou animální tradici [...]”<sup>16</sup> Biosociální informace je tedy jakýmsi **předobrazem** kulturní informace, tedy lidské tradice a kultury, nebo jinak řečeno zárodky lidské kultury lze nalézt již hluboko v biologické evoluci. Tato informace je neuronální, je tedy uložena v centrální nervové soustavě živočichů a plní roli informace sémanticky doplňující informaci genetickou (která je informací o struktuře). Umožňuje živočichům kumulovat informace o řešeních problémů nalezených jejich předchůdci a využívat je při změnách v jejich přirozeném okolí a při řešení problémů zahrnujících manipulaci s objekty či organismy v tomto okolí. Je podstatou sociálního ontogenetického učení živočichů. U člověka závislého na svém kulturním prostředí začíná hrát neuronální informace, kterou zapisuje pomocí lidského jazyka do umělých struktur, roli strukturálně konstitutivní, čímž vzniká genom kultury.<sup>17</sup> Kulturu pak lze definovat jako „přenos informace behaviorálními prostředky, zejména procesem vyučování a učení“<sup>18</sup>, tedy **negenetickými** cestami zahrnujícími komunikaci mezi jedinci.

### 3. Protokultura

Kultura je běžně chápána jako fenomén úzce spjatý s člověkem. Ovšem i živé organismy jiné než člověk mezi sebou komunikují informací jinými způsoby, než pouze geneticky. Zvláště u sociálně žijících organismů můžeme sledovat různé sofistikované způsoby **komunikace**, které nesou charakteristiky, jimž

---

14 Biosociální informace je součástí přirozené informace epigenetické (neuronální, behaviorální), umožňující učení živých systémů (ŠMAJS, Josef. Osobní sdělení, 15. 10. 2008).

15 ŽATKULIAK, Ján G. Základy informatiky. 1. vyd. Bratislava : Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1978. Str. 33.

bychom v případě člověka přidělili **kulturní charakter**. Vzhledem k menší míře komplexnosti těchto informací, mnohdy úzce vázaných na vrozené, tedy genetické popudy, a vzhledem k nízké míře jejich sofistikovanosti ve srovnání s člověkem, neoznačujeme tyto jako kulturu. Kulturní projevy organismů jsou však předobrazem rozvinuté kultury člověka, proto odborníci mluví o primitivní kultuře, kterou označují pojmem protokultura.<sup>19</sup> Ovšem potvrdit, zda je dané chování projevem genů či zda již jde o specifický přenos kulturní informace, vyvinutý v procesu ontogeneze, může být velmi obtížné. Toto může být pěkně ilustrováno na příkladu přenosu vzorců ptačího zpěvu. V případě parazitických ptáků jako jsou kukačka nebo špaček polní se jejich ptáčata rodí v hnízdě jiných druhů ptáků, kam jejich rodiče nakladou svá vejce. Ptáčata nikdy nemají možnost spatřit své rodiče a nemohou se tak od nich naučit píseň typickou pro svůj vlastní druh. Přestože vyrůstají v izolaci, odloučení od příslušníků vlastního druhu, při písni samečka vlastního druhu zaujímají samičky „kopulační pozici“, zatímco při zpěvu ptáků jiných druhů ptáků na ně vůbec nereagují. Jejich odpověď na samčí zpěv je vrozená, tedy geneticky determinovaná.

*Obrázek 1: Kopulační postoj samice špačka polního*

*BONNER, John T. The Evolution of Culture in Animals. New Jersey. Pp.*

*34*



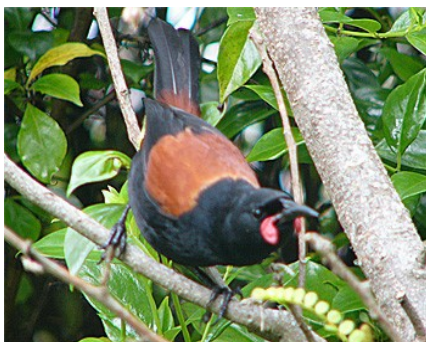
---

16 „ŠMAJS, Josef *Filosofie – obrat k Zemi. Evoluční techniky a lidského poznání*. 1. vyd. Praha : Academia 3.

17 ŠMAJS, Josef. *Drama evoluce: Fragmenty z dějin ornitologie*. 1. vyd. Praha : Hynek, 2000.

Opačným případem jsou pěvci jako například laločník sedlatý z Nového Zélandu či drozd mnohohlasý, kteří mají širší spektrum zpěvných vzorců. Různé varianty téhož nápěvu představují dialekty „ptačího jazyka“. Takovýchto dialektů se podařilo na ostrově, kde žije laločník sedlatý, identifikovat okolo devíti a každý samec se svůj nápěv učil od samců sídlících v sousedních teritoriích. Navíc jsou samečci laločníka schopni učit se nové melodie nejen během mládí, ale v jakékoli fázi života.

*Obrázek 2: Laločník sedlatý*  
 [online]. [cit. 2008 – 10 - 24]. Dostupný z:  
 <<http://www.pinkmoose.ic24.net/new-zealand/saddleback-nz-2006.jpg>>



Proces nápodoby melodie však není vždy dokonalý, občas učící se sameček napodobí melodii chybně a stojí tak u zrodu nové varianty písně, která se může prosadit a z fondu již zpívaných písní některou vytlačit. „Vzorce zpěvu se nedědí geneticky.“<sup>20</sup> Učit se písně přináší pěvcům tu výhodu, že jedinci podle drobných odlišností mohou rozpoznat lokální skupiny ptáků, členy rodiny či svého druha, jako v případě t'uhýků afrických, kteří v páru zpívají jednohlasně alternativní tóny tak sladně, že výsledná melodie zní jak píseň jednoho ptáka. Často uváděným příkladem mimolidské

ISBN 80-86202-77-1. str. 110.

18 BONNER, John T. *The Evolution of Culture in Animals*. New Jersey : Princeton University Press, 1980. Pp. 9. ISBN 0-691-02373-5. Tato definice pro účely příspěvku zdůrazňuje způsob přenosu informace. Všeobecně se definice kultury vymezuje „jako způsob života, akumulace tradic, poznatků a zvyků předávaných

kultury jsou cesty migrujících ptáků, ale i motýlů. I zde musí být pečlivě rozlišováno mezi vlivem genů, nastavujících mozek a hormonální sekreci, které určují směr a dobu letů a kulturně předávanou dráhou letu a přeným místem hnízdění. Kulturní přenos informace mezi organismy je zajištěn překrýváním generací, vykonávajících let společně. Typickým příkladem mohou být sněžné husy či motýl *Danaus stěhovavý*.

Vývoj kultury prošel několika body, které předznamenaly současné možnosti lidské kultury. Prvním krokem bylo rozlišení pohyblivých a nepohyblivých forem života – **pohyblivé formy** života dokonce už od jednoduchých bakterií začaly rozvíjet rychlejší reakce na prostředí. Pohyblivost byla dále podpořena vynálezem **nervové soustavy** a mozku, které umožňují jiný způsob zpracování informace a tvoří stále mohutnější **paměť** pro skladování této informace. Právě komplexní povaha kultury potřebuje dostatečně výkonný mozek. Dostatečně výkonný mozek totiž umožňuje složitější komunikaci mezi jedinci jednoho druhu a otevírá tak možnost pro sofistikovanou koordinaci. Zvládnutí složitých komunikačních aktů umožnilo další výrazný posun, který je typický pro kulturu, totiž integraci individuí do **sociálních skupin**. Čím je sociální skupina větší, tím je potřeba větší mozek potřebný pro zvládnutí vztahů s dalšími jedinci a tedy i zpracovávaných informací o nich. Antropolog Robin Dunbar zjistil, že u primátů poměr velikosti mozku a mozkové kůry určuje maximální velikost

---

z jedince na jedince a z generace na generaci skrze nápodobu a učení. PETRŮ, Marek. *Možnosti transgrese. Je třeba vylepšovat člověka?* 1. vyd. Praha : Triton, 2005. Str. 19. ISBN 80-7254-610-4.

19 O protokultuře mluvíme jako "o naučených dovednostech předávaných z generace na generaci." PETRŮ, Marek. *Možnosti transgrese. Je třeba vylepšovat člověka?* 1. vyd. Praha : Triton, 2005. Str. 63. ISBN 80-7254-610-4. Termín protokultura přesto nese punc kontroverznosti. Někteří odborníci vyjadřují pochybnosti, do jaké míry je kulturní jednání geneticky determinované, což je mnohdy velmi obtížné experimentálně ověřitelné, zvláště s ohledem na kontinuum klenoucí se od striktní genetické determinace, přes chování částečně ovlivněné genomem a částečně okolím, až po čistě kulturní jednání. Detailnější rozbor těchto problémů viz BONNER, John T. *The Evolution of Culture in Animals*. New Jersey : Princeton University Press, 1980. Pp. 12 - 53. ISBN 0-691-02373-5.

20 DAWKINS, Richard. *Sobecký gen*. 1. vyd. Praha : Mladá fronta, 1998. Str. 172. ISBN 80-204-0730-8.

skupiny pro daný druh a tedy i rozsah **sociálního kanálu**.<sup>21</sup> Společně s komunikací mezi jedinci se rozvíjí i kapacita pro společnost a kulturu. Tato kapacita je vyživována hlavně pomocí schopnosti **učení a vyučování**, schopností umožňující jedincům předávat si mezi sebou negenetickou informaci. Jelikož učení je jednodušší schopnost než vyučování, které vykazuje souvislost s jazykem, objevilo se pravděpodobně v evoluci dříve. Pro rozdělení informace přenášené geneticky a informace přenášené mozkiem bylo zapotřebí, aby mozek dosáhl schopnosti reagovat na podněty velmi flexibilním způsobem. **Flexibilita reakcí** na podněty umožňuje alternativní volbu a současně přináší různé varianty těchto odpovědí. Nejvyšším stupněm této flexibility, který nacházíme v živočišné říši, je pak **invence**, která umožní překonat dané alternativní volby a přiřadit k nim volby, které zde ještě nebyly.<sup>22</sup> Kreativita a inovace se v současnosti jeví v lidské kultuře jako ekonomicky nejvýnosnější artikl.

*Obrázek 3: Danaus stěhovavý*

[online]. [cit. 2008 – 10 - 24]. Dostupný z: <<http://www.utahbugclub.org/ubcgraphics/Monarch.jpg>>

### 3. 1 Artefakty v protokultuře

Kultura, stejně jako protokultura se často vyznačuje využíváním nejrůznějších druhů artefaktů.<sup>23</sup> K jejich ovládnutí je třeba dosáhnout určitého stupně **manuální zručnosti**. Už různé způsoby lovení kořisti vyžadují po organismech jistou obratnost, která může mít svůj původ v **imitaci**, ale její součástí je vždy i silný vrozený základ (např. lov myši kočkou). Příkladem, kdy imitace hraje významnější roli je způsob obživy ústřičníka velkého. Ten se živí mořskými slávkami, k jejichž masu se dostává dvěma způsoby: na tvrdém podloží buší zobákem do slávky v nejslabším místě její skořápky

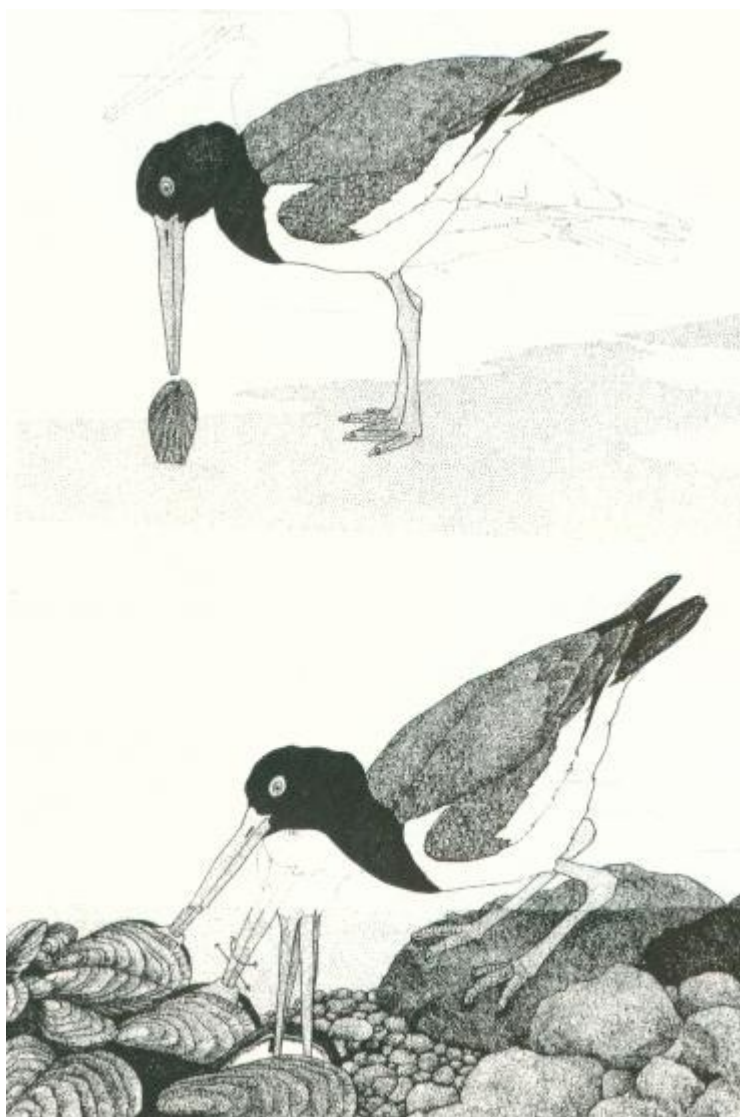
21 Dle GLADWELL, Malcolm. *Bod zlomu. O malých příčinách s velkými následky*. 2. vyd. Praha : Dokořán, 2007. Str. 155 – 158. Ideální velikost skupiny lidí určil podle velikosti mozku přibližně na 150 jedinců.

22 BONNER, John T. *The Evolution of Culture in Animals*. New Jersey : Princeton University Press, 1980. Pp. 9. ISBN 0-691-02373-5.

dokud nerupne nebo pod vodou vsune svůj zobák do násosky slávky a přestřihne její přitahovací sval, čímž ji rozevře. Jakým způsobem se bude ústřičník dostávat k masu není dáno vnitřním nastavením (geneticky), ale přenosem biosociální informace, jak ukázal Norton-Griffithův pokus s přemísťováním vajec mezi rodinami vykonávajícími jinou metodu získávání obživy. Ústřičníci jsou přitom schopni žít se snadno dosažitelnou potravou jako jsou červi a další drobná kořist, přičemž se tím výrazně zkracuje doba, kdy se rodiče musejí starat o mladé. V druhém případě musí mladí ústřičníci dlouhou dobu pozorovat techniku lovu a nacvičovat ji (perioda krmení rodiči se protahuje z 6 – 7 týdnů na 18 – 26 týdnů).

---

23 Artefakt vymezují široce v souladu s teorií činnosti (Activity theory), takže koncept zahrnuje nástroje, znaky, jazyk a stroje. Podle KAPTELININ, V. Computer-Mediated Activity: Functional Organs in Social and Developmental Context. In NARDI, B. A. (ed.) *Context and Consciousness. Activity Theory and Human-Computer Interaction*. Cambridge : The MIT Press, 1996. Pp. 45 - 68. ISBN 0-262-14058-6.



Obrázek 4: Dvě techniky lovu ústřičníka velkého

BONNER, John T. *The Evolution of Culture in Animals*. New Jersey. Pp. 168

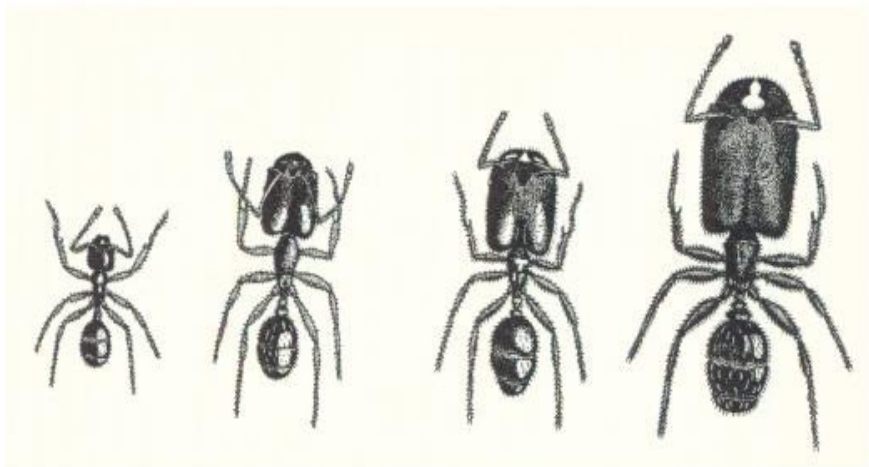
Se zlepšující se zručností začínají živočichové používat různé nástroje. Galapážská pěnkava používá trny na lov larev ze stromů, mořská vydra používá kámen, jímž na břicho rozbíjí schránky mořských měkkýšů, supi rozbíjejí pštrosí vejce házením kamenů z výšky. Známý jsou případy, kdy makakové ovládli techniku mytí sladkých brambor, aby je zbavili písku či techniku vhadzování pšenice smíchané s pískem do vody, aby mohli snadno sebrat zrnka obilí plavoucí na povrchu tekutiny.

Případ dokládající vysokou manuální zručnost jsou šimpanzi, kteří jsou schopni používat po stolici listí k utírání zadku, využívat třísky k odstraňování blech z chodidel, nebo třeba lovit termity. Ty loví šťáráním předem vhodně upravené větvičky v otvorech termitiště. Šimpanzi otáčejí s větvičkou a pak ji se zakousnutými termity vytáhnou a s chutí slíznou chutné sousto. Badatelé, kteří zkoušeli chytat termity podobným způsobem ke svému překvapení zjistili, že se nejedná o dovednost nijak lehkou, najít otvor v termitišti a přilákat termity, aby se zakousli do tenké větvičky, se ukázalo nad jejich síly. Složitý postup musí mláďata šimpanzů dlouho odpozorovávat od rodičů a ne vždy si postup správně osvojí a nedokáží jej pak používat.<sup>24</sup>

Artefaktem sloužícím k učení je jazyk. Jeho nejjednodušší případ známe u hmyzu. Mravenci a termity jsou schopni zanechávat si vzájemně chemické zprávy – stejně jako nervové buňky jsou i jejich smysly citlivé na chemické stimuly. Pomocí feromonů vylučovaných královnou je usměřován vývoj larev v potřebnou specializovanou kastu, chemické sloučeniny vylučované žlázami hmyzích jedinců slouží jako zpráva vyzývající k následování označené cesty. Tyto chemické artefakty ovšem mají velmi malý vztah k učení, slouží pouze jako instinktivně ovládaný komunikační systém.

---

24 BONNER, John T. *The Evolution of Culture in Animals*. New Jersey : Princeton University Press, 1980. Pp. 166 – 169. ISBN 0-691-02373-5. PETRŮ, Marek. *Možnosti transgrese. Je třeba vylepšovat člověka?* 1. vyd. Praha : Triton, 2005. Str. 62. ISBN 80-7254-610-4.



Obrázek 5: Sterilní kasta farmářského mravence druhu *phidole kingi instabilis*

BONNER, John T. *The Evolution of Culture in Animals*. New Jersey. Pp. 80

Včely jsou schopny složitější komunikace – pomocí jazyka sdělují ostatním včelám přesné instrukce o vzdálenosti a směru, kde lze nalézt potravu. Jazykem je v tomto případě tanec, překládající směr gravitace do směru vizuálního (pozice slunce), dokladem pravdivosti jejich výpovědi jsou pak včelou průzkumnici vydávaná vůně rostliny a trocha vyzvráceného nektaru z nalezeného pole. Schopnost včel předávat a rozumět signálu je však vrozená, nelze jí předávat žádné informace navíc (například o barvě květů).<sup>25</sup> Nejpokročilejší ovládnutí jazyka pozorujeme u šimpanzů. Ti jsou schopni naučit se od lidí znakový jazyk o několika stech slov s primitivní syntaxí, který pak používají nejen v komunikaci s lidmi, ale i mezi sebou. Dokonce jsou schopni vytvářet i nová slovní spojení. Ve volné přírodě šimpanzi používají symbolický vokální protojazyk, používající abstraktní symboly k varování před nebezpečným predátorem.<sup>26</sup> Pokročilými jazykovými

25 BONNER, John T. *The Evolution of Culture in Animals*. New Jersey : Princeton University Press, 1980. ISBN 0-691-02373-5

26 PETRŮ, Marek. *Možnosti transgrese. Je třeba vylepšovat člověka?* 1. vyd. Praha : Triton,

dovednostmi vládou i delfini, míra komplexity jazykové komunikace je však stále zkoumána. Jisté je, že delfini vydávají jedinečný zvuk, kterým jsou pak ostatními ve skupině oslovováni – používají tedy vlastní jména.

Každé osvojení nástroje, jehož příklady byly uvedeny výše, je svého druhu invencí. Takovýto objev je dále přenášen z generace na generaci pomocí nápodoby. Artefakty samy pak jsou nejen výsledkem použití inteligence, ale samy vyšší inteligenci svým uživatelům udělují. D. Dennett tvory schopné vycházet ze zkušeností protokultury svých předchůdců užívajících nástroje, označuje jako tvory gregoryovské.<sup>27</sup>

#### 4. Lidská kultura a technika

Lidská kultura přesahuje jednoduché tradice a protokultury množstvím akumulovaných informací a mírou učení, nutnou k jejímu zvládnutí. Lidé ke komunikaci používají nejen jazyk mluvený, ale i psaný jazyk a komunikaci pomocí různorodých artefaktů. Mnoho rysů lidské kultury **nemá** své protějšky v rysech vyskytujících se ve světě živočišné říše. Současné prostředky, které nám umožňují stále rychleji zpracovávat, ukládat a vyhledávat informace, jsou dále rozvíjeny a projektovány za účelem zvýšení jejich efektivity. Biologické předpoklady pro vývoj kultury nejsou ovšem v **inženýrských návrzích** zastoupeny. Předpokládá se, že takovéto poznatky se hodí na pole působnosti biologie, ne již na pole techniky. Přesto některé rysy, charakterizované příklady z živočišné říše, které byly uvedeny výše, poukazují k dimenzím pro rozvíjení **užitečné** kultury zásadní. Osvojit si kulturu je snadnější pomocí učení se, než vyučování, kterýžto rys je dnes aktuálně rozpoznán a projevuje se ve změně **kultury vyučování**.<sup>28</sup>

Nemůžeme předpokládat, že dojde k výraznému zvětšování velikosti našeho mozku, čímž je také dána optimální velikost skupiny lidí, v níž jsme schopni efektivně spolupracovat. Tento poznatek je v současnosti využíván

---

2005. Str. 67. ISBN 80-7254-610-4.

27 DENNETT, Daniel C. *Druhy myslí: K pochopení vědomí*. Bratislava : Archa, 1997. Str. 98-101. ISBN 80-7115-140-8.

28 Viz. Např. PIKE, Graham – SELBY, David. *Globální výchova*. Praha : Grada, 1994. 322 s. ISBN 80-85623-98-6.

například pro **organizaci** větších společností. Firma Gore Associates například dodržuje velikost svých jednotlivých závodů pod hranicí 150 lidí, čímž zajišťuje vhodné pracovní klima – zaměstnanci se všichni mezi sebou osobně znají a udržují přímé mezilidské vztahy, jsou schopni plnit zadané rozkazy, dodržovat osobní loajalitu vůči firmě. Lidé se snaží naplnit očekávání svých nadřízených, odchod zaměstnanců z firmy je menší než v ostatních velkých podnicích, podnik je vysoce ziskový a inovativní již několik desetiletí.<sup>29</sup>

Při současném trendu budování rozsáhlých sociálních sítí je využíván lidský **sociální grooming** – v živočišném světě jde o sociální fenomén péče o vzhled a tělo druhého živočicha (papoušci čechrající si vzájemně peří zobáky, vybírání hmyzu ze srsti u vyšších primátů), který ustavuje **sociální proximitu**, posiluje sociální strukturu a vztahy a bývá užíván jako prostředek usmíření po vážných konfliktech. Čím má například druh primátů větší mozkovou kapacitu, tím více času věnuje sociálnímu groomingu. U lidí se tedy dá očekávat, že sociálnímu groomingu budou věnovat velkou část svého času. Fenomén sociálního groomingu se projevuje u lidí nejen doteky, ale i navazováním romantických či platonických vztahů, které dnes můžeme uzavírat právě ve virtuálním prostředí. Takováto pouta nabízejí zvýšenou míru pocitu uspokojení a důvěry.

Přesto je **sociální dimenze** stále podceňovaným rysem, což se negativně projevuje v procesu **informatizace společnosti**. Vhodným příkladem je tzv. paradox produktivity, sociální fenomén spojený s masivními investicemi firem do informačních technologií. Přes všechna očekávání, jež tento trend sliboval, jejich naplnění je poněkud rozpačité. Růst produktivity práce, který si firmy od zavedení systémů slibovaly se více jak třicet let nedostavil a až poslední roky naznačují pozitivnější vývoj. Mezi důvody existence paradoxu produktivity, které hledali ekonomové, velmi významně

29 GLADWELL, Malcolm. *Bod zlomu. O malých příčinách s velkými následky*. 2. vyd. Praha : Dokořán, 2007. Str. 158 - 163. ISBN 978-80-7363-165-9.

zaznává předpoklad efektu zpoždění. Z historie známe případy, kdy dnes dobře zavedená **technologie** potřebovala delší časové období, než byla plně **přízůsobena** potřebám **společnosti** a prostředí jejích složitých sociálních vztahů.<sup>30</sup> Význam sociální dimenze při návrzích informačních a komunikačních technologií je v současnosti studován oborem s názvem sociální informatika, definovaném R. Klingem jako "interdisciplinární analýza designu, využití a výsledků informačních technologií, která bere v úvahu jejich interakci uvnitř institucionálního a kulturního kontextu."<sup>31</sup> Mezi základní zjištění sociální informatiky patří, že změna samotné technologie přináší málokdy přímý užitek, technologické inovace, mají-li zvýšit efektivnost, musejí brát v potaz sociální hierarchii a také **užívané pracovní postupy** v konkrétní organizaci.<sup>32</sup> Samotné vyučování zaměřené na ovládnutí systému je dosti náročné, zpočátku je vhodné využít osoby - mediátora, která nám pomůže zvládat problém se systémem a umožnit kolaborativní interakci mezi uživateli, aby mohla být využita schopnost imitace a učení se ze situace. Tím se poněkud eliminují tzv. "vkrádající se náklady (stealth spending), s nimiž inženýrská implementace systému mnohdy nepočítá."<sup>33</sup>

## 5. Závěr

Některé prvky vystupující v evoluci zvířecích protokultur **mohou** nabízet podněty a klíče k řešení problémů s technologiemi v moderní lidské kultuře.

---

30 Anderson uvádí více jak sto let potřebných k získání plně důvěryhodnosti knižtisku. Brown a Duguidem dokládají, že k prosazení elektrické dynamo potřebovalo šedesát let. ANDERSON, B. *Imagined Community. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. 12. ed. London : Verso, 2003. 224 p. ISBN 0-86091-546-8. BROWN, John Seely – DUGUID, Paul. *The Social Life of Information*. Boston : Harvard Business School Press, 2000. Pp. 86. ISBN 1-57851-708-7.

31 KLING, R. What is Social Informatics and Why Does it Matter? *D-Lib Magazine* [online]. 1999, Vol. 5, No. 1. [cit.2008-10-20].

32 KLING, Rob – ROSENBAUM, Howard – SEWYER, Steve. *Understanding and Communicating Social Informatics: A Framework for Studying and Teaching the Human Contexts of Information and Communication Technologies*. 1 ed. Medford, New Jersey : Information Today, 2005. Pp. 67. ISBN 1-57387-228-8.

33 BROWN, John Seely – DUGUID, Paul. *The Social Life of Information*. Boston : Harvard Business School Press, 2000. Pp. 75 - 77. ISBN 1-57851-708-7.

Základními v tomto ohledu zůstávají omezení, která jsou dána biologickými schopnostmi mozku, jenž tvoří předpoklad rozvinuté kultury, jako je šíře sociálního kanálu, udržování sociálních vazeb, schopnost učení a vyučování. Právě roli sociability nelze překonat pouze díky inovacím a kreativitě v oblasti techniky, ale je třeba brát v úvahu, že každý **inovativní artefakt** je svojí **povahou sociální**, což výrazně ovlivní jeho přijetí společností. Nelze očekávat, že společnost se přizpůsobí možnostem nových technologií, ale nové technologie musejí být designovány pro potřeby společnosti.<sup>34</sup> A právě zde vidím celé spektrum možností pro uplatnění odborníků z oboru informační vědy. Právě v centru zájmu informační vědy leží totiž sociální aspekty a důsledky používání informačních a komunikačních technologií, jež umožňují efektivní zprostředkování informací a podporují učení společnosti.

## Literatura

- [1] ANDERSON, B. *Imagined Community. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. 12. ed. London : Verso, 2003. 224 p. ISBN 0-86091-546-8.
- [2] BONNER, John T. *The Evolution of Culture in Animals*. New Jersey : Princeton University Press, 1980. 204 p. ISBN 0-691-02373-5.
- [3] BROWN, John Seely – DUGUID, Paul. *The Social Life of Information*. Boston : Harvard Business School Press, 2000. 330 p. ISBN 1-57851-708-7.
- [4] CAPURRO, Rafael – FLEISSNER, Peter – HOFKIRCHNER, Wolfgang. *Is a Unified Theory of Information Feasible? A Trialogue*. In HOFKIRCHNER, Wolfgang (Ed.). *The Quest for a Unified Theory of Information. Proceedings of the Second International Conference on the Foundations of Information Science*. Amsterdam: Gordon and Breach Publ. 1999. pp. 9-30. ISBN 90-5700-531-X.
- [5] DAWKINS, Richard. *Sobecký gen*. 1.vyd. Praha : Mladá fronta, 1998. 319 s. ISBN 80-204-0730-8.
- [6] DENNETT, Daniel C. *Druhy myslí: K pochopení vědomí*. Bratislava :

---

34 BROWN, John Seely – DUGUID, Paul. *The Social Life of Information*. Boston : Harvard Business School Press, 2000. Pp. 85. ISBN 1-57851-708-7.

- Archa, 1997. 178 s. ISBN 80-7115-140-8.
- [7] FLORIDI, Luciano. On Defining Library and Information Science as Applied Philosophy of Information. *Social Epistemology*. 2002 (16.11), pp. 37-49.
- [8] GLADWELL, Malcolm. *Bod zlomu. O malých příčinách s velkými následky*. 2. vyd. Praha : Dokořán, 2007. 254 s. ISBN 978-80-7363-165-9.
- [9] KAPTELININ, V. Computer-Mediated Activity: Functional Organs in Social and Developmental Context. In NARDI, B. A. (ed.) *Context and Consciousness. Activity Theory and Human-Computer Interaction*. Cambridge : The MIT Press, 1996. P. 45 - 68. ISBN 0-262-14058-6.
- [10] KLING, R. What is Social Informatics and Why Does it Matter? *D-Lib Magazine* [online]. 1999, Vol. 5, No. 1. [cit.2008-10-20]. Available from www: <http://www.dlib.org/dlib/january99/klings/01klings.html>
- [11] KLING, Rob – ROSENBAUM, Howard – SEWYER, Steve. *Understanding and Communicating Social Informatics: A Framework for Studying and Teaching the Human Contexts of Information and Communication Technologies*. 1 ed. Medford, New Jersey : Information Today, 2005. 216 p. ISBN 1-57387-228-8.
- [12] PETRŮ, Marek. *Možnosti transgrese. Je třeba vylepšovat člověka?* 1. vyd. Praha : Triton, 2005. 268 s. ISBN 80-7254-610-4.
- [13] PIKE, Graham – SELBY, David. *Globální výchova*. Praha : Grada, 1994. 322 s. ISBN 80-85623-98-6.
- [14] ŠMAJS, Josef. *Drama evoluce: Fragment evoluční ontologie*. 1. vyd. Praha : Hynek, 2000. ISBN 80-86202-77-1. str. 110.
- [15] ŠMAJS, Josef. *Filosofie – obrat k Zemi. Evolučněontologická reflexe přírody, kultury, techniky a lidského poznání*. 1. vyd. Praha : Academia, 2008. 431 s. ISBN 978-80-200-1639-3.
- [16] ŽATKULIAK, Ján G. *Základy informatiky*. 1. vyd. Bratislava : Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1978. 277 s.

# Biblioterapie na webu aneb šetrně nahozený záchraný kruh

*Edita Vališová, Helena Valtrová, Iva Raclavská*

*Masarykova univerzita v Brně*

*E.Valisova@seznam.cz; 179724@mail.muni.cz; 145002@mail.muni.cz*

## Abstrakt

Biblioterapie je metoda psychoterapie, využívající léčebné a podpůrné účinky četby. Může být individuální i skupinová. Projekt BiblioHelp se zaměřuje především na biblioterapii individuální. Jeho cílem je tvorba kvalitního informačního zdroje na webu, poskytujícího relevantní knižní tituly včetně možností přístupu ke konkrétním vybraným knižním jednotkám. Projekt BiblioHelp si svým provedením klade za cíl vyplnit prázdné místo na poli individuální (svépomocné) biblioterapie, které se doposud u nás nachází. Dále chce rozšířit povědomí o samotné problematice biblioterapie a stát se hojně využívaným nástrojem všech pomáhajících terapeutických profesí. V neposlední řadě má ambice rozšířit nabídku služeb knihoven.

**Klíčová slova:** biblioterapie, svépomoc, webový portál, knihovny, léčebná terapie, pomáhající profese

„Shakespeare může být stejně prospěšný jako všelijaké příručky duševní sebebomoci.“ [1]

## 1. Úvod: o projektu BiblioHelp

Smyslem příspěvku je poskytnutí informací o projektu BiblioHelp, který vytváří pětičlenný tým studentů prvního ročníku navazujícího magisterského studia oboru Informační studia a knihovnictví na Masarykově univerzitě. Cílem projektu je tvorba *webového portálu* obsahujícího *knižní tituly* z oblasti *biblioterapie*, jejich popis a možnosti přístupu v případě výběru konkrétního knižního titulu uživatelem. Tímto způsobem naplněný informační zdroj se má stát podpůrným prostředkem zejména v procesu *individuální biblioterapie*, založené na myšlence svépomoci a též i pomocným nástrojem odborníků pracujících v *pomáhajících profesích* či v oblasti *knihovnictví*. V případě českého prostředí jde o unikátní projekt, který v sobě odráží tři podstatné aspekty novosti: *Inovaci, Inspiraci a Imaginaci*. Které konkrétní prvky projektu těmto aspektům odpovídají?

## 2. Imaginace: biblioterapie na webu se představuje

Výchozí myšlenkou projektu je předpoklad specializovaného informačního požadavku ze strany jeho uživatelů. Svým obsahem je projekt zaměřený především na *širokou veřejnost*, která by v případě potřeby tento informační zdroj sama vyhledala, ale jak už bylo zmíněno výše, projekt se neomezuje pouze na biblioterapii individuální, ale chce se stát i prakticky využívanou pomůckou všech specializovaných odborníků, psychologů, psychoterapeutů, kteří s problémy rizikových klientů pracují.

S problémy všedního života přichází do styku každý z nás. Pokud se jedná o takové životní situace, které dokážeme víceméně snadno sami řešit, to znamená, že jejich dopad na náš života běh není příliš narušující, specializovanou pomoc není obvykle nutné vyhledávat. Závažnější situace může nastat, pokud jde o problémy dlouhodobé, neřešené, kumulující se, nebo o životní zvraty, které nás ohromily jak svojí intenzitou, tak nečekaností či nepřipraveností vzniklé situaci čelit (např. úmrtí blízké osoby, těžký úraz se zdravotními následky apod.). Pokud si takto trpící osoba není schopná pomoci sama, často hledá útočiště v rodině, u svých přátel či vyhledá odbornou pomoc. A právě myšlenka biblioterapie, tedy *léčba četbou*, je

jednou z možných metod, terapií, ve které mohou pacienti hledat úlevu ve své prožívané bolesti (jde o pozitivní ovlivnění psychosomatického stavu jedince vyrovnávajícího se s problémy psychickými, fyzickými či sociálními) [2].

## 2.1 Léčba četbou jako východisko v zátěžové situaci

Metoda biblioterapie se opírá o výzkum v oblasti psychoterapie, který se zaměřuje na práci s knihou a čtenářem, resp. na *vliv četby v procesu léčebné terapie*. Kromě individuální reflexe četby (čtení „naordinovaných“ knih lékařem) může jít též o *biblioterapii skupinovou*, při níž dochází pod odborným vedením psychoterapeuta k řízené četbě, které může asistovat i odborný knihovník (např. při konzultaci nad výběrem adekvátních informačních zdrojů). Děje se tak z důvodu interdisciplinárního charakteru této vědy (kromě psychiatrů, psychologů či knihovníků s touto terapií pracují i pedagogové a sociální pracovníci). Smyslem skupinové terapie je společné sdílení čtenářských zážitků, jejich společná reflexe a katarze či vhléd do aktuálně prožívané situace, její plné uvědomění, identifikace a přijetí. Pro tyto účely využívá biblioterapie jak naučných publikací, tak beletristických knih (pokud provádíme terapii na základě rozboru náboženského textu, hovoříme o *hagioterapii*). Principy biblioterapie lze použít s ohledem na každou věkovou skupinu pacientů [3] (senioři, týrané či opuštěné děti, mládež, pacienti umístění v nemocnicích, jiných léčebných zařízeních nebo v psychiatrické péči, oběti domácího násilí, závislí, nezaměstnaní, vězni a další). Biblioterapie je primárně zaměřená na četbu, ale její principy lze aplikovat i na její písemnou podobu (např. při psaní blogů - místa pro sdílení názorů, představ, zážitků, pocitů apod.).

K této problematice ještě dodejme, že její metody práce jsou stejně tak „vědecké“, jak „umělecké“. V prvním případě vycházíme z výzkumného charakteru oboru psychoterapie (aplikace v procesu interakce terapeuta a pacienta), v případě druhém jde o vlastní podstatu léčebné pomůcky, kterou je kniha ve smyslu uměleckého díla včetně percepce jejího obsahu. Léčba knihou je vždy komplexním procesem. V procesu biblioterapie jde především o *pochopení smyslu dané krizové životní situace*, nicméně samotným čtením

dochází navíc u čtenáře k rozvoji *fantazie, tvořivosti, kritického myšlení* či *komunikačních schopností* [3]. Jednoduše řečeno: čteme nejenom proto, že chceme být informováni o konkrétním problému nebo jen ze zábavy, čteme i z důvodu niterního prožitku z četby, který má hodnotu uměleckého díla i léčebného procesu.

## 2.2 Záchrané aspekty projektu BiblioHelp

V procesu biblioterapie jde tedy v mírně přeneseném slova smyslu o poskytnutí určité formy *záchrany*. V projektu BiblioHelp je tato záchrana realizována informačním obsahem a funkcemi webového portálu a myšlenkově pojata jako první pomoc v podobě *záchranného kruhu*: rozhraní portálu jako záchrana pro každého, kdo při hledání vhodných knih zatím tápal, kdo se v moři knih a ve svém trápení doposud beznadějně topil. Každý potřebný jedinec by měl v tomto záchranném kruhu najít spolu se svým problémem útočiště. Tuto myšlenku portálu má vystihovat vizualizace projektového loga.



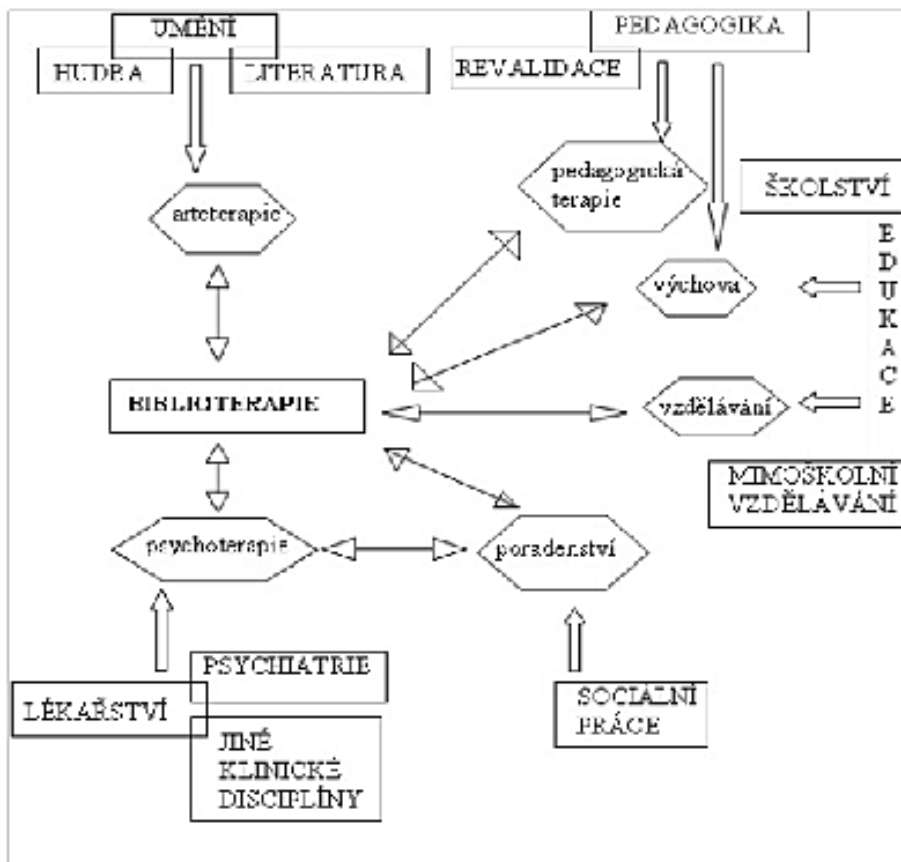
**Obrázek 1:** Logo projektu BiblioHelp (betaverze).

Samotný název projektu „BiblioHelp“ vznikl kombinací dvojího přístupu k projektu: první část sousloví je přímým odkazem na druh léčebné terapie („**Biblioterapie**“), druhá část odkazuje na aspekt svépomoci zastoupený u biblioterapie individuální (svěpomoc též jako „**Self-Help**“). Propojením těchto dvou hledisek dochází k prolnutí významu a formy

projektu. Jeho plné uchopení zajistí struktura portálu přihlížející k současným webovým trendům.

### 2.3 Biblioterapie a její psychoterapeutické a umělecké okolí

Pokud chceme problematiku biblioterapie představit co nejkompexněji, je nutné ještě poukázat na další metody léčebné terapie, které mají obdobný účinek na psychický stav pacienta jako léčba knihou, a které se dají s biblioterapií pro zvýšení pozitivního účinku terapie kombinovat. Biblioterapie je úzce provázána s *muzikoterapií*, *choreoterapií* (terapie tancem), *terapií fotografií*, *filmoterapií*, *dramaterapií* či *arteterapií* (terapie skrze tvorbu např. výtvarného díla, též „tvůrčí terapie“). Léčebný účinek mohou mít nejenom knihy, ale i hudba, tanec, obrazy, film nebo divadlo, tedy veškeré umělecké projevy bez ohledu na to, zda jsme jejich koncovými uživateli či samotnými tvůrci. Děje se tak z důvodu *emocionálního náboje*, který umělecký prožitek jako celek vždy doprovází (zde vidíme přímou souvislost s uměleckou stránkou biblioterapie) [4]. V širším pojetí lze termínu arteterapie použít jako zastřešujícího pojmu pro všechny ostatní druhy terapie (samozřejmě včetně biblioterapie), přičemž efektu léčby se dosahuje hlubokou koncentrací na dílo, kterou doprovází radost z tvorby (díla), získání náhledu, změna životních hodnot, postoje, nazírání atd. [5].



**Obrázek 2:** Biblioterapie v kontextu arteterapie [5].

## 2.4 Garance projektu BiblioHelp

Ve všech terapeutických a též uměleckých odvětvích uvedených v předchozí podkapitole je nutné dbát zvýšené pozornosti při výběru konkrétních uměleckých děl. Knihy, hudba i film mohou pacientovi pomoci, avšak též z důvodu *emocionálního obsahu* i uškodit a zvrátit tak celý pozitivní efekt z léčby. Knižní tituly zařazené do webového portálu BiblioHelp budou vybírány na základě *konzultací s odborníky psychoterapie*. Tím dojde k zajištění relevance a kvality výsledného knižního souboru po stránce

odborné, což je současně základním předpokladem tvorby tohoto informačního zdroje jakožto zdroje kvalitního.

### 3. Inovace: v čem je projekt BiblioHelp inovativní

Pro ještě hlubší vhled do problematiky biblioterapie se můžeme podívat na to, jaké obdobné projekty již fungují v *zahraničí*, resp. v anglicky mluvícím internetu. Ve většině případů jde o projekty zaměřené primárně na *děti* a jejich *rodiče*. Důraz je zde kladen na rozpracování *těžkých životních situací*, do kterých se může dítě dostat.

#### 3.1 Zahraniční biblioterapeutické projekty

Zde jsou vybrány ty nejzajímavější a nejhodnotnější projekty:

##### Best Children's Book

Jde o velmi rozsáhlý projekt věnující se *dětskému čtenářství obecně*. Snaží se poradit rodičům, jak pro své dítě pečlivě zvolit knihu, která potomka od čtení neodradí, ale naopak v něm vzbudí o četbu zájem. Samostatná kapitola zaměřená na biblioterapii dělí dětské problémy do *sedmi kategorií* (šikana, smrt a umírání, zdravotní postižení a znevýhodnění, rozvod, závislost, zdravé stravování, poruchy příjmu potravy). Ke každé z těchto kategorií je připojen seznam doporučené literatury, která se daným problémem zabývá pro dítě přístupnou formou. Zdůrazněna je zde role ztotožnění se dítěte s hlavním hrdinou příběhu.

Doporučené záznamy jsou přebírány z jiných biblioterapeutických seznamů a řazeny podle toho, na kolika z nich se současně objevují. Vyhledané publikace je také možné okamžitě hledat v nejbližší knihovně, některé knihy jsou volně ke stažení nebo ke stažení za poplatek.



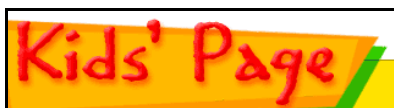
**Obrázek 3:** Logo projektu *Best Children's Book* [6].

## Kids' Page: Bibliotherapy Booklists

Portál Kids' Page přináší projekt Carnegie Library of Pittsburgh, jehož zaměřením je opět pomoci dětem zvládat obtíže dnešního světa. Problémy jsou rozděleny do 32 kategorií bez hierarchie, přičemž se zde objevují položky jako například *smrt*, *zneužívání dětí*, ale také *nové brýle* či *cucání si palce*. Po rozkliknutí položky je čtenáři nabídnuto několik titulů, z nichž vedou hypertextové odkazy přímo do souborného knihovního katalogu, kde je okamžitě zřejmé, zda je kniha volná a v jaké dílčí knihovně se nachází, včetně otevíracích hodin příslušné knihovny. Nic tedy nebrání snadnému získání knihovní jednotky.

Zajímavé jsou ale i další možnosti webu, který přináší velké množství nápadů, jak dětem zpříjemnit četbu nebo kreativně využít jejich volný čas. Registrovaným uživatelům nabízí pomoc při vypracovávání domácích úkolů, předkládá třídění fondu dětských knih podle osmi věkových kategorií, dětem přináší možnost hraní si a vytváření vlastní pohádky s použitím *StoryMakeru*, upozorňuje na zajímavé dětské akce a mnoho dalšího.

**Obrázek 4:** Logo projektu Kids' Page [7].

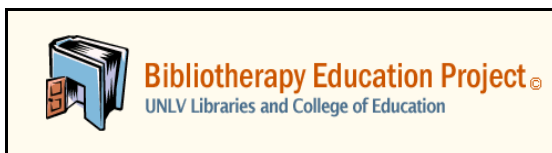


## Bibliotherapy Education Project

Projekt University of Nevada, Las Vegas je zaměřen na nejširší veřejnost a jeho posláním je shromažďovat knihy vhodné pro *svépomocnou biblioterapii* nebo jako pomoc profesionálním odborníkům v jejich praxi.

Projekt hojně využívá *hodnocení knih* od samotných zaregistrovaných a zapojených uživatelů-čtenářů, kteří po přečtení knihy dobrovolně vyplňují poměrně obsáhlý dotazník týkající se hodnocení dané knihy podle stanovených kritérií (např. nároky na čtenářskou úroveň, specializace, věková vhodnost, zajímavost, doba čtení atd.). Na závěr může hodnotitel uvést vlastní názory formou krátké úvahy.

*Pokročilé vyhledávání* umožňuje hledat podle netradičních kritérií jako jsou pohlaví hlavního hrdiny, předmětu (zde myšleno problému), či věku čtenáře v deseti kategoriích.



**Obrázek 5:** Logo projektu *Bibliotherapy Education Project* [8].

## Daily Dose of Reading

Zajímavý projekt, který klade hlavní důraz na *čtení rodičů s dětmi* a inspiruje rodiče k jejich aktivní účasti na prohlubování literární zkušenosti dětí tím, že budou svým dětem pravidelně číst a v následné diskusi se k přečtenému nějakým způsobem vyjadřovat. Vedle článků poskytujících informace a metodickou pomoc k této problematice, je zde i *seznam literatury* jak podle věku dítěte (pečlivě rozděleno podle jednotlivých let nebo i prvních měsíců života dítěte), tak podle problematické situace, se kterou se dítě má vypořádat. Situace jsou vybrány velmi citlivě s ohledem na dítě, takže tu můžeme nalézt *zahájení školní docházky, nové miminko, stěhování, pracující rodiče* a podobně.

Jednotlivé tituly obsahují krátké anotace.



**Obrázek 6:** Logo projektu *Daily Dose of Reading* [9].

## Oxford Brookes University: Bibliotherapy – Books can help

Program Oxford Brookes Bibliotherapy Scheme nabízí studentům univerzity seznam v počtu 50 knih, které mají pomoci vyrovnat se s problémy, jakými jsou například úzkost nebo deprese.

Jedná se o *booklist*, který obsahuje knihy, které jsou dostupné v knihovně nebo se dají koupit prostřednictvím internetu nebo v místním knihkupectví. Studenti mohou ke knihám přidávat komentáře.



**Obrázek 7:** Logo projektu *Oxford Brookes University* [10].

## Magination Press

Odišný přístup představuje toto *specializované knihkupectví*, které se již svou tvorbou zaměřuje na *děti v krizových situacích*. Jde o projekt American Psychological Association. Knihy jsou rozděleny do *14 kategorií* a doplněny o *anotace*. Autory jsou psychologové nebo jiní odborníci na duševní zdraví, kteří tvoří své publikace přímo pro účely tohoto projektu, na míru dětem a jejich problémům. Součástí každé knihy je také poznámka pro rodiče.

**Obrázek 8:** Logo projektu *Magination Press* [11].



Obdobných dalších projektů zvláště pro dětskou biblioterapii je celá řada. V českém internetu však žádný podobný projekt, který by zpracovával českou knižní produkci, ať již pouze dětské či literatury obecně, neexistuje.

### 3.2 Biblioterapie u nás

V českém prostředí nemá biblioterapeutická metoda ještě své pevné místo ani mezi odborníky ani v povědomí potencionálních uživatelů. Krajská knihovna v Pardubicích se sice pokusila vytvořit *biblioterapeutický seznam* vhodné literatury (Biblioterapeutický kabinet), ale její dobrý záměr zůstal pouze u onoho seznamu bez dílčích *kategorií*, bez možnosti *specifikace problému*, bez jakékoli *nadstavby*, *zpětné vazby* nebo *propojenosti jednotlivých publikací s funkcemi on-line katalogu knihovny*. U jednotlivých knih jsou uvedeny pouze maximálně stručné anotace, autor a číslo MDT [12]. V ČR se tedy bude inovace projektu BiblioHelp odrážet především v samotné formě zpracování tohoto tématu (portál reflektující současné webové trendy, kterými jsou např. prvky webu 2.0, personalizace, link servery apod.).

Kromě výše uvedeného *Biblioterapeutického kabinetu* v Krajské knihovně v Pardubicích zůstává u nás problematika biblioterapie spíše na *teoretické* (než vlastní projektové) *úrovni*. Komplexně se touto problematikou ve své magisterské práci, *Využití biblioterapie v zátěžových situacích*, zabývala Olga Hándlová. Přehledně toto téma rozpracovala a vysvětlila způsoby *účinku četby* a *práce s textem* [13]. Vytvoření přehledného a uceleného systému životních problémů včetně výběru vhodných

biblioterapeutických knih však bylo (i na základě tohoto kvalitně zhotoveného dokumentu) nad síly a možnosti jednoho člověka. Proto se tímto úkolem bude v projektu BiblioHelp zabývat celý realizační tým. Biblioterapií jako metodou pomoci opuštěným dětem se věnuje ve své magisterské práci též Anna Šinová [14]. Dále je možné nalézt ještě několik osamocených více či méně obsažných článků v nejrůznějších časopisech. O blahodárném účinku biblioterapie, ale i jiných terapií založených na využívání umění (jako je již zmiňovaná muzikoterapie, či terapie fotografií), se dočtete na webovém portálu *Portál.cz*. [4] a praktický příklad skupinové biblioterapie popisuje internetový časopis Sociální revue v převzatém článku *Biblioterapie: léčba četbou* [5].

Všechny tyto a mnohé další informační zdroje jsou těmi, na kterých bude projekt BiblioHelp myšlenkově stavět. Informace může čerpat též ze zahraničních zdrojů, avšak zde mohou projektu BiblioHelp více posloužit již fungující projekty, od nichž lze nasbírat poznatky ze zavedené praxe (metodika uchopení tématu, organizace informací, způsob práce na projektu, forma výstupů, prezentace informací apod.). Z vybraných příkladů, popisovaných v předchozí kapitole, vyplývá, že problematika biblioterapie je v zahraničí orientována zejména na nejmladší věkovou kategorii, *děti*. I zde vidíme další inovační prvek projektu BiblioHelp - jeho cílová skupina nebude nijak věkově omezená a navíc portál jako takový bude svým provedením vhodný nejen pro samotné klienty jako jednotlivce, ale též pro nejrůznější instituce a organizace, pro které se může stát vhodným nástrojem zefektivnění jejich vlastní činnosti. Vyjádřeno jednou větou: projekt má ambice inspirovat. Jakým způsobem konkrétně?

#### **4. Inspirace: koho a jak může projekt BiblioHelp inspirovat**

Nyní se podíváme na projekt BiblioHelp optikou okolí, ve kterém bude působit.

##### **4.1 Široká veřejnost: inspirace k svépomocné biblioterapii**

Pro kteréhokoli člověka, kohokoli, kdo se potýká s nějakým problémem a má zájem hledat pomoc prostřednictvím knih, může být projekt BiblioHelp příležitostí, jak se stát „sám sobě biblioterapeutem“.

Internetové prostředí umožňující *anonymitu, nonstop fungování* či *absenci bariér* v podobě nutnosti objednání, dlouhého čekání, svěřování se někomu dalšímu s mnohdy delikátními problémy či jiných a vyšších poplatků, než je ten za připojení k internetu, poskytuje web příležitost k tomu, aby se stal určitým „bezpečným ostrovem“ v bouři života. Projekt BiblioHelp si navíc klade za cíl mít kvalitu svého obsahu zaštiťenou pomocí spolupráce s odborníky na jednotlivé oblasti problematiky, kterou doporučované knihy pokrývají.

Webový portál by měl sloužit nejen uživatelům, kteří hledají pomoc pro sebe, ale i lidem, kteří chtějí lépe porozumět svým blízkým s určitými problémy, a také těm zvědavým, kteří se chtějí podívat na svět cizíma očima anebo se zajímají o biblioterapii.

## **4.2 Odborná veřejnost: inspirace v biblioterapeutické praxi**

Dále si projekt BiblioHelp klade za cíl s odbornou veřejností spolupracovat v obou směrech. Tedy nejen od ní získávat doporučení jednotlivých knih, ale i naopak inspirovat ji zpětně a zapojit do projektu *širokou veřejnost prostřednictvím veřejnosti odborné*.

### **4.2.1 Pracovníci v pomáhajících profesích: inspirace k inspirování druhých**

Na portálu budou moci najít inspiraci nejen odborníci, kteří se sami zabývají biblioterapií v praxi, vedou biblioterapeutická sezení, ale i všichni ti, kteří v roli *psychoterapeutů, poradenských psychologů, koučů, psychiatrů* i *jiných lékařů, zdravotních sester, sociálních pracovníků, učitelů, speciálních pedagogů* anebo *osobních asistentů* pracují s klienty či pacienty majícími problémy z okruhů, které projekt BiblioHelp pokrývá, ať již se jedná o *psychickou* či *fyzickou nemoc, obtížnou životní situaci, vývojovou* nebo *partnerskou krizi* apod.

### **4.2.2 Knihovníci a knihovny: Psýchés iateiron – léčebna duše**

Projekt BiblioHelp se může stát nástrojem, který přispěje přiblížení knihoven k jedné z původních myšlenek chápajících knihovnu jakožto léčebnu duše (podle Diodora Sicilského šlo o nápis na nejstarší knihovně v Egyptě).

Inspiraci zde mohou najít *knihovníci* (zejména veřejných knihoven) jakožto jednotlivci, kteří jsou svými čtenáři nezřídka žádáni o radu a odbornou pomoc s výběrem literatury pro ně vhodné. Ale nejen to. Inspirovat se mohou i knihovny jakožto *institute*. Založí-li po vzoru *Biblioterapeutického kabinetu* Krajské knihovny v Pardubicích určitý „biblioterapeutický koutek“ či „biblioterapeutický fond“, projekt BiblioHelp jim může být nápomocen jak s výběrem vhodných knihovnických jednotek, tak i s jejich klasifikací.

Další možnost spolupráce skýtá i propojení jednotlivých knih doporučených prostřednictvím portálu s příslušnými knihovnickými jednotkami v *katalozích* knihoven pomocí přímých odkazů.

#### 4.2.3 Knihkupectví: když se do hry vloží obchod

Síť knihkupců sice nelze považovat za odborníky ve smyslu terapeutickém či ryze knihovnickém, avšak i pro ně může být projekt BiblioHelp příležitostí. Pokud má být portál *interaktivní* v plném rozsahu smyslu tohoto slova, mohou se do projektu zapojit i knihkupectví, a zvýšit tak *dostupnost* jednotlivých knižních titulů prostřednictvím odkazů na místa, kde je možno vybrané knižní jednotky v případě zájmu zakoupit.

#### 4.3 Klasifikace problémů: zvolit si knížku sobě na míru

Vzhledem ke skutečnosti, že každý člověk je jedinečnou a neopakovatelnou individualitou, představuje doporučení četby na míru značně ošemetnou záležitostí. Přesto se dá říci, že každá kniha je určena pro konkrétní okruh čtenářů. A naopak, že pro každého potenciálního čtenáře se nějaká vhodná kniha najde.

Pomocí portálu bude mít každý možnost si vybrat literaturu *relevantní ke svému aktuálnímu problému*. Výslednou volbu (dle zadaných preferencí do systému) ještě doladí přihlédnutím k ikonám upřesňujícím, jedná-li se o *beletrii* (prózu i poezii) či *literaturu populárně naučnou*, blíže označujícím

čtenářské určení z hlediska *věku*, ale třeba i to, zda je vybraná kniha psaná z *náboženského pohledu*, nebo který významný *odborník* ji doporučuje. Další důležitou pomůckou v rozhodování bude zajisté stručná informace o obsahu, kterou uživatel získá z *anotace*. Zpětnou čtenářskou vazbu by mohla portálu zajistit např. možnost přečtené knihy *komentovat*, *doporučovat ostatním*, *popisovat* apod.

#### **4.3.1 Psychické problémy: léčba slovem, tentokrát tištěným**

V terapii psychických onemocnění hraje neoddělitelnou a nesmírně důležitou roli tzv. *edukace*, poučení pacienta o tom, co mu je, co se s ním děje a proč. Již samotné zjištění skutečnosti, že dotyčný se svým problémem není jediný na světě, že i jiní lidé trpěli podobnými obtížemi a podařilo se jim je zdárně překonat anebo se s nimi naučili žít, může být velice úlevné a zároveň i inspirující k vlastní práci na sobě.

Jak beletrie, tak populárně naučná či odborná literatura z tohoto tematického okruhu je navíc i nepostradatelným pomocníkem v boji s předsudky, které se s psychickými onemocněními a lidmi jimi postiženými pojí výrazně více než s nemocemi somatickými. Portál BiblioHelp nabídne knihu nejen lidem, kteří hledají pomoc pro sebe, ale i těm, kteří se chtějí dozvědět něco o druhých.

#### **4.3.2 Fyzické problémy: spojené nádoby**

*Psychosomatika*, v poslední době čím dál populárnější obor, pohlíží na lidský organismus jako na jeden celek bez násilného oddělování *psychické* a *fyzické* stránky. Zdánlivě čistě fyzické nemoci mohou mít příčiny v psychické rovině. A stejně tak má závažná nemoc či fyzický hendikep, bolest anebo viditelná vada bezpochyby výrazný dopad na psychiku jednotlivce a nezřídka i na psychiku osob v jeho blízkém okolí (návaznost široké škály psychických chorob na tělesná či smyslová postižení, nevyléčitelné nemoci atd.).

Knihy zajisté není univerzální prostředek k zázračnému uzdravení všech nemocných a trpících. Může být ale přítelem nadlehčujícím tíhu údělu, který jednotlivý člověk nese, prostředkem relaxace, nositelem naděje a zdrojem síly bojovat dál.

### 4.3.3 Sociální problémy a životní situace: to se může stát každému

V průběhu života se člověk může dostat do širokého spektra obtížných životních situací. I jedinec, který všemi životními úskalími proplová zdánlivě bez nejmenšího zaváhání, zákonitě musí projít řadou vývojových stádií. Každé z nich před něj staví specifické úkoly a pojí se s nimi konkrétní vývojové krize. Každý z nás čas od času řeší morální dilemata spojená s ním samým či jeho okolím. Portál BiblioHelp by rád nabídl *rozcestník* k orientaci v knižní pomoci i v oblasti hledání vlastní *identity*, *smyslu života* či *problematiky partnerských vztahů* apod.

## 5. Závěr

Cílem příspěvku byla prezentace projektu BiblioHelp v souvislosti s jeho posláním v ČR. Celý popis projektu byl vymezen třemi hledisky (imaginace, inovace a inspirace), které se snažily přiblížit hlavní myšlenku projektu (komplexní webová podpora individuální biblioterapie), která doposud nemá v českém prostředí adekvátní zastoupení. Imaginativní část textu se zabývala představením projektu a nastínila samotnou problematiku biblioterapie. Navazující inovativní část přinesla analýzu současného stavu biblioterapeutických (zahraničních) projektů a na základě vybraných příkladů provedla zhodnocení významu projektu BiblioHelp u nás s ohledem na jeho unikátnost. Poslední část práce se stala přehledem okolních vazeb působnosti projektu ve smyslu možné partnerské a odborné spolupráce (inspirace nejen pro terapeutické odborníky, ale i knihovny či knihkupectví) a též úvodem do klasifikace problémových životních situací, které bude portál zastupovat.

## Literatura

- [1] *Biblioterapie: léčba četbou* [online]. Sociální revue, 2008 [cit. 2008-11-11]. Dostupný z WWW: <<http://socialnirevue.cz/item/biblioterapie-lecba-cetbou>>.
- [2] Národní knihovna ČR . KTD - *Česká terminologická databáze*

- knihovnictví a informační vědy* (TDKIV [online]. c2005 [cit. 2008-11-01]. Dostupný z WWW: <[http://sigma.nkp.cz/F/MXFHM2CRDLIVIIHHAKE4KGPT7EDJPHM VXBD715TM21ELEXI7BP-05759?func=file&file\\_name=find-b&local\\_base=KTD](http://sigma.nkp.cz/F/MXFHM2CRDLIVIIHHAKE4KGPT7EDJPHM VXBD715TM21ELEXI7BP-05759?func=file&file_name=find-b&local_base=KTD)>.
- [3] HOŠKOVÁ, Kateřina. Biblioterapie u dětí a mládeže. *KIVI : Knihovnictví a informační věda informuje* [online]. 2005 [cit. 2008-11-01]. Dostupný z WWW: <<http://www.phil.muni.cz/kivi/clanky.php?cl=65&rubrika=clanky>>. ISSN 1214-7265.
- [4] STEJSKALOVÁ, Marina. *Umění léčí* [online]. Portál, c2005 [cit. 2008-11-11]. Dostupný z WWW: <<http://www.portal.cz/scripts/detail.php?id=22700>>Biblioterapie jako metoda spadající do oblasti široce pojímané arteterapie
- [5] RUSZOVÁ, Dagmar. Biblioterapie jako metoda spadající do oblasti široce pojímané arteterapie . *Knihovnický Zpravodaj Vysočina* [online]. 2008, roč. 8, č. 2 [cit. 2008-11-01]. Dostupný z WWW: <<http://kzv.kkvysociny.cz/Default.aspx?id=998>>. ISSN 1213-8231.
- [6] BARANCIK, Steve. *Bibliotherapy - Using Children's Books To Address Children's Problems* [online]. 2006-2008 [cit. 2008-11-11]. Dostupný z WWW: <<http://www.best-childrens-books.com/bibliotherapy.html>>.
- [7] Carnegie Library of Pittsburgh. *Bibliotherapy Bookshelf, Carnegie Library of Pittsburgh Kids Page* [online]. c2008 [cit. 2008-11-11]. Dostupný z WWW: <<http://www.clpgh.org/kids/booknook/bibliotherapy/>>.
- [8] University of Nevada, Las Vegas. *Bibliotherapy Education Project* [online]. c2007, 12-Nov-2008 [cit. 2008-11-11]. Dostupný z WWW: <<http://library.unlv.edu/faculty/research/bibliotherapy/>>.
- [9] *Daily Dose of Reading* [online]. 2006-2007 [cit. 2008-11-11]. Dostupný z WWW: <<http://www.dailydoseofreading.org/topical.php>>.
- [10] Oxford Brookes University. *Ibliotherapy - Counselling Service - Oxford Brookes University* [online]. c2007- [cit. 2008-11-11]. Dostupný z

WWW:

<<http://www.brookes.ac.uk/student/services/counselling/concerns/bibliotherapy.html>>.

- [11] American Psychological Association. *Magination Press: Special Books for Children's Special Concerns* [online]. c2008 [cit. 2008-11-11]. Dostupný z WWW: <<http://www.maginationpress.com/>>.
- [12] *Krajská knihovna v Pardubicích* [online]. [2003] [cit. 2008-11-11]. Dostupný z WWW: <[http://www.knihovna-pardubice.cz/index\\_.asp?menu=351](http://www.knihovna-pardubice.cz/index_.asp?menu=351)>.
- [13] Hándlová, Olga. *Využití biblioterapie v zátěžových situacích*. Brno: Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav české literatury a knihovnictví, 2006. 160 s. Vedoucí diplomové práce Mgr. Petr Škyřík.
- [14] ŠINOVÁ, Anna. *Biblioterapie pro opuštěné děti*. Brno: Masarykova univerzita. Filozofická fakulta. Ústav české literatury a knihovnictví, 2006. 142 s., 23 s. příloh. Vedoucí diplomové práce PhDr. Pavla Kánská.

# COMPETITIVE INTELLIGENCE A PORTÁL CI

*Kateřina Byloková, Martin Čech, Gabriela Masařiková, Alena Sedláčková,  
Martina Stroupková*

*MASARYKOVA UNIVERZITA,  
Ústav české literatury a knihovnictví,  
Kabinet knihovnictví*

*178894@mail.muni.cz; 180828@mail.muni.cz, 181028@mail.muni.cz,  
190068@mail.muni.cz, 179890@mail.muni.cz*

## **Abstrakt**

Competitive Intelligence (CI) vymezuje oblast, které se u nás říká konkurenční zpravodajství – tedy zjišťování a vyhodnocování informací, které nám pomáhají odhalovat slabé a silné stránky konkurence a rozpoznat její strategii. Příspěvek se snaží definovat základní problematiku CI, jeho historii a současný stav u nás i v zahraničí. Dále nás seznamuje s jednotlivými procesy CI, typologií informací v procesu CI, informačními zdroji CI, profesními organizacemi, velmi diskutovanou etikou v CI a nejčastějšími neetickými projevy chování při získávání konkurenčních informací a základními vlastnostmi, které by si měl osvojit CI profesionál. Tyto poznatky pak mají být aplikovány na právě vznikajícím projektu s názvem Portál CI, který by měl být realizován v roce 2009.

**Klíčová slova:** Competitive Intelligence, konkurenční zpravodajství, etika, komerční prostředí, zdroje informací, CI profesionálové, profesní organizace, internetový portál

# 1. Úvod

Současná doba se vykazuje neustálým rozvojem informačních technologií a neuvěřitelným nárůstem informací, které pomocí těchto technologií můžeme získávat. Důležité je však vědět, co konkrétního hledáme a kde je tyto informace možné najít. Tento proces není však vždy jednoduchý pro laika, který pro získání daných informací potřebuje nasměrovat někým, kdo s prací s informacemi má již zkušenosti. Cílený proces získávání informací z konkurenčního prostředí se nazývá Competitive Intelligence (CI). U nás je tento způsob získávání informací známý i pod názvem konkurenční zpravodajství.

Účelem našeho příspěvku je seznámit co nejširší veřejnost s problematikou Competitive Intelligence. Z těchto důvodů se snažíme v našem příspěvku stručně nastínit, co přesně CI je, jaká je jeho historie, přínos a jaké jsou jeho funkce v organizacích (firmách), základní typologie informací pro CI, informační zdroje pro CI apod. Dále jsou zde uvedeny nároky, které jsou kladeny na profesionální pracovníky CI a základní profesní organizace u nás i v zahraničí.

CI bývá často mylně zaměňováno se špionáží, proto zde nechybí ani informace o etice v získávání informací o konkurenci a zmíněny jsou i nejčastější způsoby neetického chování v oblasti podnikání.

Informace o Competitive Intelligence budou poté použity v projektu s názvem Portál CI, jehož velkou absencí zde pociťujeme, a který by právě napomáhal získávání odborných informací z této oblasti. Kromě důvodů vzniku tohoto portálu obsahuje tento příspěvek i stručný nástin toho, jak by měl portál v budoucnosti vypadat a na koho se zaměřuje - v našem případě se jedná o tři cílové skupiny (studenti, podnikatelé a odborníci) a jaký by měl být jeho největší přínos.

## 2. Competitive Intelligence

Competitive Intelligence, někdy také Competitor nebo Company Intelligence, definuje terminologická databáze TDKIV jako „zjišťování, sledování a vyhodnocování konkurenčního prostředí (firmy, organizace) s cílem odhalit

slabé a silné stránky konkurence, rozpoznat její strategické záměry. Zahrnuje analýzu a syntézu dat, resp. informací, které se transformují do strategických znalostí, shromažďování informací o konkurenci a sledování subjektů firemního okolí (trh, stát, právo a legislativa, politické a demografické souvislosti).“ [1] Charakteristickým rysem CI je schopnost vidět mimo vlastní společnost, proto se CI nezabývá pouze konkurencí, ale i celým konkurenčním prostředím (např. průmyslové odvětví).

Systematický vývoj CI můžeme sledovat od 80. let 20. století, kdy si Spojené státy americké uvědomily sílu japonského trhu a zjistily, že mu nejsou schopny konkurovat. Tato situace vznikla proto, že americký trh byl po dlouhá léta (prakticky od 2. světové války) bez vážnější konkurence a nevěnoval dostatečnou pozornost vývoji na jiných trzích. Uvědomění si konkurence cizích trhů vedlo nejprve ke vzniku oboru CI, pak k následnému zřízení samostatných oddělení CI ve velkých firmách. V roce 1986 vznikla první profesní organizace – Society of Competitive Intelligence Professional (SCIP). O čtyři roky později, v roce 1990, byla vytvořena evropská dceřiná organizace a téměř po 20 letech od vzniku samotné SCIP, vznikla i v České republice její odnož, SCIP CZECH.

CI je účinným nástrojem pro úspěch v konkurenčním boji a může manažery včas varovat před hrozbami a upozorňovat je na příležitosti. Díky CI mohou být firmy flexibilnější a maximálně vycházet vstříc potřebám zákazníků. Mezi hlavní přínosy uplatňování CI patří předvídání změn na trhu, mapování konkurence a předvídání jejích kroků, možnost učit se z úspěchů a chyb druhých nebo možnost vstupovat na nové trhy.[2] Podle odhadů se CI v organizované podobě věnuje zhruba 65 - 85 % firem a toto procento neustále narůstá s tím, jak se zvyšuje riziko v souvislosti s globální otevřeností trhů.[3]

Obecně můžeme říct, že hlavním cílem CI je poskytnout firmě správné informace ve správný čas a umožnit jí tak předejít konkurenci a nenechat se ničím překvapit. To konkrétně znamená identifikovat hrozby a příležitosti, předvídat změny na trhu, snižovat míru neurčitosti a rizikovosti rozhodnutí, zvyšovat tržby a zisky, poskytovat ne nezbytně přesnou, ale užitečnou informaci. [4]. V souvislosti s cíli CI hovoříme o aktivním (útočném) a

defenzivním (obraném) zpravodajství. Aktivní zpravodajství slouží k získávání, shromažďování, třídění a analyzování informací potřebných k podnikání za účelem eliminace neurčitosti daného rozhodnutí a jeho variant s cílem dosáhnout efektivnějšího vynaložení využitelných zdrojů (čas, peníze, lidé a prostředky) při realizaci těch nejvýhodnějších variant. Defenzivní zpravodajství spočívá v ochraně vlastních informací, dat, počítačových a komunikačních systémů podniku tak, aby se minimalizovala možnost konkurence využít je v konkurenčním boji. [5]

Obsahem CI je analýza konkurence a konkurenčního prostředí, kterou tvoří následující čtyři komponenty:

- ◆ **Budoucí cíle** – pokud známe plány a záměry konkurence, můžeme lépe předvídat její budoucí kroky a reakce
- ◆ **Strategie** – analýza cílů konkurence může zabránit rozpoutání konkurenčních bojů v případě, že by se konkurent cítil z naší ohrožen
- ◆ **Předpoklady** – identifikace předpokladů konkurenta o sobě samém, o svém odvětví a dalších firmách v tomto odvětví.
- ◆ **Schopnosti** – identifikace silných a slabých stránek konkurenta, schopnosti realizovat strategické změny nebo na ně reagovat [2, 5]

V oblasti CI se objevují i různé specializace jako Marketing Intelligence, Competitive Technical Intelligence nebo Competitive Financial Intelligence. Pokud CI využívá i konkurence, potom hovoříme o tzv. Counter-Competitive Intelligence. CI bývá někdy mylně ztotožňováno s Business Intelligence. Podstatný rozdíl mezi nimi spočívá v informacích, které využívají. Business Intelligence se zaměřuje na informace získané zevnitř firmy a souvisí hlavně s data-miningem, zatímco CI naopak pracuje s informacemi získanými z vnějšího prostředí firmy.

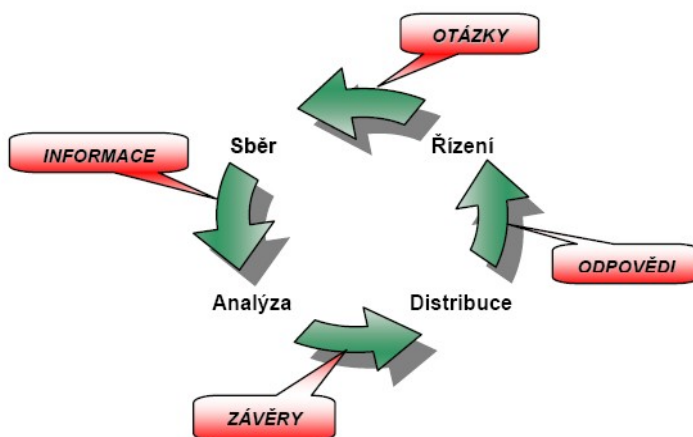
### 3. Jednotlivé procesy CI

Úspěch, ale i přežití firmy je ovlivněno tím, nakolik úspěšně ve firmě funguje cyklus/proces CI. Správné fungování znamená, že nepřetržitě probíhá cyklus shromažďování a analyzování relevantních informací o konkurentech a podmínkách konkurenceschopnosti. Během celého cyklu CI má velký

význam zpětná vazba. Rozhodující je také faktor času – uškodit může jak správná informace podaná pozdě, tak nesprávná (neúplná) informace podaná včas.

Celý cyklus CI spouští informační potřeba a samotný cyklus můžeme rozdělit do čtyř fází:

1. řízení
2. sběr
3. analýza
4. distribuce [6]



**Obrázek 1:** – Cyklus procesu Competitive Intelligence [6]

Ve **fázi řízení** si firma určí, čím se bude zabývat, proč to bude dělat a co se získanými znalostmi udělá. Tato fáze zahrnuje plánování akcí, určení směrů, způsobů a postupů, jak informace získat. Plán musí být neustále aktualizovaný a odpovídat zejména na následující otázky: co už firma ví a co teprve potřebuje zjistit, proč to potřebuje zjistit a neméně důležité také je, do kdy to potřebuje zjistit. Nezbytné je také určit osobu, která je za procesy CI zodpovědná. Tato osoba by měla být součástí managementu firmy.[2, 5]

Ve **fázi sběru** dojde k samotnému shromáždování informací. Získané informace musí směřovat k zodpovězení konkrétních otázek. Sběr informací můžeme rozdělit do dvou fází. Nejprve získáme a shromáždíme informace ze sekundárních zdrojů pomocí ICT, následně z primárních zdrojů (zaměstnanci, ale i osoby z vnějšku firmy). Nezbytnou součástí této fáze je i třídění, porovnávání a ověřování spolehlivosti získaných informací. Jedná se vlastně o první krok směrem k jejich analýze. [2, 3, 5]

Nejdůležitější fází cyklu CI je **analýza**. Během této fáze dochází k přeměně získaných informací na znalosti. Základním předpokladem správné analýzy je porozumět shromážděným informacím. Mezi nejčastěji používané metody patří SWOT analýza, CEO profilování, benchmarking, analyticko-syntetické procesy nebo strategické profilování. [3, 5]

Posledním krokem cyklu CI je **fáze distribuce**, kdy je komplexní analýza převedena do syntézy v podobě správně interpretovaných výstupů, které slouží managementu pro rozhodování. Efektivní distribuce spočívá ve třech atributech – obsahu (výsledek analýzy nebo nové relevantní informace), formě (způsobem srozumitelným konkrétnímu uživateli) a aktuálnosti. [3, 5]

#### **4. Vztah etiky a CI**

Principy a metody realizované v rámci konkurenčního zpravodajství mají dlouhodobou tradici, na jejímž počátku byly činnosti státních bezpečnostních a vojenských služeb. Nejen právě proto, je problematika CI často mylně spojována se špionáží, nelegálními a neetickými postupy. Právě etika hraje významnou roli při uskutečňování procesů a činností CI a logicky úzce s danou problematikou souvisí, neboť jde často o využívání informačních zdrojů a metod, které by neměly odporovat zákonu a profesní etice. Pouze takto vykonávané činnosti CI jsou bezpečně uplatnitelné jak ze strany osob, které tuto činnost vykonávají, tak ze strany firem. K legálním a etickým procesům a metodám řadíme najímání zaměstnanců se záměrem využít jejich schopnosti, získávání informací z otevřených zdrojů, udržování si zkušených smluvních partnerů. Naopak za nezákonné a neetické lze považovat nepřiměřené vnikání do prostředí konkurence, úplatky, telefonní a jiné odposlechy, korupci, nezákonné získávání informací apod. [6]

## 4. 1 Etika CI a komerční prostředí

Komerční oblast je charakteristická především tím, že každý subjekt tohoto prostředí se více či méně snaží být úspěšnější než ostatní a získat tak dominanci. Zde pak právě díky výše popsanému dochází k neetickým či nelegálním postupům ze strany některých subjektů, stejně jako ke snaze získat převahu, ať již za pomoci etických či neetických metod CI. V řadě firem je patrná úplná absence kodexů, jasné firemní politiky, jež by pomohla např. profesionálům z dané oblasti a nejenom jim při volbě správné cesty a postupů při realizaci metod CI.

Zde je základem především to, aby si člověk, který pracuje s informacemi v komerčním prostředí (získávání, zpracování, či rozšiřování) byl vědom daného legislativního rámce. Nepsaným pravidlem taktéž je, že CI profesionál se musí vyvarovat veškerého nelegálního a neetického jednání v průběhu CI procesu. Co je však neetické a nelegální se mnohdy špatně stanovuje a každý situaci vnímá jinak, proto se řada profesionálů mnohdy rozhoduje pouze na základě vlastních hodnot a postojů, bez podpory organizace, bez etického tréninku. V řadě firem je CI vykonávána pouze dočasně přidělenými pracovníky, nesystematicky, bez žádoucích znalostí, a v těchto situacích pak může velmi často dojít k porušení etiky. [2]

### 4.1.1 Etika práce CI profesionálů

Etická kultura firmy velkou měrou ovlivňuje, jak CI profesionálové zvládají tlak, jenž vzniká při jejich práci. Ve společnostech, kde je dosti zaryté etické smýšlení a jsou stanoveny etické standardy, získávají CI profesionálové jasné instrukce od vedení, jsou trénováni pro danou práci a mohou se navíc opřít o etické kodexy či manuály, které určují vše podstatné. Neméně významná je i podpora od managementu, jenž hlásá veřejný odpor neetickým postupům. [3]

Mezi firemní podpůrné nástroje pro CI profesionály řadíme například etické kodexy, etický audit, trénink etického chování, odborné vzdělávání aj. Především pak již zmíněný trénink a odborné vzdělávání jsou hlavní

nástroje k tomu, aby si profesionálové z oblasti CI osvojili etické hodnot, rozvíjeli etické rozhodování apod. [4] [5]

Výše uvedené přístupy a nástroje umožňují eliminovat a řešit etické problémy, které v oblasti CI mohou nastat. Důvodů a situací, při nichž dochází k neetickým postupům, je celá řada. Z několika možných „krizových“ situací jsou níže popsány ty, jež nejčastěji vedou u CI profesionálů k etickým pochybením. [1]

- ◆ problematika závazků ke klientovi a informačním zdrojům
- ◆ konflikt zájmů
- ◆ problematika vztahu klienta a konzultanta
- ◆ problematika povinných závazků CI profesionálů

Důvody neetického chování profesionálů třídíme ve vztahu k jedinci či firmě na:

- ◆ externí: síla drsného konkurenčního prostředí, která ovlivňuje činnost CI profesionála, jež jedná pod tíhou dané situace
- ◆ interní: nedostatečná etická průprava, vnitřní tlak organizace, vlastní morální uvažování

## **4.2. Nejčastější projevy neetického chování**

### **4.2.1 Porušení etických pravidel při sběru a získávání informací**

Právě především práce s informacemi a informačními prameny nejčastěji vede k neetickému chování. Do výše uvedené kategorie řadíme hlavně metody a postupy získávání informací, reprezentace obdržených informací apod. Mezi problematické procesy řadíme neetické metody získávání a sběru informací, cílené utajení záměru, záměrné utajení identity, překroucení záměru a identity. Zde je třeba na CI profesionála pohlížet jako na zprostředkovatele informací, jež by měl mít následující práva a povinnosti [6]:

- ◆ Zodpovídá za věcnost a včasnost poskytnutí informací.
- ◆ Měl by mít přístup k informačním zdrojům, aby mohl zodpovědně a kvalitně provádět svou činnost

- ◆ Nepřísluší mu jakkoliv filtrovat informace dle vlastních poznatků a osobních zájmů, vytrhovat informace z kontextu apod.
- ◆ Ctí dodržování autorského práva (průmyslová špionáž.)

#### 4.2.2 Porušení etických pravidel při analýze informací

Nejen sběr, ale i toliko důležitá následná analýza informací může být důvodem neetických přístupů. Analýza informací je proces, kdy CI profesionál vytváří na základě získaných informací a osobních znalostí a zkušeností cílené závěry, které jsou podkladem pro věrohodné strategické a taktické rozhodování. Tyto závěry jsou startovacím bodem, kdy dochází ke změnám v podniku, jež mají být v budoucnu přínosné. [1]

#### 4.2.3 Zkreslení reportovaných informací

Mnohdy dojde CI profesionál k takovým závěrům, jež by vedení nerado slyšelo, mohlo by je odmítnout, či by tyto závěry znamenaly nutnost vydat se na cestu velkých změn. Často pak profesionálové CI až vědomě či nevědomě zkreslují své reporty. Je etickým závazkem pracovníka, poskytnout vedení firmy takový obraz, který je objektivní, nežádoucí je naopak pouhé šíření vyžádaných, pozitivních a vedením očekávaných informací a závěrů. [7]

### 4.3. Nelegální způsoby získávání informací

Charakter dnešní doby, pro níž je typický rozvoj techniky, komunikačních a informačních technologií, poskytuje mnoho příležitostí a možností, jak páchat nelegální postupy, které mají někoho o informace okrást a druhému dopomoci k něčemu, co mu vůbec nepatří.

Způsobů, jak získat nelegální cestou informace, je celá řada, přičemž prameny informací jsou různorodé: testové materiály, prototypy, zákaznické informace, počítačové zdrojové kódy, přístupové informace z čipových karet, výrobní plány a dokumentace aj. [1]

Formy nelegálního jednání: organizovaný zločin, infiltrace externího pracovníka do firmy, uplacení a přetáhnutí pracovníka ven z firmy, odposlouchávání, krádež dat, počítačové útoky aj. [1]

### 4.4. Předcházení nelegálnímu a neetickému chování

Základem pro nekonání neetických postupů u profesionálů CI je „prevence“ v podobě etických kodexů. V oboru CI byl pro tyto účely vytvořen kodex Society of CI Professionals (SCIP). Kodex určuje, nejen pro členy SCIP, závazné morální standardy v procesu nakládání s informacemi. Kodex pomáhá profesionálům při rozhodování v obtížných profesních situacích a ukazuje podobu etického a neetického jednání. Z dalších kodexů jmenujme např. etický kodex AIIP. [8]

## 5. Zdroje informací

Pro vytvoření kvalitní analýzy, která bude přínosná, můžeme sami, jako zástupci naší firmy, využít různých zdrojů. Existují rozličné placené služby, které poskytují kvalitní data v ucelené podobě (např. Firemní monitor vytvářený firmou Albertina). To má velké výhody, ušetří nám to čas a někdy i peníze, protože kdybychom výzkum CI prováděli sami, strávili bychom na tom více času než, jaký potřebuje k vyhledání potřebných informací profesionál CI. Když se o to pokusíme sami, můžeme se utěšovat tím, co uvádí Karel Synek ve své diplomové práci o CI: „...až 90 % informací potřebných pro CI se dá získat z veřejných zdrojů“ ([5], s. 42). Placené služby nám tedy usnadní hledání, ale když budeme chtít, většinu budeme schopni najít sami. To, že jsou tyto zdroje veřejné, nemusí vždy znamenat, že jsou bezplatné. Do veřejných zdrojů řadíme kromě volně dostupných internetových služeb, výročních zpráv nebo rejstříků, také tzv. veřejně dostupné databáze, za jejichž užívání musí člověk platit.

Ty informace, které bude obtížné (někdy i neetické) sehnat a jsou tedy neveřejné, jsou informace bankovní a kreditní, tj. informace o finančních dispozicích firmy a také všechny neformálně získané informace, např. při osobním rozhovoru. Povede-li se takovéto informace získat, je to velkou výhodou, protože právě tyto informace bývají klíčové pro rozhodování. Pro člověka, který se zabývá CI, je tedy velmi výhodné, jestliže se pohybuje v neformálních lidských kruzích, kde se setkává s důležitými osobnostmi v obchodu. Často tak zadarmo může získat informace, za které by jinak drazě zaplatil.

Profesionál CI nemusí své analýzy provádět pouze od stolu z veřejných dokumentů (v CI tomuto postupu říkáme sekundární průzkum), ale může sám vytvářet analýzy na základě dotazníků, rozhovorů a jiné interakce s lidmi, kteří jsou pro daný obor důležití. Takovému průzkumu, který je založen na přímém dotazování lidí, říkáme primární průzkum. Dalším zajímavým zdrojem informací jsou média, ať už v tištěné nebo elektronické podobě. Díky analýze médií si můžeme vytvořit obrázek o PR firmy, o používaných reklamách a celkově o zájmu médií o danou organizaci, což pro CI může být zajímavé.

Při jakémkoli sběru informací, ať už z veřejných nebo neveřejných zdrojů, musíme hledět na původ informací a jejich spolehlivost. Je vhodné „oznámkovat“ si zdroje informací podle toho, jak spolehlivé informace obvykle obsahují a poté k informacím z těchto zdrojů získaných takto přistupovat. Spolehlivost zdroje nám může garantovat např. vydavatel nebo zpětná vazba od dalších uživatelů.

## 6. Typy informací potřebných v CI

Profesionál v oblasti CI by tedy měl dodržovat jisté etické normy a neměl by vyhledávat informace, které jsou osobního charakteru, jsou obchodním tajemstvím apod. Popíšeme si tedy na tomto místě ty informace, které je možno vyhledat, není to neetické, a které se pro potřeby CI hodí, k čemu se hodí a kde je najdeme. Budeme-li se věnovat CI, budeme pátrat po dvojitým základním druhu informací. Jsou jimi informace firemní a marketingové.

Firemní informace tvoří velmi rozsáhlou skupinu faktů o firmě. Sestává z informací základních, které nalezneme snadno na internetu. Informace obecně potřebujeme o firmách, které jsou naší konkurencí, nebo které by se potenciálně mohly stát našimi partnery. Nejdříve tedy musíme vyhledat takovéto firmy, což zvládneme snadno pomocí vyhledávače. Můžeme použít specializovanějších služeb, jako je [www.rejstrik.net](http://www.rejstrik.net), kde jsou firmy řazeny podle oblasti podnikání. Poté, co si určíme firmy, které nás zajímají, začneme o nich hledat další informace. Základní informace (tzv. kancelářské) najdeme např. na stránkách obchodního rejstříku. [13] U každé firmy se zde dozvíme adresu, kontaktní spojení, identifikační čísla, předmět činnosti, rok založení, vlastnickou formu nebo např. jednatele společnosti.

Tyto informace jsou ze zákona přístupné všem občanům a ti si je mohou opisovat a užívat je. Další užitečné informace najdeme v živnostenském rejstříku [14], ve sbírce listin [15] nebo v obchodním věstníku [16]. Čím více toho o firmách v daném oboru zjistíme, tím výhodnější pozici máme. Např. když budeme na základě vyhodnocených dat oslovovat firmy kvůli možné spolupráci, budeme vědět, jakou spolupráci můžeme nabízet a proč, protože budeme zakládat na poznatcích o firmě, které jsme získali.

Dalšími informacemi, které nás mohou zajímat se týkají zaměstnanců firmy. Když se nám podaří odhalit, kteří ze zaměstnanců patří k nejdůležitějším tahounům firmy, co se týče managementu nebo výzkumu, můžeme tuto informaci využít ke svému podnikání (např. můžeme se pokusit přetáhnout některého z takovýchto zaměstnanců do svojí firmy). Jednou z cest, jak zjistit, kdo je ve firmě podstatný, je prozkoumat patenty, které firma vlastní a zjistit, kdo za nimi stojí. Takové informace je možné nalézt na stránkách Úřadu průmyslového vlastnictví, na adrese <http://isdvap1.upv.cz>. [17] Zajímáme-li se o prosperující firmu, dozvíme se většinou mnohé z jejich vlastních internetových stránek. Na těch bývají vystaveny různé výroční zprávy, informace z jednání, o strategickém plánování, vývoji firmy apod. Z těchto informací je vhodné vytvořit analýzu, která popíše, jak úspěšná a důvěryhodná firma je, kolik má kapitálu, čím přesně se zabývá atd.

Další sférou zájmu pro nás budou marketingové informace. Ty se zabývají celkově aktuálním stavem trhu. Při analýze marketingových informací budeme tedy zjišťovat odpovědi na komplexní otázky jako jsou: „Jaká je segmentace trhu?“, „Jak politické změny ovlivňují trh?! Nebo „jaký je předpokládaný vývoj trhu?“ Informace tohoto typu musíme sledovat v odborných časopisech, člancích a studiích a jejich analýza je dlouhodobou záležitostí. Informace, které ale můžeme vyhodnotit rychleji a také jsou řazeny pod marketingové, jsou fakta o oboru, který nás zajímá. Tak můžeme vyhledat hlavní firmy, které se daným odvětvím zabývají, můžeme popsat trendy a zároveň problémy, které se v oboru vyskytují. Zajisté budou zajímavé i informace o hlavních vědeckých kapacitách z oboru a o technologiích, které jsou používány a nově vyvíjeny. Takovéto informace není snadné získat a je k tomu potřeba velké zkušenosti profesionála.

Inspirací mohou být informace o různých oborových konferencích, ale také např. z blogů odborníků.

## 7. Profesionál v oblasti CI a požadavky na něj

Competitive Intelligence, jako interdisciplinární obor, klade vysoké požadavky na znalosti a schopnosti, které by měl profesionál v oboru zvládat. Jedná se zejména o vzdělání zaměřené na tzv. soft faktory. Nezbytné je zvládnutí potřebných znalostí zejména z následujících oborů:

- ◆ Management – schopnost koordinovat všechny členy procesu CI
- ◆ Obor činnosti firmy – schopnost stanovovat informační potřeby firmy a jednotlivců
- ◆ Psychologie – schopnost motivovat, přesvědčovat a komunikovat s lidmi na různých úrovních
- ◆ Legislativa – schopnost definovat pravidla získávání a využívání informací
- ◆ Informační technologie – schopnost aplikovat informační technologie pro efektivní zpracování informací [5]

O CI se hovoří také jako o „dítěti marketingu“, proto by vzdělání mělo být zaměřeno i na oblast obchodu a marketingu. Jedná se zejména o identifikaci potřeb zákazníků, psychologii kupujícího, chování konkurentů, zkoumání trendů a měnících se podmínek ve společnosti jako takové. Pro úspěšného profesionála CI je nezbytná nejen schopnost pracovat s informacemi a ovládat informační a komunikační technologie, ale určující konkurenční výhodou je schopnost kontextového vyhledávání. [18]

Mezi nezbytné osobnostní kompetence patří dobré komunikační schopnosti, týmová spolupráce, ochota celoživotně se vzdělávat, schopnost vidět nové příležitosti, vyrovnávat se se změnami a přijímat je jako výzvy. [5]

Vysokoškolské vzdělání zaměřené na informační profese a vhodné tak i pro profesionály v oblasti CI, lze získat na oboru knihovnictví a informační vědy. Tento obor se vyučuje na třech českých vysokých školách – v Praze,

Brně a Opavě. Potřebu celoživotního vzdělávání může profesionál CI uspokojit díky široké nabídce kurzů a seminářů, které nabízejí různé vzdělávací instituce (např. Sekurkon, s. r. o.). Poměrně bohatá je také nabídka každoročních konferencí (např. Inforum, Insource nebo IKI – Informace, konkurenceschopnost, inovace).

## **8. Profesní organizace v oblasti CI**

V zahraničí působí řada organizací, zabývající se CI příkladem jsou Special Libraries Association a Association of Independent Information Professional

### **Association of Independent Information Professional**

Organizace byla založena 6.června 1987 v USA. V současnosti má přes 700 členů, z různých oborů i zemí kteří nabízející informační služby. Pravidelně vychází periodikum s názvem Database a Online.

### **Society of CI Professionals**

Jedná se především o experti CI, kteří se sdružují v asociaci profesionálů - Society of CI Professional. Asociace má pobočky po celém světě i v České republice, kde funguje od roku 2005 jako Sdružení SCIP. Jejím úkolem je *„sdružovat na základě aktivního zájmu odborníky, kteří se zabývají rozvojem konkurenceschopnosti při podnikání využitím specifických znalostí a informací a jejich poskytování ve prospěch zejména českých institucí, podnikatelských subjektů a organizací s cílem přispívat k celkové kultivaci konkurenčního prostředí a zvyšování podnikatelské etiky v ČR obecně“*. [19]

Sdružení SCIP pořádá každý rok konferenci, která nese téma: „Competitive Inteligence“. Poslední konference s názvem „CI jako komplexní systém podpory procesu rozhodování pro úspěch v konkurenčním boji“ proběhla roku 2007.

Prozatím poslední odborná konference proběhla 20. až 22. října 2008 pod názvem – „2008 European Competitive Intelligence Summit“ v Římě.

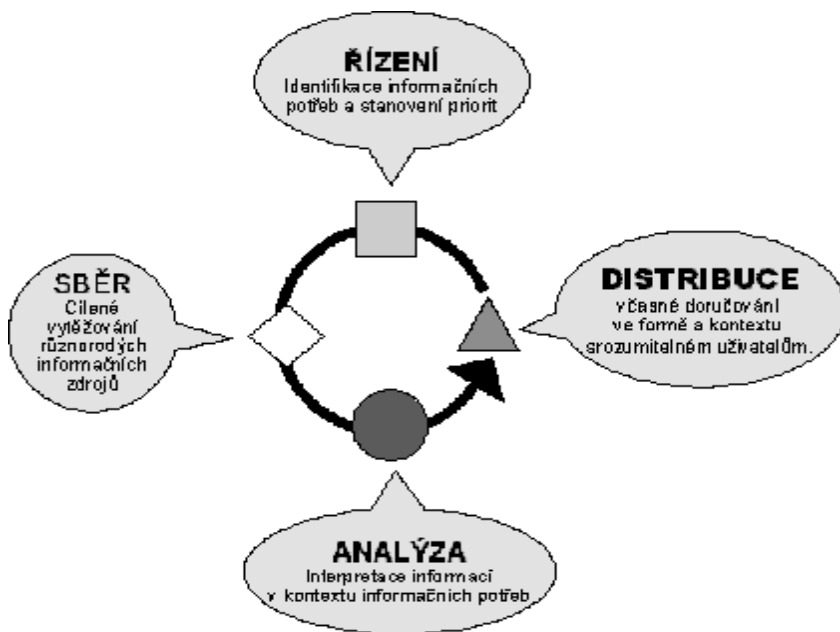
## **9. Firmy v ČR, které se CI zabývají**

Market vision

specializovaná agentura zaměřená na Competitive Intelligence a Customer Experience Management. Přímou na svých stránkách sebevědomě hlásá „Klientům pomáháme optimalizovat vztah se zákazníky a tím plně rozvinout potenciál jejich značek v konkurenčním prostředí. Pro tento účel využíváme mystery shopping, hloubkové rozhovory, diskusní skupiny a competitive intelligence nástroje.“ [20]

Pravdou ovšem zůstává že se sebevědomě chovat mohou, je to jedna z největších a úzce se specializovaných firem které se na Českém trhu vyskytují. Ovšem pojďme si zmínit co je vlastně hlavním přínosem pro koncové klienty:

- ◆ odhalení největších a nejnebezpečnějších konkurentů v daném segmentu či v dané lokalitě
- ◆ nalezení slabých stránek konkurence a naznačení cest, kterými je možno tyto konkurenty ohrozit
- ◆ identifikace slabých stránek firmy, kterých by mohla konkurence využít a doporučení procesů a postupů, které toto nebezpečí eliminují
- ◆ „Early Warnings Reports“<sup>8</sup> pravidelně dodávané zprávy s varováním, popřípadě nastavení takových procesů a postupů, které zajistí generování těchto reportů s využitím interních zdrojů firmy. Pro upřesnění cyklu CI je vhodný graf od Ing. Tomáše Vejlupka viz obr.č.1



**Obrázek 2:** graf Ing. Tomáš Vejlupek [4]

Pokud bychom si chtěli zmínit další firmy, či společnosti, které se CI zabývají, by' jen okrajově mluvili bychom především o

#### DRAV-IN

3 hlavní oblasti aktivit, ve kterých firma poskytuje specializované služby a plnohodnotný servis.

- ◆ Konkurenceschopnost.
- ◆ Management Consulting.
- ◆ Strategické rozhodování a konkurenční zpravodajství.

#### TOVEK

specialisté na vývoj, distribuci a implementaci profesionálních nástrojů k vyhledávání a analýze informací

## KONJUNKTURA

webzin o CI který vede uznávaný odborník PhDr. Richard Papík, Ph.D.

## MONEY PENNY

E-marketing, E-dvertising, E-commerce, www prezentace, Poradenství, Competitive Intelligence. Komplexní řešení v oblasti Internetu pro malé, střední i velké firmy.

## CKDS

*„To co moudrým vládcům a dobrým vojevůdčům umožňuje zaútočit, zvítězit a docílit věci nedosažitelných ostatním lidem, jsou včasné informace a znalost“ (Sun Tzu, UMĚNÍ VÁLKY)*

Problém můžeme vidět v tom, že na trhu je spousta poradenských firem, ovšem málo které se blíží úrovni CI.

## 10. Portál CI

V následující části si představíme projekt, který by měl být realizován v roce 2009 a jehož název zní „Portál CI“. Zmíněný portál má být zaplněním prázdného místa, které v rámci ČR existuje v dané oblasti. Jde o prvotní rozvoj rozsáhlejšího povědomí veřejnosti o CI v ČR, nastartování diskuse, vybudování interakce studentů, podnikatelů a expertů z dané oblasti.

Provedená analýza českého prostředí, jejímž cílem bylo vyhodnocení stavu a dostupnosti informací z oblasti CI, konkurenčního zpravodajství a informačního průmyslu, ukázala, že české prostředí postrádá jakýkoliv odborný a ucelený zdroj informací z výše zmíněné oblasti. Přestože existuje několik českých soukromých firem, které se danou problematikou zabývají, stejně tak i některé vysoké školy aktivně rozvíjejí v rámci studijních programů povědomí o CI. Stále neexistuje možnost volného přístupu k odborným informacím, aktualitám, databázím, přehledům firem či odborné literatury, technikám CI, zdrojům konkurenčního zpravodajství, a to z jednoho centrálního místa.

Snahou portálu je informovat veřejnost o existenci CI, případně dát možnost těm, kteří se již CI zabývají, či by se tímto oborem chtěli zabývat

hlouběji, aby mohli rozvinout své snahy. Jasně výhody z využívání služeb portálu CI plynou i pro podnikatelskou oblast a menší firmy či živnostníky. Jak ukazuje praxe, právě malé a střední podniky nemají dostatek informací a znalostí, které by jim umožnily další rozvoj. Nejinak je tomu i u začínajících podnikatelů. Tito často postrádají informace o potenciální konkurenci, zákaznících, o nových technologiích a dění na trhu i o podnikatelských příležitostech a proto vůbec nevyužívají výhod, které CI nabízí a jsou tím pádem znevýhodnění.

Realizace „Portálu CI“ si klade za cíl vytvoření kvalifikované webové služby, zaměřené na tři cílové skupiny, která bude rozvíjet schopnosti uživatelů v dané oblasti a pomáhat jim pozitivně využívat získané informace. Cílem projektu je vytvořit jednotný portál o CI, který bude umožňovat přístup k maximu zásadních informací z oblasti CI. Portál bude mít více funkcí pro různé typy uživatelů (podnikatelů, VŠ studentů a odborníků). Bude místem, kde lze získat pomoc, radu, informace, sledovat aktuální dění, místem interakce odborníků a veřejnosti. Portál má přinést mimo jiné již zmíněné propojení třech cílových skupin, u nichž bude dopomáhat k rozvoji schopností a rozšiřování znalostí v dané oblasti a pomáhat jim pozitivně využívat získané informace. Vytvořením portálu CI by mělo dojít k odstranění výše popsaných nedostatků, k otevření nových možností s tím spojených.

## **10.1. Cílové skupiny**

Přestože je „Portál CI“ určen široké veřejnosti, zaměřuje se primárně na 3 cílové skupiny:

### **1) Studenti**

Jsou potenciální odborníci v oblasti CI, existence potřeby znalosti CI pro svou budoucí praxi. Jedná se o studenty VŠ a VOŠ oborů informačního rázu, studentů ekonomických oborů, managementu apod. Často je to pro ně nezbytnost vyznat se v rámci studia v problematice CI, jsou adaptibilní, rychle si dokáží osvojit nové věci a využít je, jak při studiu, tak při vykonávání budoucího povolání. Právě s ohledem na studium je zde velký potenciál zapojení, lze prosadit po dohodě s vedením vysokých škol

praktické využití v rámci studijních programů a zapojení v samotné činnosti portálu. Studenti získají souhrnné informace k problematice CI potřebné ke studiu i profesní přípravě na budoucí povolání, mohou se jako spolutvůrci podílet na realizaci, resp. rozvoji portálu. Na základě propojení s dalšími cílovými skupinami získají praktické znalosti, které v budoucnu uplatní.

## **2) Podnikatelé**

V oblasti CI se příliš neorientují, hledají informace o zákaznících, podnikatelských příležitostech, potenciální konkurenci, hledají zdroje podnikatelských informací na internetu. Tato skupina předpokládá nejen začínající podnikatele, ale i stávající malé a střední firmy rozšiřující výrobu, měnící orientaci na nové cílové trhy apod. Snahou je obeznámit tuto skupinu se základními informačními zdroji, využitelnými pro oblast podnikání, poradit jim v případě problémů, nasměrovat je k dalším, pro ně doposud neznámým možnostem v oblasti podnikání, obchodu a managementu rozvoje. Rozvinout schopnost využívání konkurenčního zpravodajství ve svůj prospěch. Podnikatelé z jednoho místa získají přehledné informace potřebné k podnikání -> časová úspora, záruka komplexnosti informací, kvalitnost zdrojů a poznatků, odborná podpora, získají bezplatně možnost poradenství. Budou mít možnost sdílet a vyměňovat si informace, rady a zkušenosti, zjistit jak dané problémy řeší ostatní s pomocí CI.

## **3) Odborníci CI**

Ovládají problematiku CI, hledají novinky a aktuální informace, mají snahu předávat praktické zkušenosti z oblasti CI, předkládat případové studie a rozvíjet povědomí o CI. Portál jim může poskytnout informace o novinkách v oboru, o konaných konferencích, novinkách ze zahraničí. Oni sami by mohli také na tomto portálu publikovat odborné informace, předávat své zkušenosti, poskytnout bezplatné konzultace, popř. e-přednášky apod. Odborníci CI díky portálu CI neztratí přehled o dění v oboru, mohou psát své vlastní zkušenosti, názory a rady, jde o vytvoření vysoce kvalitního

odborného prostoru pro takovouto komunikaci mezi odborníky. Získají možnost sebepropagace v rámci portálu. Mohou realizovat odbornou diskusi k daným tématům.

## 11. Závěr

Je známo, že dostatek kvalitních informací může zásadně ovlivnit důležitá rozhodnutí. A přiznejme si, že v oblasti podnikání je nutné být informovaný o tom, co se děje v našem okolí, pokud chceme být před konkurencí o krok napřed.

CI má ve světě již dlouhou historii a i u nás konečně doznává svých hodnot. Je nutné si však uvědomit, což jsme již v našem příspěvku naznačili, že většina informací o našich konkurentech je volně dostupná a způsoby jejich získání jsou legální. Důležité je jen chtít a vědět, jak se k těmto informacím dostat.

Teoretickou částí příspěvku jsme chtěli přiblížit základní oblasti CI a ukázat, že CI je činnost, která je založena na přesně a pevně daných etických pravidlech. A budoucnost CI a jeho výhody by právě měly být viděny na etickém aspektu tohoto problému, čemuž právě napomáhá zvyšování povědomí o CI. Proč informace o konkurenci zjišťovat pouze nahodile a když nám upřímně řečeno „teče do bot“? Zavedení jakési systematičnosti v zjišťování tohoto druhu informací může vést nejen k větší finanční prosperitě firmy, ale i k navození lepší sociální situace ve firmě, lepšího pracovního prostředí, kvalitnější komunikace kulturní politika firmy apod.

Praktickým výstupem tohoto příspěvku je pak vytvoření Portálu CI, který si klade za úkol vybudovat aktivní prostředí, popř. zázemí, které by mělo zaštitit oblast CI a informací, které se ho bezprostředně týkají. Proto je velkou výzvou spustit tento projekt a pokusit se, aby i do budoucna fungoval jako fundovaný pramen zdroje informací CI.

## Literatura

- [1] *KTD – Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (TDKIV)* [online]. [cit. 6.11.2008]. Dostupné z:

<[http://sigma.nkp.cz/F/DGLMH188XJIH8FM2MFUVQE3NLK1JYMTDEFIQPTIQHHMVHB327-15085?func=find-b&find\\_code=WTR&request=competitive+intelligence&adjacent=N&x=48&y=5](http://sigma.nkp.cz/F/DGLMH188XJIH8FM2MFUVQE3NLK1JYMTDEFIQPTIQHHMVHB327-15085?func=find-b&find_code=WTR&request=competitive+intelligence&adjacent=N&x=48&y=5)>.

- [2] ŠMEJKAL, Petr. Úvod do problematiky Competitive Intelligence s přihlédnutím k situaci v ČR. Brno : Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav české literatury a knihovnictví, kabinet knihovnictví, 2006. 103 s. Vedoucí diplomové práce Mgr. Břetislav Šimral.
- [3] ŠPINGL, Ivan. *Competitive Intelligence v organizaci* [online]. [cit. 9.10.2008]. Dostupné z: <[http://modernirizeni.ihned.cz/c4-10000545-22200570-600000\\_d-competitive-intelligence-v-organizaci](http://modernirizeni.ihned.cz/c4-10000545-22200570-600000_d-competitive-intelligence-v-organizaci)>.
- [4] VEJLUPEK, Tomáš. *Co je CI „Competitive Intelligence“* In: Zvyšování konkurenceschopnosti pomocí CI. 14. a 15. listopadu 2005. Praha.
- [5] SYNEK, Karel. *Problematika Competitive Intelligence*. Brno : Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav české literatury a knihovnictví, kabinet knihovnictví, 2005. 85 s. Vedoucí bakalářské práce Mgr. Břetislav Šimral.
- [6] HOLÁSEK, Daniel. *Etika získávání a zpracování informací o konkurenci v komerčním prostředí*. Brno : Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav české literatury a knihovnictví, 2008. 117 s. Vedoucí práce Mgr. Petra Šedinová.
- [7] BRÁZDILOVÁ, Miroslava. Jak moc se firmy zajímají o své konkurenty? [online]. In *Inforum 2005* [cit. 2008-11-5] Dostupné na: <[http://www.inforum.cz/pdf/2005/Brazdilova\\_Miroslava.pdf](http://www.inforum.cz/pdf/2005/Brazdilova_Miroslava.pdf)>.
- [8] TREVINO, Linda Klebe; WEAVER, Gary R. Ethical Issues in Competitive Intelligence Practice: Consensus, Conflicts, and Challenges [online]. In *Competitive Intelligence Review*, vol. 8, no. 1, Spring 1997 [cit. 2008-11-5]. Dostupné na: <[http://www.scip.org/pdf/8\(1\)ethics.pdf](http://www.scip.org/pdf/8(1)ethics.pdf)>.
- [9] VALLARIO, Cynthia Waller. Is Your Ethics Program Working? [online]. In *Financial Executive*, May2007, Vol. 23 Issue 4, p26-28, 3p [cit. 2008-11-5]. Dostupné na: <<http://web.ebscohost.com/ehost/pdf?>

vid=7&hid=7&sid=036f9ea7-086b-4bcd-ada1-cff3fbad0421%40sessionmgr103>.

- [10] Survey says: Ethics Training Works [online]. In *Training*, Nov2005, Vol. 42 Issue 11 [cit. 2008-11-5]. Dostupné na:  
<<http://web.ebscohost.com/ehost/detail?vid=10&hid=107&sid=036f9ea7-086b-4bcd-ada1-cff3fbad0421%40sessionmgr103>>.
- [11] MĚCHUROVÁ, Jiřina. *Informační etika* [online]. 24. 1. 2002 [cit. 2008-11-5]. Dostupné na:  
<[http://mechurova.webpark.cz/informacni\\_etika.htm#INFORMAČNÍ%20ETIKA](http://mechurova.webpark.cz/informacni_etika.htm#INFORMAČNÍ%20ETIKA)>.
- [12] SAWKA, Kenneth. Whither Analysis? [online]. In *Competitive Intelligence Magazine*, 2006 [cit. 2008-11-5]. Dostupné na:  
<<http://www.outwardinsights.com/articles/CI%20Mar%20Apr%2006%20Sawka.pdf>>.
- [13] *Obchodni-rejstrik.cz* [online]. DVI, s.r.o., 2008 [cit. 2008-11-03]. Dostupný z WWW: <<http://www.obchodni-rejstrik.cz/>>.
- [14] *Živnostenský rejstřík.cz* [online]. DVI, s.r.o., 2008 [cit. 2008-11-04]. Dostupný z WWW: <<http://www.zivnostenskyrejstrik.cz/>>.
- [15] *Obchodní rejstřík a Sbíрка listin* [online]. Ministerstvo spravedlnosti České republiky, 2004 [cit. 2008-11-04]. Dostupný z WWW:  
<<http://www.justice.cz/or/>>.
- [16] *Portál veřejné správy ČR : Obchodní věstník* [online]. Ministerstvo vnitra, c2003-2008 [cit. 2008-11-04]. Dostupný z WWW:  
<[http://portal.gov.cz/wps/portal/\\_s.155/2803](http://portal.gov.cz/wps/portal/_s.155/2803)>.
- [17] *Úřad průmyslového vlastnictví* [online]. DELTAX Systems, c2002 , 29.10.2008 [cit. 2008-11-03]. Dostupný z WWW:  
<[http://isdvapl.upv.cz/servlet/page?\\_pageid=82,110&\\_dad=portal30&\\_schema=PORTAL30](http://isdvapl.upv.cz/servlet/page?_pageid=82,110&_dad=portal30&_schema=PORTAL30)>
- [18] ŠPINGL, Ivan. *Competitive Intelligence* [online]. [cit. 9.10.2008]. Dostupné z: <[http://www.prekon.cz/full\\_story.php?subaction=showfull&id=1216841776&archive=>](http://www.prekon.cz/full_story.php?subaction=showfull&id=1216841776&archive=>)>.
- [19] KONČELÍKOVÁ, N. *IBM Business Intelligence – kompletní řešení*.

*Blue Rose*, březen 2000, s. 39-40

[20] *Market vision* [online]. DVI, s.r.o., 2006 [cit. 2008-11-03]. Dostupný z WWW: <<http://www.marketvision.cz/>>.

## **i3K – KKK**

# **Knihovníkům kvalitnější konference**

*Jan Zikuška, Jan Skůpa, Michal Lorenz*

*KISK FF MU, Masarykova univerzita, Brno*

*zikuska@centrum.cz; skupa@seznam.cz; lorenz@phil.muni.cz*

### **Manifest**

Znepokojení tlakem a nezájmem usazených, zakořeněných knihovníků a informačních specialistů, atmosférou, která ovládá odborná setkání, cítíme se puzeni vyslovit volání po zkvalitnění naší odborné komunikace.

## Smysl konference

1. Ročně se na území České republiky konají desítky konferencí, seminářů či porad. **Účast** na těchto akcích se stává spíše **společenskou událostí** a **výletem** pro širokou knihovnickou obec ze všech koutů republiky, nežli místem výměny znalostí a podnětných diskuzí.
2. Knihovnické **konference** by měli začít **sloužit** svému **pravému účelu**. Profesionálnímu sdílení kvalitních a odborných informací, kolektivnímu promýšlení problémů oboru, vyznačování trendů do budoucích let.
3. Spousta akcí je pořádána pouze **ze setrvačnosti** a o jejich účelu, případně obsahu a zaměření by se mělo začít diskutovat.
4. Na druhou stranu **vzniká málo odborných** konferencí a seminářů, které by se zaměřily na úzce specializovaná a potřebná témata, která budou podporovat růst expertů a odborníků na specifickou oblast a povedou k novým myšlenkám a inovativním přístupům.
5. Začněme konference hodnotit a získávat o jejich průběhu zpětnou vazbu, ať můžeme oddělit zrna od plev.

## Organizace konference

6. Zázemí konference má přispívat k **podněcující** a přívětivé **atmosféře**. Přípravu zázemí je třeba chystat se zvažováním **vhodného uspořádání** prostředí a podpůrných prostředků s ohledem na jejich užitečnost (vhodné uspořádání židlí, místa pro přednášející, projekční techniky apod.).

7. Organizátoři **čtou všechny příspěvky** před vydáním a zvažují jejich relevanci k tématu konference.
8. **Občerstvení** během konference je bezpochyby potřebné. **Není však středobodem** celého setkání. Peníze na konferenci lze využít i jinak a lépe.
9. O konferenci je třeba odbornou veřejnost **informovat s dostatečným předstihem** a využít pro to širokou řadu komunikačních kanálů. Nespoléhejme na to, že si nás ti, které konference zajímá, najdou sami nebo že sepiší odborný příspěvek během pár dnů.
10. Peníze vložené do **propagace** a především **distribuce výsledků** z konference nejsou promrhanou investicí. Lepší než výběr z mnoha druhů chlebiček je spokojený čtenář odborného sborníku.

## **Přednášející**

11. Stěžejním bodem nejen knihovnické konference jsou přednášející. Jejich **vystupování** ovlivní jak celkový dojem z pořádané akce, tak i kvalitu příspěvkem předaných informací.
12. Měla by být zaručena dostatečná **kvalita** přednášejících nejen po stránce odborné a vědomostní, ale také z hlediska prezentačních dovedností. Je třeba iniciovat a zvládnout přiměřenou interakci s publikem.
13. **Odbornost** příspěvků je velkou slabinou těchto akcí. Málokdy přinášejí nové informace, stále se opakují stejná témata a téměř nejsou vidět příspěvky, které by do oboru přinášely moderní a zahraniční trendy.

14. Často se stává, že jeden příspěvek je přednášen na více akcích bez výraznějších úprav. Příspěvky se mají zaměřovat na **nové a podstatné informace**, ne zvyšovat redundanci informací za jediným účelem – získáním čárky za splnění povinnosti.
15. Před začátkem konference je třeba si ujasnit, zda je o probírané téma zájem a bude pro posluchače **přínosné**. Takovýto přínos by měl být posluchačům v počátku příspěvku sdělený v jasných a srozumitelných formulacích.

## Auditorium

16. Stále se setkáváme s tradiční formou konference, kdy je na jedné straně aktivní přednášející a na straně druhé absolutně **pasivní publikum**. I když je trendem dávat větší prostor pro diskuzi, málokdy se publikum do nich zapojí. Čas vymezený pro diskuzi by neměl být počítán v minutách, ale v hodinách.
17. I publikum by se mělo **přestat bát** na cokoliv zeptat, přidat svůj pohled na tematiku nebo oponovat přednášejícímu. Osobní názory nemají být haněny, ale pečlivě zkoumány, kritizovány ve svých předpokladech, ale současně váženy jako to nejcennější, co může každý účastník konference nabídnout.
18. Jeden **aktivní** účastník je pro smysl konference **přínosnější**, než deset účastníků pasivních.
19. Nad tématy a návrhy přednášejících je třeba **se zamýšlet** a jejich hloubku a promyšlenost prověřit věcnou argumentací.
20. Nejen ostřílený, mezi odborníky známý expert, ale i **mladý student** knihovnictví může k tématu konference přinést **užitečný pohled a věcné připomínky**.

21. Ten, kdo jezdí na konferenci pouze jako na výlet místo snahy o získání nových pohledů a informací, necht' raději **nejezdí** vůbec. Takový účastník mnohdy zabírá místo aktivnějším a tématu znalejším zájemcům a ve výsledku tak snižuje akční potenciál publika.
22. Dobrou konferenci tvoří především **participující publikum**.

### **Provádění ustanovení Manifestu**

Vyzýváme pořadatele, účastníky a posluchače odborných knihovnických konferencí, aby principy zde vyjádřené uskutečňovali a hrdě se k nim hlásili. Manifest je zpracován Iniciativou i3k.