

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Sara Tomazin

**Prepoznavanje dejavnikov sprememb v
neprofitnih organizacijah in načrtovanje
marketing rešitev - Primer Knjižnice
dr. Toneta Pretnarja v Tržiču**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2011

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Sara Tomazin

Mentorica: doc. dr. Tanja Kamin

**Prepoznavanje dejavnikov sprememb v
neprofitnih organizacijah in načrtovanje
marketing rešitev - Primer Knjižnice
dr. Toneta Pretnarja v Tržiču**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2011

ZAHVALA

Z delom, ki je pred vami, zaključujem prvo obdobje študijskih dogodivščin.

Hvala mentorici **doc. dr. Tanji Kamin** za prijetno sodelovanje in strokovno pomoč, **očetu in mami**, ker verjameta vame in me podpirata pri še tako nenavadnih odločitvah, in **Mihu** za potrpljenje in razumevanje brez meja.

Resnično hvala, čudoviti ljudje v mojem malem svetu ...

Prepoznavanje dejavnikov sprememb v neprofitnih organizacijah in načrtovanje marketing rešitev - Primer Knjižnice dr. Toneta Pretnarja v Trziču

Vpliv tržnega gospodarstva sega preko meja profitnega sektorja tudi v polje neprofitnih organizacij. Knjižnica, ki želi uspešno poslovati, se mora posluževati trženjskega pristopa: spremljati zadovoljstvo svojih uporabnikov, se oglaševati, načrtovati promocijske akcije itd. Diplomsko delo temelji na konkretnem primeru knjižnice v Trziču in se ukvarja s problematiko zmanjševanja števila članov, izposoje gradiva in vedno manjšega obiska knjižnice v zadnjih petih letih. Analizi, s katero prepoznamo kritične skupine (ne)uporabnikov, sledi obširna raziskava tako notranjega kot tudi zunanega okolja organizacije. Prvi in zelo pomemben korak je pregled trženjskega spleta organizacije (odkrivanje njenih prednosti, pomanjkljivosti, neizkoriščenih priložnosti ...). V nadaljevanju se sprašujemo, zakaj si na eno člansko izkaznico gradivo izposoja več ljudi, pregledamo bralno kulturo v Sloveniji, demografske spremembe kraja in konkurenčno informacijsko tehnologijo ter med omenjenimi dejavniki in knjižničnim obiskom skušamo najti povezavo. Vprašanja, ki se pojavljajo med raziskovanjem, na koncu raziščemo tudi s fokusno skupino. V majhni skupini šestih ljudi se pogovarjamo o vlogi knjig in branja v vsakdanjem življenju, o prednostih in slabostih tržiške knjižnice, o elektronskih knjigah in o internetu. Ugotovitve strnemo z napotki in usmeritvami za prihodnost.

Ključne besede: neprofitne organizacije, trženjski splet splošnih knjižnic, bralna kultura, informacijska tehnologija, fokusna skupina.

Identifying the factors of change in non-profit organizations and planning the marketing solutions - The example of Library of dr. Tone Pretnar in Trzič

The impact of market economy goes beyond the profit sector into the field of non-profit organizations. In order to be successful, a library has to use the marketing approach: it has to monitor the satisfaction of its users, advertise, organize promotional campaigns, etc. The thesis is based on the case of the library in Trzič and deals with the problem of a decreasing number of members and quantity of borrowed materials, as well as with a decline in library visits in the last five years. The analysis, which identifies the critical groups of (non)users, is followed by extensive research of both the internal and external environment of the organization. The first and very important step is to review the marketing mix of the organization (to detect its strengths, weaknesses, missed opportunities ...). Further on, we examine why several different people take out books with the same membership card, we review the reading culture in Slovenia, demographic changes in the city, the competitive information technology and try to find the connection between these factors and the decline in library visits. Questions that arise during the survey are additionally researched at the end of the thesis with a focus group. In a small group of six people we discuss the role of books and reading in everyday life, the (dis)advantages of the Trzič library, e-books, the internet. The findings are summarized with guidance and directions for the future.

Keywords: non-profit organizations, marketing mix for public libraries, reading culture, information technology, focus group

Kazalo

1 UVOD	7
2 NEPROFITNE ORGANIZACIJE	9
2.1 Opredelitev neprofitnih organizacij	9
2.2 Vrste neprofitnih organizacij	10
2.3 Značilnosti neprofitnih organizacij	12
2.5 Financiranje neprofitnih organizacij	14
3 SPLOŠNE KNJIŽNICE	16
3.1 Značilnosti splošnih knjižnic	16
3.2 Naloge splošnih knjižnic	16
3.3 Trženje v splošnih knjižnicah	17
3.3.1 Opredelitev trženja	17
3.3.2 Neprofitno trženje	18
3.3.3 Trženjski splet knjižničnih storitev	21
3.3.3.1 Izdelek oz. storitev	22
3.3.3.2 Cena knjižničnih storitev	23
3.3.3.3 Distribucija	24
3.3.3.4 Tržnokomunikacijski splet	25
Oglaševanje	25
Odnosi z javnostmi in publiciteta	26
Pospeševanje ponudbe knjižničnih storitev	27
Osebna prodaja	28
Neposredno trženje	28
3.3.3.5 Ljudje	29
3.3.3.6 Fizična podpora storitvi	30
3.3.3.7 Storitveni proces	30
3.4 Uporabniki splošnih knjižnic	30
3.4.1 Opredelitev pojmov uporabnik, član in obiskovalec	30
3.4.2 Lokalna skupnost	31
3.4.3 Merjenje uporabnikovega zadovoljstva	32
3.4.4 Kako uporabnika zadržati	33
3.5 Knjižnica dr. Toneta Pretnarja	34
3.5.1 Kratka zgodovina	34
3.5.2 Poslanstvo in naloge knjižnice	35
3.5.3 Financiranje	35
4 UGOTAVLJANJE DEJAVNIKOV SPREMEMB V KDRTP	37
4.1 Analiza uporabnikov, obiska in izposoje v KdrTP v zadnjih petih letih	37
4.1.1 Analiza obiska KdrTP :	37
4.1.2 Analiza izposoje gradiva v KdrTP:	40
4.1.3 Analiza članstva v KdrTP	40

4.1.4 Povzetek analize:.....	42
4.2 Potek raziskovanja	42
4.3 Analiza notranjega okolja KdrTP	43
4.3.1 Analiza trženjskega spleta KdrTP	43
4.3.1.1 Analiza knjižničnega gradiva in storitev	43
4.3.1.2 Analiza tržne komunikacije.....	44
4.3.1.3 Analiza distribucije storitev.....	44
4.3.1.4 Analiza fizičnih dokazov (prostora in opreme)	45
4.3.1.5 Analiza zaposlenih	46
4.3.2 Si na eno člansko izkaznico izposoja več ljudi?.....	46
4.4 Analiza zunanjega okolja KdrTP	49
4.4.1 Bralna kultura v Sloveniji na začetku 21. stoletja in vloga knjižnic pri njenem razvoju	49
4.4.2 Demografske spremembe kraja.....	54
4.4.3 Vpliv informacijske tehnologije.....	56
4.5 Fokusna skupina.....	59
4.5.1 Raziskovalno vprašanje.....	59
4.5.2 Opis vzorca.....	59
4.5.3 Potek raziskovanja.....	60
4.5.4 Analiza razprave.....	60
Vloga knjig in knjižnice v življenju posameznika	60
Vrednotenje knjižničnih storitev (cene, osebja, odpiralnega časa itd.)	61
Kupovanje knjig ali izposoja?	63
Elektronski mediji za hitre informacije, knjige za podrobnejše	64
5 ZAKLJUČEK	65
6 LITERATURA	69
PRILOGA A: ANKETNI VPRAŠALNIK	74
PRILOGA B: TRANSKRIPCIJA FOKUSNE SKUPINE.....	75

1 Uvod

V pričujoči diplomski nalogi bomo preučevali knjižnico kot neprofitno organizacijo in kulturno ustanovo z vidika dejavnikov, ki vplivajo na učinkovitost njenega poslovanja (obiski, izposoja, članarine ...). Namen knjižnice je delovanje za ljudi, dvigovanje nivoja izobraženosti in omogočanje dostopa do informacij vsem družbenim slojem, tudi socialno šibkejšim. Članstvo in obiski so zanjo pomembni, saj kot organizacija »za ljudi« le z njihovim sodelovanjem in udejstvovanjem lahko uresniči svoje poslanstvo in upraviči smoter delovanja. Članarine in zamudnine, ki so za uporabnike knjižnice breme in včasih ključni faktor pri odločanju za včlanitev, so za knjižnico majhen, toda nezanemarljiv vir dohodkov. V nalogi se bomo spraševali, kakšna je pravzaprav vloga splošnih knjižnic: ali so kot informacijska središča še nepogrešljive in kakšen je njihov obisk; ali njihova pozicija v svetu dejansko upada ali pa gre le za spremenjene oblike delovanja, pojavljanja in poslovanja? Ugotovitve bodo temeljile na primeru – preučevali bomo splošno knjižnico v Trziču.

V prvem delu diplome bomo spoznavali svet neprofitnih organizacij. Opredelili bomo pojem neprofitna organizacija, glavne motive za nastanek takšnih organizacij in kako jih razvrščamo glede na njihovo pravno naravo oziroma ustanovitelje ter glede na to, komu so namenjeni učinki njihovih dejavnosti. Preučili bomo značilnosti, ki jih določajo in razlikujejo od profitnih organizacij. Ker delujejo in poslujejo v tržnem gospodarstvu, so kljub svoji neprofitni naravi v stalnem konfliktu med težnjo po uresničevanju svojega humanističnega poslanstva ter nujnostjo pridobivanja finančnih sredstev in potrošnikov oziroma bralcev. Ogleдали si bomo, na kakšne načine se financirajo in kako lahko pretirano prizadevanje za pridobivanje lastnih sredstev vpliva na njihovo dejavnost.

V drugem delu diplome se bomo osredotočili na splošne knjižnice; opredelili bomo njihove značilnosti in temeljne naloge ter osvetlili pomen trženja v neprofitnem sektorju. Treba se je namreč zavedati, da tudi knjižničarji prodajajo. S trženjskim pristopom dosežemo, da knjižnica ostaja »mlada«, vitalna in uglašena s potrebami svojih uporabnikov; če so uporabniki s storitvami zadovoljni, se v knjižnico vračajo in jo priporočijo svojim prijateljem. Le tako lahko nemoteno posluje in izpolnjuje svoje poslanstvo. Opredelili bomo, kaj izraz trženje pomeni in kako se delno modificiran uporablja v neprofitnih organizacijah. Preučili bomo trženjski splet storitev v splošnih

knjižnicah od izdelka oziroma storitve, cene knjižničnih storitev, distribucije, tržnokomunikacijskega spleta, ljudi, fizične podpore storitvi, do storitvenega procesa. V nadaljevanju bomo opredelili uporabnike splošnih knjižnic, njihovo raznolikost, pripadnost lokalni skupnosti in geografsko bližino kot temeljno vez med njimi. Izpostavili bomo pomembnost spremljanja in merjenja zadovoljstva obiskovalcev in nekatere možne načine, kako jih zadržati oz. motivirati, da se v organizacijo vračajo. Za konec se bomo seznanili tudi s Knjižnico dr. Toneta Pretnarja (v nadaljevanju KdrTP) v Trziču, ki se spopada prav s problematiko vse manjšega obiska, redkejše izposoje in včlanjenosti svojih občanov. Na kratko si bomo ogledali njeno zgodovino, poslanstvo in naloge ter način financiranja.

Iz letnih delovnih poročil KdrTP zadnjih petih let je razvidno, da število novo vpisanih članov, izposoja gradiva in obisk knjižnice upadajo. S tem se organizaciji zmanjšuje priliv lastnih sredstev (članarine, zamudnine ...), manj denarja pa ji nameni tudi Ministrstvo za kulturo, ki višino sredstev odobri na podlagi predloženih statistik o izposoji, članstvu, količini gradiva itd. za prejšnje leto. Knjižnica tako drvi v začaran krog, saj manjša finančna moč pomeni tudi manjše možnosti za izpopolnjevanje storitev in širjenje ponudbe, ki bi privabila nove ali nekdanje uporabnike, ki so knjižnico prenehali obiskovati. *Cilj naloge je torej ugotoviti, ali bi organizacija (KdrTP) lahko dvignila učinkovitost svojega poslovanja, trend obiskov, izposoje in včlanjenosti.* S podrobnejšo analizo vseh teh dejavnikov bomo v tretjem delu diplome najprej preučili stanje v organizaciji - pri katerih skupinah uporabnikov je padec članstva, obiskov in izposoje najizrazitejši, pa tudi obisk katerih dejavnosti in enot knjižnične mreže se najbolj zmanjšuje. Nato bomo z različnimi postopki (pregledom sekundarnih virov, fokusno skupino) skušali ugotoviti, zakaj do ugotovljenega stanja prihaja oziroma kako bi ga organizacija lahko spremenila ter povečala obisk, članstvo in izposajo. Preučili bomo kakovost trženjskega spleta KdrTP (v kolikšni meri le-ta izpolnjuje standarde in priporočila za splošne knjižnice), ugotavljali, koliko oseb si gradivo izposoja na isto člansko izkaznico, nato pa bomo pregledali dejavnike zunanjega okolja, na katere ima organizacija manjši vpliv, a lahko v precejšnji meri vplivajo na trende obiskov in izposoj. Ugotavljali bomo bralne navade v Sloveniji in možne konkurente, ki vplivajo na zmanjšan obisk knjižnice, pregledali demografijo kraja in preverili zadovoljstvo uporabnikov s knjižničnimi storitvami (prek fokusne skupine).

2 Nefitne organizacije

2.1 Opredelitev nefitnih organizacij

Pojem nefitne organizacije izhaja iz ameriške teorije managementa. V angleščini so običajno označene kot »nonprofit« ali »non-for-profit« organizations, prevodu v slovenščino pa ustrezajo izrazi »nedobičkonosne, nefitne, nevladne, neodvisne, dobrodne, volonterske, iz davkov izvzete in druge organizacije« (Stanič 2005, 25). V tem diplomskem delu bomo zanje uporabljali le izraz nefitne organizacije.

Ameriški teoretiki Wilbur, Finn in Freeland ugotavljajo, da je svet nefitnih organizacij zelo raznolik, saj se poleg javnih služb na nepridobiten način izvajajo še mnoge druge dejavnosti, kot so društva, sindikati, poklicna, verska in interesna združenj, dobrodne organizacij itd. Ozko gledano pa bi lahko nefitne organizacije opredelili kot »organizacije, ki lastnikom ne prinašajo dobička«, njihovi niso neposredno merljivi v denarju (Trunk Širca in drugi 2003, 3). Podobno tudi Rus (1994: 959) nefitne organizacije definira kot organizacije, ki so »skupni pojem za javno upravo, za družbene dejavnosti in za prostovoljne organizacije, ki ponavadi poslujejo brez dobička«. Če pa do njega pride, »se z njim ne razpolaga po svobodni presoji, ampak se le-ta vlaga nazaj v dejavnost organizacije in služi kot sredstvo za razširitev te dejavnosti, ali pa za dvig kvalitete storitev«.

Nefitne organizacije delujejo v javnem interesu, njihov namen pa je »trajno zagotavljati storitve in dobrine, ki so pogoj za uspešno delovanje družbe kot celote, njenih podsistemov in posameznega človeka« (Trunk Širca in drugi 2003, 3). Takšne dobrine so npr. enakopravnost ljudi, spoštovanje njihovega dostojanstva, pomoč v stiski, dostop do informacij, šolskih, bolnišničnih storitev, policijskega, gasilskega posredovanja itd. Kot pravi Hall (1992, 14-15), nefitne organizacije nastajajo iz treh razlogov: da izvršijo javna dela, ki jim jih je dodelila država, da vplivajo na politiko države, gospodarstva ter drugih nefitnih organizacij, ali da zadovoljijo potrebo po storitvah in drugih materialnih dobrinah, ki jih država in fitne organizacije na trgu ne morejo zadovoljiti.

2.2 Vrste neprofitnih organizacij

Členitve neprofitnih organizacij niso enotne, razvrščamo jih lahko po različnih kriterijih. Ponavadi jih razvrščamo glede na to, komu so namenjeni učinki dejavnosti. Na podlagi tega kriterija razlikujemo neprofitne organizacije, katerih učinki so namenjeni pretežno strankam posameznikom (fundacije, zavodi), njihovim članom (društva, združenja, zbornice, verske skupnosti) ali javnosti (javna uprava) (Horak v Mesec 2008, 23). Razvrstimo pa jih lahko tudi glede na njihovo pravno naravo oz. njihove ustanovitelje, ki so lahko država, občina, mesto, domače in tuje pravne in fizične osebe itd. Organizacije, ki jih ustanovita država ali lokalna skupnost, štejemo za javne, druge razvrščamo med zasebne. Obstaja pa še tretja skupina, kjer gre za sodelovanje javnega in zasebnega sektorja. Te organizacije imenujemo napol javne (Mesec 2008, 23).

Kotler (1982: 13) razločuje med štirimi tipi organizacij glede na to, ali so v javni ali v zasebni lasti in glede na to, ali je njihov glavni cilj ustvarjanje dobička ali kaj drugega.

Preglednica 2.1: Štirje tipi organizacij

	ZASEBNE	JAVNE
PROFITNE	I Zasebne korporacije, solastništva	II Državna letališča in telefonska podjetja
NEPROFITNE	IV Zasebni muzeji, šole, združenja in bolnišnice, zasebne dobrotelne organizacije	III Vladne organizacije, javne šole, bolnišnice

Vir: Kotler (1982, 12).

V prvem kvadrantu so zasebne organizacije, ki si prizadevajo ustvarjati profit. Te organizacije tvorijo prvi sektor. V drugem in tretjem kvadrantu so javne organizacije, ki jih obravnavamo kot neprofitne organizacije in tvorijo drugi sektor. Sem sodijo javne

šole, knjižnice, policija, gasilci, javne bolnišnice itd. Tretji sektor (četrti kvadrant) pa tvorijo zasebne neprofitne organizacije, ki so povezane z donatorstvom in prostovoljstvom. To so razne religiozne organizacije, zasebne kulturne in izobraževalne ustanove, mirovne, okoljevarstvene skupine, skupine za zaščito in pomoč šibkejšim itd. Kot vidimo, vse javne oz. socialne službe niso nujno organizirane neprofitno, njihova organizacija je odvisna od konkretne državne politike in pravne ureditve teh področij. Zato pojmov javni in neprofitni ne smemo enačiti. Pojem javni je v nekem smislu širši in zajema vse neprofitne, pa tudi profitne organizacije, ki jih je ustanovila država ali ima nanje odločujoč vpliv. Po drugi strani pa lahko v pojem neprofitne organizacije vključimo ne le državne javne službe, ampak tudi mnoge organizacije iz zasebnega sektorja. V Sloveniji je država neposredno odgovorna za izvajanje gospodarskih in negospodarskih javnih služb. Prve ureja predvsem Zakon o gospodarskih javnih službah (Ur. l. RS 32/1993) druge pa Zakon o zavodih (Ur. l. RS 12/1991) (Trunk Širca in drugi 2003, 4).

Spodnja preglednica prikazuje shemo profitnih in neprofitnih organizacij v skladu z našo pravno ureditvijo:

Preglednica 2.2: Razvrstitev organizacij

NEPROFITNE ORGANIZACIJE	PROFITNE ORGANIZACIJE
<i>JAVNE ORGANIZACIJE</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Organi in organizacije, ki izvajajo funkcije države • Organi lokalnih skupnosti • Javni zavodi: šole, bolnišnice, knjižnice, zavodi za zaposlovanje, zavodi za zdravstveno zavarovanje ipd. • Javni gospodarski zavodi: Agencija za radioaktivne odpadke, Center za promocijo turizma ipd. 	<ul style="list-style-type: none"> • Javno podjetje
<i>NA POL JAVNE ORGANIZACIJE</i>	

<ul style="list-style-type: none"> • Gospodarske zbornice • Obrtne zbornice 	<ul style="list-style-type: none"> • Javna podjetja z udeležbo zasebnega kapitala • Zasebna podjetja s koncesijo
ZASEBNE ORGANIZACIJE	
<ul style="list-style-type: none"> • Zavodi • Zadruga • Gospodarska interesna združenja • Politične stranke • Društva • Ustanove • Verske skupnosti • Sindikati • Poklicna združenja • Dobrodelne organizacije • Organizacije potrošnikov 	<ul style="list-style-type: none"> • Podjetja • Samostojni podjetniki • Gospodarske družbe (osebne, kapitalske) • Povezane družbe • Banke • Zavarovalnice

Vir: Trunk Širca in drugi (2003, 7).

2.3 Značilnosti neprofitnih organizacij

Neprofitne organizacije delujejo na zelo različnih področjih: ukvarjajo se s kulturo, z vzgojo mladih, s pomočjo ostarelim, z reševanjem ponesrečencev ali s športom ... Kljub temu pa jih družijo nekaj skupnih značilnosti (Mesec 2008, 20):

So neprofitno naravnane. »Spodbudo, ki jo sicer ljudem dajeta dobiček in lastnina, nadomeščajo motivi, ki niso materialne narave.« (Mesec 2008, 20) Profitne organizacije so v celoti tržno orientirane, odvisne so od prodaje svojih izdelkov in storitev, zato je njihova glavna skrb zadovoljiti potrošnikove potrebe. Pri neprofitnih organizacijah pa je odnos med organizacijo in uporabnikom nekoliko drugačen. Ker potrošnik načeloma ne plača celotne vrednosti storitve, so organizaciji potrebni sponzorji oz. financerji, kot so

vlada ali druge dobrodelne organizacije. Manj denarja kot organizacija prejme od svojih potrošnikov, manj je tržno orientirana (Wheelen in drugi 1995, 387).

Na obstoj in razvoj neprofitne organizacije torej vpliva več udeležencev, ki so z organizacijo v menjalnih razmerjih. Razmerja neprofitnih organizacij z zunanjimi udeleženci so drugačna in kompleksnejša kot razmerja profitnih organizacij. Mnogokrat so bolj zapletena in večsmerna, pa tudi manj napovedljiva, saj morajo neprofitne organizacije na eni strani upoštevati mnenja in interese financerjev ter ustanoviteljev (države, darovalcev, sponzorjev, prostovoljcev), na drugi strani pa zadovoljiti potrebe in želje odjemalcev storitev (Tavčar 2005, 134). Poleg tega je v neprofitnih organizacijah pogosta »dvojnost poslovanja: v državnih organizacijah politika in aparat, v profesionalnih organizacijah stroka in poslovanje, v prostovoljskih organizacijah pa prostovoljci in plačani funkcionarji« (Mesec 2008, 25).

Neprofitne organizacije so izpostavljene javnemu nadzoru. Glavni delež financiranja izvira iz državnega proračuna, zato se od njih pričakuje, da delujejo v interesu družbe nasploh, da so družbeno koristne, skratka, da je njihov obstoj upravičen. Državljanom naj bi zagotavljale temeljno socialno varnost (prek sistemov socialnih zavarovanj in pomoči), pa tudi »nacionalni minimum« izobrazbenih, zdravstvenih, terapevtskih in drugih storitev (Kolarič 2002, 14).

Za razliko od profitnih organizacij, kjer je glavni cilj maksimiranje dobička, imajo neprofitne organizacije več ciljev. Temeljni cilj neprofitnih organizacij je povečati splošno družbeno blaginjo, na drugi strani pa je cilj tudi pridobivanje (finančnih) sredstev za uresničevanje poslanstva in doseganje želenih učinkov. S problematiko iskanja ravnovesja med humanitarno usmeritvijo neprofitne organizacije in ekonomsko logiko poslovanja se bomo v nadaljevanju še ukvarjali.

Značilnost neprofitnih organizacij je tudi to, da so »izidi delovanja v okviru osnovnega in interesnega poslanstva večinoma nesnovne storitve«, ki so neoprijemljive, heterogene in minljive, »in le v manjši meri snovni izdelki« (Mesec 2008, 20).

2.5 Financiranje neprofitnih organizacij

»Napoleon je dejal, da potrebuješ tri stvari, če hočeš vojevati vojno. Prva je denar. Druga je denar. In tretja je denar. To je morda res za vojno, ni pa res za nepridobitno organizacijo. Tam potrebuješ štiri stvari. Potrebuješ načrt. Potrebuješ marketing. Potrebuješ ljudi. In – potrebuješ denar« (Drucker 1990, 53).

Omenili smo, da so neprofitne organizacije v stalnem konfliktu med težnjo po uresničevanju svojega poslanstva in nujnostjo pridobivanja finančnih sredstev. Poslanstvo organizacije ni vezano na ustvarjanje profita, temveč na zadovoljevanje potreb in interesov širše javnosti. Če želijo neprofitne organizacije ostati dostopne vsem članom družbe in omogočati dostop do svojih storitev tudi socialno šibkejšim slojem, svojih storitev ne smejo pretirano zaračunati. Kljub temu pa za svoje delovanje potrebujejo finančna sredstva, saj morajo kriti tekoče stroške ter širiti obseg in vsebino delovanja. Sredstva za svoje delovanje najpogosteje pridobivajo iz (Trunk Širca in drugi 1998, 104):

- državnega ali občinskega proračuna,
- članarin,
- pokroviteljstva oz. sponzorstva,
- donatorstva,
- kreditiranja.

Proračunsko financiranje naj bi potekalo na pogodbeni osnovi. Država regulira delovanje neprofitnih organizacij, saj z obdavčenjem, financiranjem in pooblaščenjem vpliva na ponudbo dobrin in storitev, ki jih tržni sektor v družbi ne zagotavlja v zadostni meri. Neprofitne organizacije so pogosto nagnjene k temu, da potrošijo vsa sredstva, ki jih dobijo od svojih financerejev, saj lahko v primeru neporabljenih sredstev v bodoče dobijo manj (Žnidaršič Kranjc 1996, 11, 27). Ob vsesplošnem krčenju financiranja neprofitnih organizacij iz javnih sredstev se organizacije pogosto odločajo za krčenje dejavnosti ali za pridobivanje sredstev iz drugih virov. Mnoge neprofitne organizacije skušajo financiranje svoje dejavnosti razširiti s pridobitnimi dejavnostmi. To pa s seboj prinaša številne nevarnosti (Wheelen v Trunk Širca in drugi 1998, 105):

- zaradi profitne dejavnosti, ki ni del poslanstva neprofitne organizacije, je ta lahko ob pomembne davčne olajšave,
- profitna dejavnost je lahko donosna, lahko pa prinaša izgubo in še poslabšuje položaj profitne organizacije,
- profitna dejavnost lahko iz prvega mesta izrine osnovno dejavnost neprofitne organizacije in ovira njeno izvajanje,
- zunanji financerji (država, sponzorji, donatorji) lahko omejijo financiranje neprofitne organizacije, ki ima tudi lastne vire prihodkov.

Številne neprofitne organizacije financirajo člani s plačevanjem članarin in drugih prispevkov. Če velik del članstva zapusti takšno organizacijo, so pred njo resne finančne težave. »Ponavadi je takšna nepridobitna organizacija tudi dokaj ozko specializirana in se težko preusmeri tako, da bi dobila novo članstvo. Zato sodijo prizadevanja za ohranitev obstoječega članstva med temeljne naloge managementa v takšnih organizacijah« (Trunk Širca in drugi 1998, 104).

Neprofitne organizacije se financirajo tudi z zbiranjem prostovoljnih prispevkov, daril, najemajo kredite in iščejo sponzorje. Sponzor organizaciji plačuje storitve, ki jih ta opravi zanj na področju pospeševanja trženja, odnosov z javnostmi in podobno. To pomeni, da mora neprofitna organizacija na eni strani zadovoljevati potrebe in interese sponzorjev, zraven pa si prizadevati, da deluje v javnem interesu (Trunk Širca in drugi 1998, 104).

3 Splošne knjižnice

3.1 Značilnosti splošnih knjižnic

Neprofitne organizacije glede na pravno-organizacijske oblike lahko delimo na podjetja, ustanove, zavode in društva. Pri nas so najbolj tipična oblika zavodi. Njihovo delovanje predpisuje Zakon o zavodih (Ur. l. RS 12/1991), ki jih opredeljuje kot organizacije za opravljanje dejavnosti s področja vzgoje in izobraževanja, znanosti, kulture, športa, zdravstva, socialnega varstva, otroškega in invalidskega zavarovanja ter drugih dejavnosti, katerih cilj ni pridobivanje dobička. Če pa do njega pride, ga zavod ne investira v podjetniško dejavnost, temveč ga porabi za svoje potrebe in za razvoj lastne dejavnosti. Posebna oblika zavodov so javni zavodi, ki so ustanovljeni za opravljanje javnih služb. Mednje sodijo tudi knjižnice. Njihova posebnost je, da jih lahko ustanovijo le republika, mesto, občina ali z zakonom pooblaščen pravn osebe, vse druge pravne in fizične osebe pa so lahko le njihovi soustanovitelji (Žnidaršič Kranjc 1996, 18).

Bistvena značilnost knjižnic, tudi splošnih, o katerih je govora v tej nalogi, je, da je njihovo delovanje namenjeno javnosti. Svoje naloge morajo opravljati v skladu s predpisi, ki so usklajeni z evropsko zakonodajo, in podpirati splošno dostopnost kulturnih dobrin (Stanič 2005, 33). Organiziranost knjižnic, njihove vsebinske usmeritve in osnovne delovne pogoje opredeljujejo standardi za splošne knjižnice, njihove storitve, način financiranja, odgovornosti in nadzorovanja pa določa Zakon o knjižničarstvu (Ur. l. RS 87/2001). Unescov Manifest o javnih knjižnicah iz leta 1994 opredeljuje temeljne naloge knjižnic, ki so vezane na informiranje, pismenost, izobraževanje in kulturo.

3.2 Naloge splošnih knjižnic

Svoboda, blaginja in razvoj družbe in posameznika so temeljne vrednote človeka. Doseči jih je moč samo tedaj, ko je dobro obveščeni državljan sposoben, da sam uresničuje svoje demokratske pravice in se aktivno vključuje v družbo. Konstruktivno sodelovanje v le-tej in razvoj demokracije zavisita od

zadostne izobrazbe in od prostega in neomejenega dostopa do znanja, duhovnih dobrin, kulture in informacij.

Splošnoizobraževalna knjižnica, dejanska vrata lokalne skupnosti do znanja, zagotavlja osnovno podstavo učenja od mladosti do starosti, samostojnega sprejemanja odločitev in kulturnega razvoja posameznika in socialnih skupin. (Unesco 1994).

Bistvo oz. poslanstvo splošnih knjižnic torej je, da posameznikom nudijo enakopraven dostop do informacij in dvigujejo splošno raven izobraženosti med svojimi uporabniki. Po 6. členu Zakona o knjižničarstvu mora knjižnica posameznikom in skupinam zagotavljati dostopnost in uporabo lastnega gradiva in z njim povezanih informacij, medknjižnične izposoje ter zunanjih dostopnih informacijskih virov. Knjižnična dejavnost kot javna služba torej zajema (Ur. l. RS 87/2001, 2. člen):

- zbiranje, obdelovanje, hranjenje in posredovanje knjižničnega gradiva,
- zagotavljanje dostopa do knjižničnega gradiva in elektronskih publikacij,
- izdelovanje knjižničnih katalogov, podatkovnih zbirk in drugih informacijskih virov,
- posredovanje bibliografskih in drugih informacijskih proizvodov in storitev,
- sodelovanje v medknjižnični izposoji in posredovanju informacij,
- pridobivanje in izobraževanje uporabnikov,
- informacijsko opismenjevanje,
- varovanje knjižničnega gradiva, ki je kulturni spomenik,
- drugo bibliotekarsko, dokumentacijsko in informacijsko delo.

3.3 Trženje v splošnih knjižnicah

3.3.1 Opredelitev trženja

Trženje je znanstvena disciplina, ki se je po drugi svetovni vojni razvila v Združenih državah Amerike in se sredi šestdesetih let razširila tudi drugod po svetu. Najprej se je

razvilo »profitno« trženje, kasneje pa je trženjska filozofija začela prodirati tudi v neprofitni sektor.

Kotler (1998, 13) trženje opredeljuje kot »družbeni in upravljalški proces, s pomočjo katerega organizacije in posamezniki dobijo, kar potrebujejo ali želijo, tako da ustvarijo, ponudijo in medsebojno zamenjujejo izdelke, ki imajo vrednost.« Bistvo trženja ni, kako čim hitreje prodati izdelek, temveč kako na dolgi rok pridobiti zveste in zadovoljne odjemalce. Koncept temelji na štirih glavnih stebrih. Začne se z dobro opredeljenim *ciljnim trgov*, saj ni podjetja, ki bi lahko delovalo na vsakem trgu in zadovoljevalo prav vsako potrebo odjemalcev. Naslednji bistveni element je poznavanje in razumevanje *kupčevih potreb*. Podjetje, osredotočeno na kupca, neprestano spremlja stopnjo njegovega zadovoljstva in si prizadeva, da bi to zadovoljstvo izboljšalo. Tretji steber je *koordinirano oz. usklajeno trženje*. Pri tem gre za medsebojno usklajenost različnih trženjskih funkcij, kot so oglaševanje, prodaja, izdelčni management, tržne raziskave itd., pa tudi za usklajenost trženja z drugimi oddelki v podjetju. S trženjem se ne ukvarja le oddelk za trženje, zato bo lahko uspešno samo, če se bodo vsi zaposleni zavedali vpliva, ki ga imajo na zadovoljstvo kupcev. Četrty temelj trženja pa je *donosnost*. Namen trženjskega koncepta je, da organizaciji pomaga izpolniti cilje, pa naj gre za dobiček v profitnih organizacijah ali za preživetje in zbiranje sredstev za poslovanje v neprofitnih organizacijah (Kotler 1998, 19-24).

3.3.2 Neprofitno trženje

Temeljna načela profitnega trženja se delno preoblikovana lahko uporabljajo tudi v neprofitnem sektorju. Glavni dve razliki sta predmet trženja, ki je v profitnem sektorju storitev ali izdelek (v zameno za denar), v neprofitnem pa večinoma le storitev ter končni cilj, ki je v profitnih organizacijah ustvarjanje dobička, medtem ko je v neprofitnih organizacijah slednji postranskega pomena. Pomembnejše je zadovoljevanje potreb in želja uporabnikov ter s tem izboljševanje kakovosti življenja.

Razlike med izdelki in storitvami lahko opredelimo z naslednjimi osmimi značilnostmi (Potočnik 2000, 19):

- neopredmetenost (neoprijemljivost),
- neločljivost porabnika in izvajalca storitve,

- minljivost oz. kratkotrajnost,
- občutljivost na čas,
- težavnost ugotavljanja in nadziranja kakovosti,
- visoka stopnja tveganja,
- prilagajanje ponudbe posebnim zahtevam porabnikov storitev,
- ustvarjanje osebnih stikov med kupcem in izvajalcem.

Storitve so torej neotipljive, saj jih v nasprotju z izdelki ne moremo videti, okusiti, vonjati ali slišati. »Čeprav /.../ vsebujejo oprijemljive sestavine, na primer sedež v avtobusu, pa je sama izvedba storitve vedno neopredmetena« (Potočnik 2000, 20). Storitvena podjetja zato poskrbijo za dokazno gradivo, ki omili potrošnikovo negotovost in neotipljivo spremeni v otipljivo. Svojim abstraktnim ponudbam dodajajo fizične dokaze – opremo, komunikacijsko gradivo, simbole, ceno. Neotipljivih storitev tudi ne moremo skladiščiti, nastajajo in porabljajo se istočasno. To v veliki meri določa in omejuje potek njihovega trženja ter ga razlikuje od trženja izdelkov. Največji problem storitvenim organizacijam predstavlja nihanje povpraševanja (Potočnik 2000, 20). »Če povpraševanje preseže ponudbo, ne moremo storitve preprosto vzeti iz zaloge in je ponuditi na trgu« (Potočnik 2000, 21), če pa ponudba preseže povpraševanje, je storitev izgubljena. Istočasnost nastanka in porabe storitve predstavlja tudi vez med izvajalcem in porabnikom ter neizogibnost njunega odnosa. Oba, tako ponudnik kot tudi porabnik storitev, vplivata na končni izid – na zadovoljstvo porabnika. Za storitvena podjetja je torej še bolj kot za podjetja, ki prodajajo izdelke, pomembno, da s porabniki ohranjajo dobre in dolgoročne odnose (Potočnik 2000, 21).

Dva človeka storitve ne moreta ponuditi enako, že en sam posameznik jo vsakič ponudi nekoliko drugače. Njena kakovost je torej spremenljiva, odvisna od tega, kdo, kje in kdaj jo izvaja. Tako kot porabnik težko oceni storitev, ki jo je dobil, tudi ponudnik njene kakovosti ne more natančno nadzirati in ugotavljati. Zato je nakup storitve vedno bolj tvegan kot nakup izdelka. Ocenjevanje njene vrednosti je odvisno predvsem od mnenj, vrednot in pričakovanj porabnikov. Podjetja lahko kakovost svojih storitev nadzirajo do te mere, da nadzirajo izbor in usposabljanje svojih strokovnih sodelavcev, da storitve standardizirajo in da spremljajo zadovoljstvo svojih uporabnikov prek različnih metod, ki pomagajo odkriti slabo storitev in jo popraviti. Standardizacija pa pri

storitvah ni tako enostavna kot pri izdelkih. Ljudje se med seboj razlikujemo, imamo drugačne potrebe in prioritete, zato je večšina dobrega storitvenega trženja tudi prilagoditev ponudbe posamezniku. Pogosto namreč velja, da so znanje, vedenje in komunikacijske sposobnosti izvajalcev storitev, ki v določeni situaciji znajo odreagirati, pomembnejše kot storitev sama (Potočnik 2000, 22-23).

Zgornja dejstva osvetlijo nekatere značilnosti poslovanja storitvenih in torej tudi neprofitnih organizacij, ne odgovorijo pa na vprašanje, zakaj je trženje v neprofitnem sektorju – in s tem tudi v knjižnicah - sploh potrebno.

Rajko Slokar (1990, 42-43) pravi takole: »Z marketingom naj bi

- izboljšali kakovost dela knjižnice,
- izboljšali strukturo bralcev, torej segli tudi v inovativno dejavnost posameznikov, podjetij in ustanov,
- popularizirali knjižnično-informacijsko vzgojo in bralno kulturo,
- izboljšali in razširili motivacijo za znanstveno-izobraževalno dejavnost,
- izboljšali delovne pogoje v knjižnici,
- ustvarili pripravljenost sredine za gradnjo prepotrebnih knjižničnih prostorov,
- odpravili prosjačenje kot način zagotavljanja sredstev za normalno delo
- in s tem izboljšali finančni položaj posamezne knjižnice ter njen ugled.«

Tudi Helene Coot (1994: 1-3) poudarja, da ni trženje v neprofitnem sektorju nič manj pomembno kot v profitnem. Treba se je zavedati, da tudi knjižničarji prodajajo. S trženjskim pristopom dosežemo, da knjižnica ostaja »mlada«, vitalna in uglašena s potrebami svojih uporabnikov. Če bodo uporabniki s storitvami zadovoljni, se bodo v knjižnico vračali in jo priporočili svojim prijateljem. Le tako bo lahko nemoteno poslovala in izpolnjevala svoje poslanstvo. Brez marketinga, pravi Coot, knjižnica postane pasivna zbirka informacijskih virov, potrošnikov, stikov in osebja. Prav tako Kovar (1993, 73) izpostavlja dejstvo, da knjižnice zaradi svojega neprofitnega značaja in svoje funkcije pokrivanja potreb najširšega kroga prebivalstva kar kličejo po uporabi elementov trženja.

3.3.3 Trženjski splet knjižničnih storitev

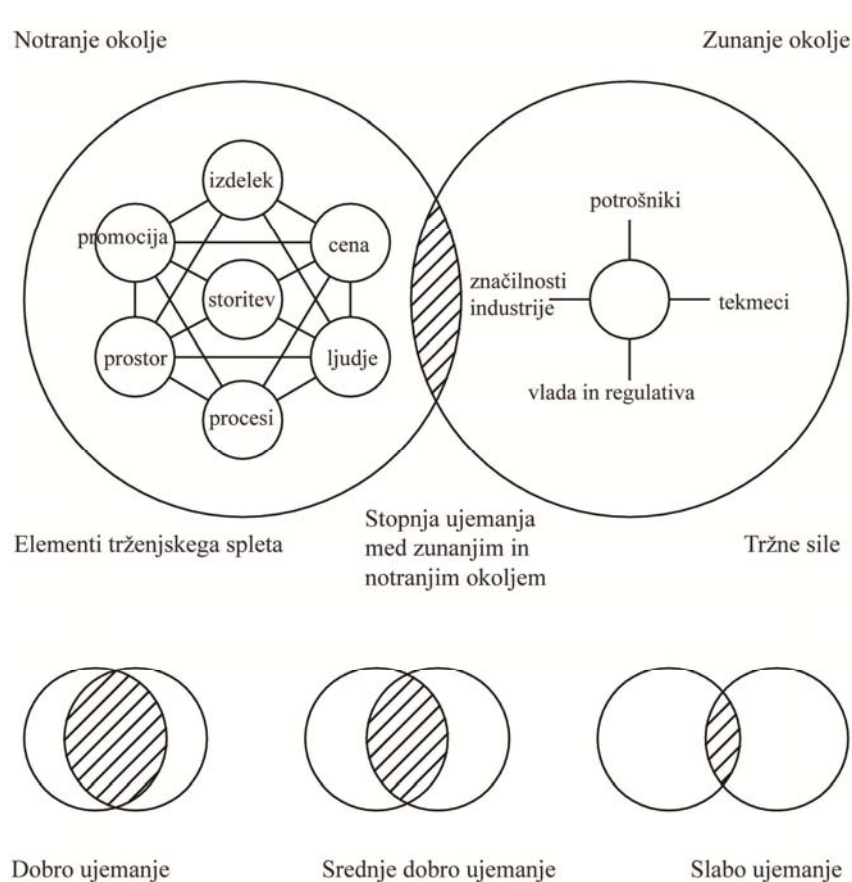
Kotler (1998, 98) trženjski splet opredeljuje kot »niz trženjskih instrumentov, ki jih podjetje uporablja, da sledi svojim trženjskim ciljem na ciljnem trgu«. Tradicionalna sestava trženjskega spleta obsega štiri elemente: izdelek, ceno, distribucijo in promocijo. Organizacija, ki želi na ciljnem trgu doseči ustrezno prodajo, mora te štiri spremenljivke nadzorovati in usklajevati. Trženjski splet za storitve se je v zadnjem obdobju razširil z dodatnimi tremi prvinami (Devetak 1999, 4). To so ljudje, fizični dokazi storitve in njeno procesiranje. Vsi naštetih elementi trženja se uporabljajo v določeni kombinaciji glede na to, kaj želimo doseči. Zaradi spremenljivih razmer na trgu mora organizacija kombinacijo trženjskih elementov stalno spreminjati in prilagajati okolju.

Dejavnike zunanjega okolja, katerim naj bi trženjski splet organizacije prilagajali, lahko razdelimo v štiri skupine (Christopher in drugi 1993, 19):

- potrošnike – poznati moramo njihove nakupne navade, prioritete, osebnostne lastnosti, demografijo, kupno moč ...
- značilnosti industrije – strukturo logistične mreže, vedenje njenih članov ...
- tekmece – Kdo so naši tekmeči? Kako so pozicionirani na trgu? Kaj to pomeni za naše podjetje?
- vlado in regulativo.

Uspeh podjetja je v veliki meri odvisen prav od stopnje ujemanja med notranjim in zunanjim okoljem organizacije, od tega, v kolikšni meri se je organizacija s svojim trženjskim spletom zmožna prilagoditi grožnjam in priložnostim, ki prihajajo iz okolja.

Slika 3.1: Trženjski program kot proces ujemanja



Vir: Christopher in drugi 1993, 20.

V nadaljevanju je predstavljena vsebina posameznih prvin trženjskega spleta za splošne knjižnice.

3.3.3.1 Izdelek oz. storitev

Splošnoizobraževalne knjižnice v prizadevanju, da bi postale informacijska središča v svojem okolju, ne ponujajo samo enega, ampak celo vrsto proizvodov. Ob različnem knjižnem gradivu kot so knjige, periodični tisk, neknjižnem gradivu kot so zvočne in video kasete, filmi, igrače, umetniške slike ... posredujejo tudi vedno več različnih vrst informacij iz lastnih in drugih virov (s pomočjo računalniškega knjižničnega informacijskega sistema), organizirajo številne prireditve, dejavnosti, literarne večere itd. (Kovar 1993, 82).

Trobec (2002, 62) razlikuje med procesnimi in fizičnimi sestavinami izdelka. Med procesne sestavine šteje svetovanje osebja, fotokopirne storitve, uporabo interneta, iskanje virov po tujih bazah podatkov, medknjižnične storitve, med fizične sestavine izdelka pa notranjo opremo knjižnice, knjižnično gradivo, zgradbo, v kateri se knjižnica nahaja, opremljenost z računalniško tehnologijo itd.

Nenehni pritiski trga, pomanjkanje sredstev in boj za konkurenčnost zahtevajo od knjižnic, da se soočijo tudi z relevantnostjo svojih fondov¹. Prav tako kot velja v profitnih organizacijah, da je kupec kralj oz. da ima stranka vedno prav, postaja tudi uporabnik knjižnice središče njenega zanimanja. Uporabniki so ocenjevalci knjižničnih fondov in storitev, zato jim je treba prisluhniti. Ne smemo gledati le na količino knjižničnega gradiva, ki se izpisuje in dobavlja, temveč tudi na njegovo kakovost. Češnovar (1996, 287) pravi: »Pomembno je, kaj se nabavlja, in da nabava poteka kontinuirano. Zaradi preslabe ali celo prekinjene nabave v določenem obdobju lahko ostane knjižnica brez določenega kakovostnega fonda, kar pomeni neposredno škodo za določena strokovna področja. Takšnih napak se ne da nikoli več popraviti.«

3.3.3.2 Cena knjižničnih storitev

Po Unescovih priporočilih naj bi se javna knjižnica v celoti vzdrževala iz družbenih sredstev, saj je le tako mogoče zagotoviti zares enakopraven dostop do knjižničnega gradiva, informacijskih storitev in dejavnosti knjižnice celotni populaciji. To pomeni, da bi knjižnice v prvi vrsti morale ukiniti vpisnine, članarine, izposojnine in zamudnine ter organizirati brezplačne dejavnosti. Le tako bi namreč lahko ljudem zagotovile enakopraven dostop do vseh proizvodov. Ker pa neprofitni sektor ne prinaša dobička in so vložki financerjev minimalni, si za učinkovito poslovanje to le malo knjižnic lahko privoščijo (Kovar 1993, 86).

Vlada Republike Slovenije je leta 2003 izdala Uredbo o osnovnih storitvah knjižnic (Ur. l. RS 29/2003), ki jih mora knjižnica svojim uporabnikom nuditi brezplačno. V 6. členu so navedene storitve, ki se navezujejo na dostopnost, uporabo in izposajo gradiva:

¹ Fondi ali zbirke so organizirani korpusi shranjenih enot (knjige, slike, rokopisi itd.) z ustreznim sistemom za informiranje in iskanje (Češnovar 1996, 281).

- dostop do knjižničnega gradiva, njegovo uporabo v prostorih knjižnice ter izposoja v čitalnico in na dom,
- seznanjanje z novostmi,
- rezerviranje gradiva,
- dostop in uporabo splošno dostopnih elektronskih virov javnih oblasti,
- dostop in uporabo zakupljenih podatkovnih zbirk in drugih informacijskih virov (v skladu s pogodbenimi določili in viri financiranja).

Knjižnica mora svojim uporabnikom brezplačno nuditi tudi pomoč pri uporabi javnih katalogov, jim posredovati informacije o gradivu in iz gradiva, do katerega ima dostop, informirati uporabnike o svojem poslovanju, jih seznanjati z načini uporabe knjižničnega gradiva in jim omogočati brezplačno uporabo elektronske pošte. Omogočati jim mora tudi brezplačen vstop na prireditve, s katerimi promovira svoje knjižnične zbirke in storitve (Ur. l. RS 29/2003, 7. - 10. člen).

Cena uporabe knjižničnih storitev pa ne sestoji le iz denarja. Pomembni komponenti stroškov sta tudi poraba časa in trud, ki ga mora uporabnik knjižnice vložiti, če želi koristiti njene storitve. Pri današnjem tempu življenja, ko prosti čas postaja že prestiž, je prav pomanjkanje časa pogosti krivec za ne uporabo knjižničnih storitev in za iskanje informacij v alternativnih medijih, kot so televizija, internet, itd., ki uporabniku omogočajo hitrejši in lažji dostop (Wadley in drugi 1997, 213).

3.3.3.3 Distribucija

Izdelki morajo biti dosegljivi ob pravem času na pravem mestu. To je še posebej pomembno za storitve, saj je njihova vrednost minljiva. Knjižnice so običajno locirane v središče svojega ciljnega trga, v bližino čim večjega števila uporabnikov. Središče urbanega in vaškega življenja pa se v nekem časovnem obdobju lahko spremeni in knjižnica tako izgubi svojo središčno lokacijo. Takšno situacijo se včasih lahko reši s podružnicami, toda ne vedno. Elektronski dostop do dokumentov predstavlja velik potencial izboljšanju distribucije, vendar obenem spreminja osrednjo vlogo knjižnice (Rowley 1995, 33).

V procesu distribucije storitev je poleg lokacije zelo pomemben dejavnik tudi obratovalni čas organizacije. To je čas, ko je knjižnica odprta in izvaja storitve za svoje uporabnike. Določen je v letnem delovnem načrtu organizacije, njegov minimalni obseg pa predpisuje Uredba o osnovnih storitvah knjižnic (Ur. l. RS 29/2003). Objavljen mora biti na vidnem mestu ob vhodu v knjižnico.

3.3.3.4 Tržnokomunikacijski splet

Promocija ni za učinkovito delovanje knjižnice nič manj pomembna kot dober dostop do nje. Če uporabniki niso seznanjeni s ponudbo in koristmi njenih storitev, storitev ne bodo uporabljali (Wadley in drugi 1997, 213). Promocija se uporablja za ohranjanje ali povečevanje potrošnikovega zavedanja o organizaciji in njenih izdelkih, ali pa zato, da potrošnike poduči o lastnostih izdelkov. Knjižnice promocijsko dimenzijo trženja pogosto zanemarijo, saj so, predvsem v manjših lokalnih skupnostih, prepričane, da ljudje njihove storitve poznajo in zato dodatna promocija ni potrebna. To pa je pogosto daleč od resnice in lahko organizacijo privede do resnih težav. Stanič (2005, 48-49) posledice neobveščenosti uporabnikov opiše z besedami: »Če knjižnica zanje ne obstaja, tudi oni ne obstajajo za knjižnico. Če ne vedo, kaj vse se je v knjižnici spremenilo od takrat, ko so jo zadnjič obiskali, bo zanje ostala taka, kot je bila – na primer – pred desetimi leti.«

Po Kotlerju (1998, 596) splet trženjske komunikacije, imenovan tudi promocijski splet, sestavlja pet poglobitvenih dejavnosti: oglaševanje, neposredno trženje, pospeševanje prodaje, odnosi z javnostmi in osebna prodaja.

Oglaševanje

Oglaševanje je vsaka plačana oblika neosebnega tržnega komuniciranja, ki s posredovanjem sporočil prek tiska, radia, televizije ali drugih sredstev javnega obveščanja skuša vplivati na porabnike, da bi kupili in uporabljali prav oglaševane izdelke oz. storitve. Je »najpomembnejša komunikacijska dejavnost, s katero želi storitveno podjetje pojasniti svoje storitve porabnikom in jih pravočasno obvestiti, da bi si zagotovilo prodajo pred drugimi ponudniki« (Potočnik 2000, 132). Storitve so neotipljive, zato jih je v oglasih težko predstaviti. Njihovo oglaševanje se mora opreti na

oprijemljive elemente storitve ali na druge koncepte ustvarjanja podobe, ki storitev predstavlja (Rowley 1995, 33).

Oglaševanje se v zadnjih letih pojavlja tudi v splošnih knjižnicah, kljub temu da zanj nimajo posebej odobrenih sredstev. Zato se ponavadi izvaja nenačrtno, nesistematično in v odvisnosti od denarja, ki je na voljo v danem trenutku. Ker je oglaševanje prek agencij za knjižnice finančno še nedosegljivo, določena oglaševalska sporočila oblikujejo in posredujejo same. Zapišejo jih v zgibanke, prospekte, letake ali na plakate, ali pa jih vključijo v kratke filmčke, ki se vrtijo na lokalnih televizijah. Oglaševalski posredniki (mediji) so raznoliki, za letake in zgibanke so to razdeljevalci oglaševalskega materiala na prireditvah ali pošta, za plakate npr. oglasne deske, za predvajanje filma o knjižnični ponudbi pa so idealen medij prireditve (Kovar 2000, 73-74).

Odnosi z javnostmi in publiciteta

Ena izmed prvin tržnega komuniciranja so tudi odnosi z javnostmi. To je proces komuniciranja, ki je vedno prisoten in dvosmeren. V primerjavi z oglaševanjem je cenejši in omogoča boljši doseg ciljnih skupin. Pomembno pa je, da odnose gojimo neprekinjeno, trajno, in ne samo ob določenih dogodkih. V primerjavi s kupljenim oglaševanjem veljajo odnosi z javnostmi za »prislužno« komunikacijo. Začnejo se s poslušanjem skupin in posameznikov, na katere želimo vplivati ter preučevanjem njihovega odnosa do storitev in stroke, v kateri delujemo. Na tej osnovi razvijemo sporočila in pobude, ki nagovarjajo njihove interese (Wilbur in drugi 1994, 168). Odnose z javnostmi v grobem lahko razdelimo na notranje in zunanje. Notranji odnosi z javnostmi so usmerjeni na zaposlene v organizaciji, zunanji pa navzven (odnosi z mediji, financerji, uporabniki ...). Verčič, Zavrl in Rijavec (1997, 11) jih delijo v osem skupin:

- neposredna podpora najvišjemu vodstvu organizacije,
- odnosi z notranjimi javnostmi,
- odnosi z vlagatelji in drugimi finančnimi javnostmi,
- odnosi z vlado,
- odnosi z lokalno skupnostjo,
- odnosi z mediji,

- odnosi s potrošniki/uporabniki in
- odnosi z mednarodno javnostjo.

Splošne knjižnice kot neprofitne organizacije so v stalnem boju za pridobivanje sredstev, zato namesto oglaševanja pogosto uporabljajo odnose z javnostmi kot »cenejšo« različico tržnega komuniciranja. Pri odnosih z mediji je pomembno, da jih ohranjajo tako na lokalni kot tudi na nacionalni ravni. Sam izbor medijev pa je odvisen od tega, komu želijo posredovati sporočilo – celotni lokalni skupnosti ali le določenemu segmentu uporabnikov. Seveda ne smejo pozabiti, da imajo mediji svoje usmeritve in niso dolžni obiskati vsakega dogodka, na katerega so povabljeni. Z neposrednimi kontakti s predstavniki medijev, vzdrževanjem odnosov z njimi in s stalnim obveščanjem o svojem delu, knjižnice lažje dosežejo, da je »neplačana oblika njihovega oglaševanja« objavljena takrat, ko si želijo (Kovar 2000, 77-81). Odnose morajo ohranjati tudi s svojimi uporabniki (sedanjimi in potencialnimi), strokovnimi kolegi, financerji, dobavitelji, pokrovitelji in donatorji ter predstavniki lokalne in državne oblasti.

Pospeševanje ponudbe knjižničnih storitev

Pospeševanje prodaje po Kotlerju (1998, 664-665) sestoji iz zbirke orodij, ki so potrebna, da izzovemo hitrejšo in večjo nakupno določeno izdelka/storitve s strani porabnikov ali trgovine. Orodja se razlikujejo po ciljih: brezplačen vzorec npr. spodbuja porabnike, da izdelek preizkusijo, medtem ko brezplačno svetovanje pri poslovanju okrepi dolgoročni odnos s trgovcem na drobno. Način pospeševanja ponudbe je odvisen tudi od vrste dogodka. Na svečanostih in otvoritvah lahko knjižnice svojim obiskovalcem ponudijo manjša praktična darilca kot so priponke, vrečke, nalepke, obeski za ključke, dežniki ... pri predstavitvi internetske čitalnice lahko organizirajo tekmovanje, kdo bo najhitreje našel določeno informacijo na internetu in zmagovalca nagradijo z domiselnim darilcem, obiskovalcem predstavitve baze poslovnih informacij ponudijo kupone, s katerimi lahko sodelujejo pri nagradnem žrebanju itd. (Kovar 2000, 81).

Osebna prodaja

Osebna prodaja je pomembna sestavina trženja storitev, saj omogoča osebni stik in interakcijo med prodajalcem in stranko. Kontaktno osebje ima zelo pomembno promocijsko vlogo, saj je vtis, ki si ga potrošnik ustvari o storitvi, v veliki meri odvisen od usposobljenosti in kredibilnosti osebja. To orodje tržnega komuniciranja se po besedah Kovarjeve (2000, 82) nekoliko pokriva s pospeševanjem ponudbe, vendar pa gre tu izključno za osebne kontakte s ciljnim trgom. Knjižničarji se na svoje obiskovalce obračajo neposredno, jim svetujejo in pomagajo pri iskanju gradiva, jih vodijo po knjižnici ali pa jih po telefonu obveščajo o prispelem rezerviranem gradivu. Osebna prodaja igra pomembno vlogo pri ustvarjanju podobe in prepoznavnosti organizacije, vsekakor pa mora biti uglašena z drugimi vidiki tržnega komuniciranja.

Neposredno trženje

Neposredno trženje združuje prvine oglaševanja, pospeševanja prodaje in osebne prodaje. Pri potrošnikih skuša ustvariti prepoznavnost in zanimanje za izdelek ter spodbuditi nakup brez posrednika. Blago in storitve naj bi se gibale od proizvajalcev neposredno k porabnikom. Čeprav je neposredno trženje zadnja leta v razcvetu, mu velika večina podjetij še vedno pripisuje manjšo vlogo v tržnokomunikacijskem spletu (Kotler 1998, 654). Splošne knjižnice s svojimi ciljnimi skupinami neposredno komunicirajo tako, da jim pošiljajo vabila na prireditve, odprtja, obletnice, jih kličejo po telefonu ali pa jih osebno seznanjajo z dogodki v knjižnici in vabijo na prireditve.

Princip neposrednega trženja je tudi izposoja knjig po pošti, ki je pri nas še precej neizrabljena možnost. Primerna je zlasti za knjižnice, ki delujejo na ozemljih z veliko razpršenostjo prebivalstva po manjših zaselkih in vaseh, in ki ne premorejo bibliobusa, s katerim bi te kraje obiskale. Eden izmed temeljnih pogojev za takšen način poslovanja je izdelava katalogov gradiva, prek katerih si knjižnično ponudbo lahko ogledajo tudi tisti, ki zaradi bolezni, oslabeledosti ali drugih ovir ne morejo v knjižnico in doma nimajo interneta (zlasti prebivalci teh manjših, razpršenih zaselkov). Izdelava kakovostnih katalogov zahteva dobro poznavanje gradiva, ki ga knjižnica hrani. Biti morajo zanimivi, vabljivi in visoko opisni. Takšne kataloge bi potem lahko uporabljali tudi

obiskovalci v knjižničnih prostorih, saj bi jih seznanjali s knjižničnimi novostmi in jim olajšali odločitev o izbiri gradiva (Eržen 2000, 90-99).

3.3.3.5 Ljudje

Zaposleni lahko odločilno vplivajo na imidž podjetja. Še posebej pomembno vlogo igrajo v storitvenih organizacijah, kjer ni oprijemljivega izdelka. Potrošniki si namreč ustvarijo mnenje o organizaciji na osnovi vedenja in ustrežljivosti zaposlenih. Zato je zelo pomembno, da se le-ti vedejo profesionalno, so urejeni, prijazni in ustrezno znanstveno podkovani.

Zaposleni v storitvenem podjetju imajo različne vloge pri kontaktiranju porabnikov in doseganju trženjskih ciljev. Glede na pogostost komuniciranja s porabniki in na raven, do katere so vključeni v trženjske aktivnosti, jih delimo v štiri skupine (Potočnik 2000, 150):

- kontaktno osebje (contactors),
- pomožno osebje (modifiers),
- vplivneži (influencers)
- in drugi zaposleni (isolateds).

Kontaktno osebje so tisti zaposleni, ki imajo pogoste ali stalne stike s porabniki in so neposredno vključeni v vse trženjske aktivnosti. Pomembno je, da so usposobljeni, motivirani in pripravljeni na vsakodnevne kontakte s strankami. *Pomožno osebje* so zaposleni v recepcijskih službah, svetovalnih ali kreditnih oddelkih, usmerjevalci strank itd. To je osebje, ki ne opravlja trženjskih aktivnosti, ima pa pogoste ali stalne stike s strankami, zato se mora takoj oz. pravočasno odzivati na njihova vprašanja. Zaposlene, ki so vključeni v izvajanje trženjskega spleta, a nimajo stikov s strankami, imenujemo *vplivneži*. Njihovo delo obsega razvijanje novih storitev, organiziranje storitvenega procesa, tržno raziskovanje, reševanje pritožb itd. *Drugi zaposleni* pa izvajajo različne podporne funkcije, s strankami nimajo stikov in niso vključeni v trženjske aktivnosti. Sem sodijo zaposleni v nabavi, računovodstvu, računalniški obdelavi podatkov itd. Njihova funkcija se morda zdi manjšega pomena, vendar je uspešnost storitvenega

podjetja v precejšnji meri odvisna prav od učinkovitosti njihovih podpornih dejavnosti (Potočnik 2000, 150).

3.3.3.6 Fizična podpora storitvi

Fizično podporo storitvi sestavljajo fizično okolje (zgradbe in prostori), sredstva (stroji in naprave) ter fizični dokazi storitve (prospekti, katalogi, reklamni predmeti, spominki itd.) Porabniki storitve se za njen nakup pogosto odločijo prav zaradi fizičnega okolja in tehnološke podpore njenemu izvajanju. »Fizično okolje je kritični dejavnik usmerjanja porabnikov v nakupnem procesu, saj omogoča, da se počutijo udobno in da zaupajo storitvenemu podjetju« (Potočnik 2000, 154).

3.3.3.7 Storitveni proces

Proces nastajanja in izvedbe storitev je pomemben element trženjskega spleta, saj ga uporabniki pogosto zaznajo kot del storitev samih. Njegov kritični dejavnik so izvajalci, saj nezadovoljivo izvajanje storitve porabnike hitro »prežene« h konkurentom (Potočnik 2000, 152). Storitvena podjetja morajo biti tudi v stalnem stiku s svojimi uporabniki. Le-ti imajo različne osebnostne lastnosti, potrebe in želje, zato morajo podjetja za ustrezno oblikovanje storitev natančno raziskati njihove motive in osebnostne lastnosti. Le tako se med izvajalci in porabniki lahko razvije odnos, ki obe strani zbližuje in ustvarja trajno zaupanje (Mohar 2004, 12).

3.4 Uporabniki splošnih knjižnic

3.4.1 Opredelitev pojmov uporabnik, član in obiskovalec

Preden nadaljujemo z razpravo o knjižničnih uporabnikih, je smiselno opredeliti osnovne pojme in razločiti med izrazi uporabnik, član in obiskovalec.

Uporabnik knjižnice je vsakdo, ki aktivno uporablja katerokoli knjižnično storitev, pa naj gre za izposojanje gradiva, fotokopiranje, brskanje po internetu ali branje periodičnega tiska v knjižničnih prostorih. *Obiskovalec* je neke vrste pasivni uporabnik,

ki obišče katero izmed enot, ki tvorijo knjižnično mrežo. Od uporabnika ga loči aktivnost uporabe posameznih storitev. Nekdo, ki v matično ali potujočo knjižnico vstopi, ki si ogleda njeno spletno stran na internetu ali se udeleži dogodka, ki ga knjižnica prireja, je njen obiskovalec. Če pa si želi gradivo izposoditi ali ga podaljšati, rezervirati prek interneta, pa se mora v organizacijo včlaniti. Tako postane ne le njen uporabnik ampak tudi *član*. Član je posameznik, ki knjižnici zaupa osebne podatke in plača članarino, knjižnica pa ga vpiše v elektronsko bazo in mu izda člansko izkaznico. Uporabnik s tem pridobi pravico, da si gradivo za določen čas tudi izposodi.

3.4.2 Lokalna skupnost

Pojem skupnosti se na najsplošnejši ravni nanaša na niz družbenih odnosov, ki temeljijo na nečem, kar imajo udeleženci skupnega, navadno skupni smisel za identiteto ali pripadnost. Ločimo tri oblike organiziranja skupnosti. Prva oblika nastaja v okviru skupnega interesa ljudi. V tem primeru govorimo o akademskih skupnostih, v katerih se srečujejo ljudje s podobnimi mislimi in željami. Drugi pomen se nanaša na povezovanje ljudi zaradi raznovrstnih pobud. To so organizacije prostovoljnega interesnega združenja, kot so politične stranke, sindikati, društva in ustanove. Zanje zakon predvideva oblike, pogoje in postopek organiziranja. Tretji tip skupnosti pa je lokalna skupnost, ki je notranje najbolj raznolika, osnovni kriterij povezovanja je geografska bližina (Mesec 2008, 7-8). Takšne skupnosti skoraj ni več mogoče imenovati skupnost. »Lahko jo opredelimo že kot družbo, zlasti tam, kjer njeni posamezniki nimajo pristnih prijateljskih odnosov in njena lastnost ni več povezanost, temveč ločenost, saj ljudje v njej nimajo skupnih želja in ciljev. Prisiljeni so živeti v soseski, to pa je tudi njihova edina vez« (Mesec 2008, 13-14). Ljudje torej spadajo v neko lokalno skupnost ne glede na odnose, ki jih gojijo med sabo.

Knjižnice imajo po Manifestu o splošnih knjižnicah (Unesco 1994) obveznost do celotne lokalne skupnosti, ne glede na posamezne demografske in psihografske značilnosti. Storitve morajo biti na voljo uporabnikom po načelu enakega dostopa vsakomur ne glede na starost, raso, spol, vero, narodno pripadnost, jezik ali socialni položaj. Knjižnica se mora odzivati na potrebe okolja in spremljati, kaj se dogaja z njenimi uporabniki. Če želi spremljati potrebe in zahteve uporabnikov, pa mora najprej

ugotoviti, kdo ti uporabniki sploh so, katere skupine med njimi prevladujejo, katere skupine številčno naraščajo in katere se zmanjšujejo (Trobec 2002, 60).

2.4.3 Merjenje uporabnikovega zadovoljstva

Za neprofitne organizacije ni evalvacija nič manj pomembna kot za profitne. Razlika je le v tem, da evalvacija neprofitnih organizacij ne more potekati prek trga, saj ga v tem sektorju praviloma ne poznamo. »Trženje se začne s prepoznavanjem potreb ciljnih skupin uporabnikov, konča pa se z ugotavljanjem, kakšna je stopnja zadovoljitve njihovih potreb. To je namreč poslanstvo nevladne organizacije, po kateri presoja uspešnost svojega delovanja« (Mesec 2008, 44). Neprofitna organizacija mora v skladu s svojim dolgoročnim poslanstvom sama določiti kriterije, po katerih bo presojala svojo uspešnost. Le-ta je v veliki meri odvisna od uporabnikovih zaznav kakovosti izvedenih storitev. Organizacija uspešnost običajno meri tako, da uporabnike pozove, naj ocenijo svoje zadovoljstvo z njo. »Uspešnost lahko izrazimo s povprečno oceno, lahko pa tudi z napredovanjem glede na pretekla obdobja ali v primerjavi z ostalimi organizacijami na tem področju« (Jelovec v Mesec 2008, 41).

Kotler (1982, 66) zadovoljstvo opredeljuje kot izkušnjo posameznika s storitvijo ali izdelkom, ki je posledica primerjave med zaznanim delovanjem izdelka in osebnimi pričakovanji. Posameznik izkusi eno od treh stopenj zadovoljstva. Če storitev preseže njegova pričakovanja, je zelo zadovoljen, če se ujema s pričakovanji, je zadovoljen, če pa je izvedba storitve pod pričakovanji, se v njem vzbudi nezadovoljstvo.

Zadovoljstvo potrošnikov pa je, kljub njegovi osrednji vlogi, težko merljivo. Merimo ga lahko posredno, prek spremljanja in beleženja prodaj, dobička in pritožb, ali pa neposredno, prek intervjujev in vprašalnikov za uporabnike (Hoffman in drugi 1997, 273). Organizacije se poslužujejo najrazličnejših metod, od sistema pritožb in predlogov do potrošniških panelov, od prodajnih metod do periodičnih raziskav potrošnikovega zadovoljstva (Kotler 1982, 66-69):

- Prodajne metode se osredotočajo na rast prodaje, tržni delež in ponovne nakupe. Če ti elementi rastejo, organizacija predvideva, da so potrošniki z njo

zadovoljni. Za neprofitne organizacije, katerih temeljni cilj ni stremenje k dobičku, ta metoda ni primerna.

- Pri potrošniških panelih gre za manjše vzorčne skupine potrošnikov, ki občasno sodelujejo v razpravi in organizaciji posredujejo svoja mnenja in občutke glede storitev in poslovanja organizacije. Pomanjkljivost te metode je, da se nezadovoljne stranke le redko udeležijo diskusij in s tem organizacijo prikrajšajo za dragocene informacije. V diskusiji pogosto sodelujejo potrošniki, ki so organizaciji lojalni in zato manj verjetno vidijo njene napake.
- Tretji možni način merjenja zadovoljstva je sistem pritožb in predlogov. Organizacija, ki potrošnikom omogoči, da izrazijo svoje občutke in izkušnje s storitvami (in izdelki), ima jasnejšo sliko in boljšo predstavo o tem, kako deluje navzven, kaj je treba popraviti in kaj ohraniti, kaj pri njenem poslovanju je dobro in kaj slabo. V ta namen organizacija lahko uporabi knjigo pritožb, skrinjico predlogov itd. S tem pa si ne pridobi popolne slike o zadovoljstvu, saj se povprečno pritoži manj kot pet odstotkov uporabnikov. Večina nezadovoljnih uporabnikov preneha obiskovati knjižnico, ne da bi se pritožila.
- Mnoge organizacije dopolnijo zgornje metode z direktnimi periodičnimi raziskavami potrošnikovega zadovoljstva. Naključnemu vzorcu potrošnikov pošljejo vprašalnik ali pa jih pokličejo po telefonu in jih vprašajo, kaj jim je oz. ni všeč pri procesiranju njihovih storitev.

Zadovoljstvo uporabnikov je za organizacijo pomembno, saj se zadovoljni uporabniki v organizacijo radi vračajo, ohranjanje obstoječih uporabnikov pa je veliko cenejše od privabljanja novih. Uporabniki torej usodno vplivajo na preživetje in razvoj organizacije, zato mora le-ta spremljati in upoštevati njihove zaznave in pričakovanja.

3.4.4 Kako uporabnika zadržati

Vesna Trobec (2002, 63) navaja štiri možne načine, kako uporabnika knjižnice zadržati oz. ga pritegniti, da bo še naprej uporabljal njene storitve. Kot že omenjeno naj bi bila ključna velika mera *zadovoljstva*, ki mu jo mora knjižnica nuditi. To doseže tako, da se uporabniku približa in skuša čim več izvedeti o njegovih osebnih željah in potrebah.

Drugi pomembni element je *prostor* – geografska lokacija, dostopnost prek telekomunikacijskega omrežja, kdaj je knjižnica odprta itd. Prostor mora biti do uporabnika prijazen, ustvarjena mora biti prijetna atmosfera, pomembno vlogo pa igra tudi knjižnična mreža enot, ki jo poleg matične knjižnice lahko tvorijo še bibliobus, manjše podružnice, internetna domača stran itd.

Pod tretjo točko Trobec navaja *ceno*. Nekatere knjižnice se odločijo za opustitev članarin, s čimer se število članstva ponavadi poveča. Se pa s tem izgubi eden izmed pomembnih prilivov finančnih sredstev, kar lahko knjižnico, če finančno ni dovolj močna, omeji in prisili, da skrči svojo ponudbo. Posebnim skupinam uporabnikov (otrokom, nezaposlenim, upokojencem) se lahko ponudi nižjo članarino ali brezplačno uporabo storitev, kot so fotokopiranje, uporaba interneta itd.

Pomemben element pri strategiji zadrževanja uporabnikov so tudi *nove knjižnične dejavnosti* - inovativen pristop, nenehne izboljšave, ki vlivajo na sloves organizacije. Organizacija se mora vprašati, kaj njeno dejavnost naredi drugačno, enkratno in zanimivo za uporabnika. Ali je to lokacija, ureditev prostora, tehnološka opremljenost, različne prireditve? Pomembni sta fleksibilnost in odzivnost organizacije, da spremlja trende in dražljaje iz okolja ter jim svojo ponudbo pravočasno prilagodi.

3.5 Knjižnica dr. Toneta Pretnarja

3.5.1 Kratka zgodovina

Začetki knjižnične dejavnosti v Trziču segajo v leto 1863, ko je kaplan Jurij Drnovšek ustanovil prvo knjižnico s slovenskimi knjigami na tem področju. Ljudska knjižnica je vse do leta 1961 delala pod okriljem Delavsko posvetnega društva Svoboda. Junija 1961 je Občinski ljudski odbor Trzič ustanovil Občinsko ljudsko knjižnico Trzič in z aktom o ustanovitvi določil njene naloge. Leta 1965 je bila imenovana za matično knjižnico. Aprila 1974 je skupščina občine Trzič izdala odločbo, s katero je bil ustanovljen Zavod za kulturo in izobraževanje Trzič, ki je združil Delavsko univerzo, Tržiški muzej in Občinsko ljudsko knjižnico v eno delovno organizacijo. Leta 1993 se je Tržiška

knjižnica preimenovala v Knjižnico dr. Toneta Pretnarja (KdrTP) in od marca 2000 deluje kot samostojni javni zavod (Knjižnica dr. Toneta Pretnarja 2004).

3.5.2 Poslanstvo in naloge knjižnice

Poslanstvo knjižnice je opredeljeno v 3. členu Odloka o ustanovitvi javnega zavoda Knjižnica dr. Toneta Pretnarja:

Poslanstvo zavoda je trajno in nemoteno izvajanje knjižnične dejavnosti kot javne službe na območju občine Trzič. Zavod opravlja dejavnost osrednje splošne knjižnice, ki je z zakonom opredeljena kot javna služba. Trajno in nemoteno opravljanje te dejavnosti je v javnem interesu, ki ga v okviru svojih funkcij zagotavlja Občina Trzič. Zavod deluje v okviru enotnega knjižnično informacijskega sistema Republike Slovenije kot javni zavod za območje občine Trziču.

Osnovna naloga KdrTP kot splošne knjižnice je, da zbira, hrani, obdeluje in daje na razpolago knjižnično gradivo, organizira kulturne prireditve za mlade in odrasle uporabnike knjižnice ter izvaja bibliopedagoško dejavnost. Namenjena je splošnemu izobraževanju, informiranju, razširjanju znanstvenih spoznanj, kulturni vzgoji in delovanju ter zadovoljevanju kulturnih potreb občanov (Knjižnica dr. Toneta Pretnarja 2004).

3.5.3 Financiranje

Redni letni nakup gradiva v knjižnici se izvaja prek javnega razpisa, ki ga objavi Ministrstvo za kulturo. Na podlagi priloženih statistik za prejšnje leto, ki zajemajo podatke o številu uporabnikov, izposoji gradiva, pravilnem razmerju nakupa med gradivom za odrasle in otroke, pravilnem razmerju med stroko in leposlovjem, zadostni količini neknjižnega in elektronskega gradiva itd., Ministrstvo za kulturo odobri višino sredstev, ki jih bo knjižnici namenilo za nakup gradiva v prihodnjem letu. Ustanoviteljica knjižnice, Občina Trzič, pa mora že prej dati pisno soglasje, da bo financirala nakup gradiva v enakem razmerju kot država. Na enak način (prek javnega

razpisa) knjižnica pridobiva oz. obnavlja svojo informacijsko tehnologijo. Od popolnosti poslane razpisne dokumentacije je odvisno, koliko sredstev bo odobrenih s strani ministrstva. Spet mora občina sodelovati s predpisanim vložkom. Da ne pride do zastaranja tehnologije, mora knjižnica vsako leto obnoviti vsaj dva računalnika z vso pripadajočo opremo (tiskalniki, skenerji, zunanji diski ...) (Knjižnica dr. Toneta Pretnarja 2004).

Knjižnica je v pridobivanju lastnih sredstev omejena z zakonodajo, ker mora večino storitev uporabniku nuditi brezplačno. Storitve, ki jih zaračuna, so članarine, zamudnine, opomini, medknjižnična izposoja, fotokopiranje, poškodovane škatlice za CD, DVD, avdio ali video kasete in počitniške delavnice. Otroci do 18. leta se lahko včlanijo brezplačno, ostali člani pa morajo plačati članarino (v letu 2010 je znašala 14,58 evra). Večji del lastnih sredstev knjižnica pridobi prav iz članarin in zamudnin. Ta sredstva so zelo pomembna, saj z njimi pokriva osnovne materialne potrebe, od nakupa papirja, kartuš, vzdrževanja kopirnega stroja, do prireditev za otroke in odrasle, materiala za delavnice in okraševanje knjižničnih prostorov, novih polic itd. (Knjižnica dr. Toneta Pretnarja 2004).

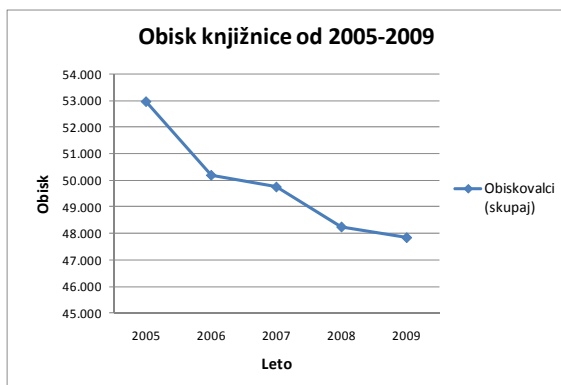
4 Ugotavljanje dejavnikov sprememb v KdrTP

4.1 Analiza uporabnikov, obiska in izposoje v KdrTP v zadnjih petih letih

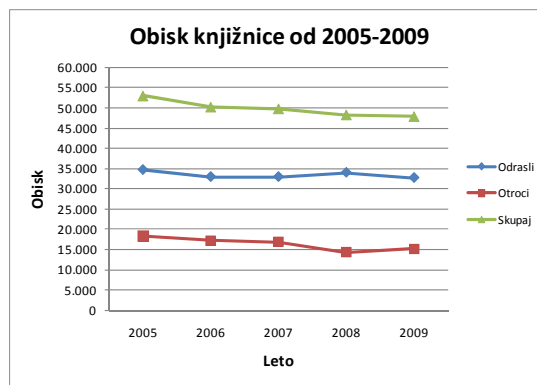
Število članov, izposoja gradiva in obisk knjižnice v KdrTP upadajo. V nadaljevanju nas bodo zanimali vzroki tega upada, zato bomo najprej napravili podrobnejšo analizo stanja v organizaciji za razdobje petih let (2005 – 2009) in poskusili ugotoviti, kdo so najbolj kritične skupine (ne)uporabnikov, katerih knjižničnih storitev se poslužujejo v enaki ali večji meri ter katere dejavnosti opuščajo. Podatke za analizo bomo črpali iz letnih delovnih poročil knjižnice med leti 2005 in 2009, pridobljenih s strani vodstva.

4.1.1 Analiza obiska KdrTP :

Graf 4.1: Celoten obisk knjižnice

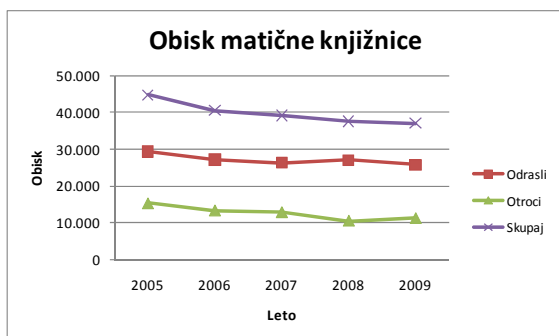


Graf 4.2: Obisk knjižnice (starostne skupine)

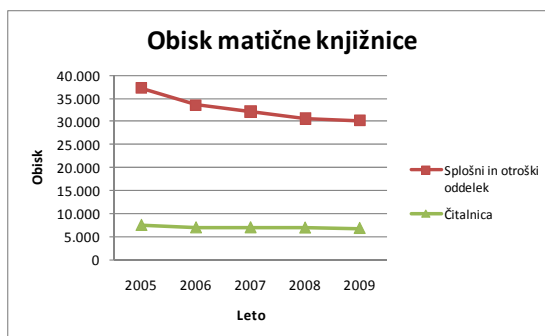


Obisk knjižnice v preučevanih petih letih konstantno upada. V primerjavi z letom 2005 se je leta 2009 zmanjšal za 10 % (Graf 4.1). Med odraslimi se je zmanjšal za 6 %, izrazitejši padec pa zaznamo pri otrocih, katerih obisk je leta 2009 v primerjavi z letom 2005 padel za 17 %, leto prej celo za 22 % (Graf 4.2). Kategorija obisk poleg obiska matične knjižnice zajema še obisk izposojevališča v Bistrici, potujoče knjižnice, obknjižničnih dejavnosti, medknjižnično izposajo, in dostopanje do knjižnice prek spletnih strani. Zanimalo nas je, obisk katerih področij najbolj upada.

Graf 4.3: Obisk matične knjižnice (starostne skupine)

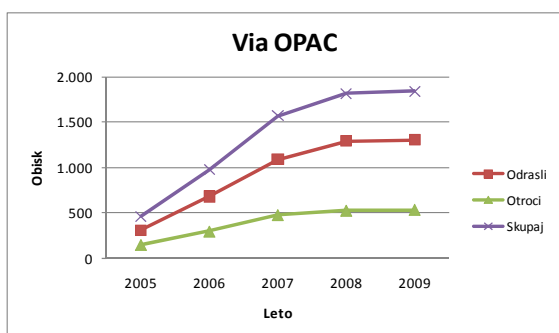


Graf 4.4: Obisk posameznih oddelkov matične knjižnice

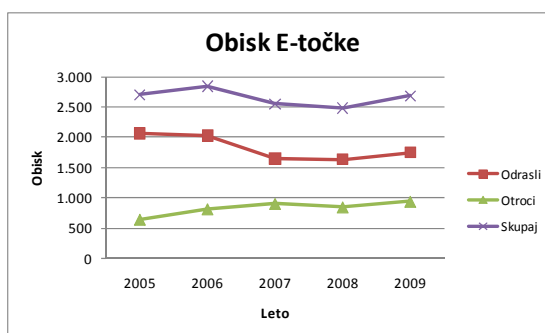


Obisk matične knjižnice se konstantno zmanjšuje, od leta 2005 je upadel za 17 %. Za 12 % se je zmanjšal delež odraslih obiskovalcev, delež otrok za 27 % (Graf 4.3). Matično knjižnico poleg splošnega in otroškega oddelka tvori tudi čitalnica. Iz grafa 4.4 je razvidno, da se v obdobju preučevanih let zmanjšuje obisk obeh. Obisk čitalnice se je zmanjšal za 8 %, obisk splošnega in otroškega oddelka za 19 %.

Graf 4.5: Obisk knjižnice prek spleta

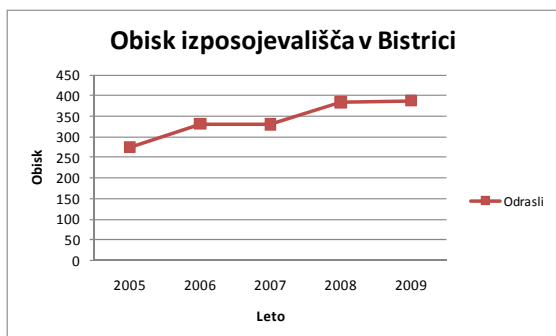


Graf 4.6: Uporaba računalnika v knjižničnih prostorih

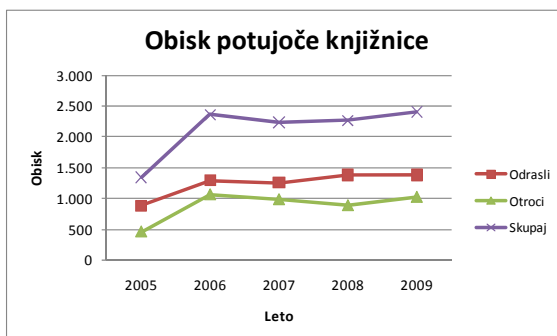


Najizraziteje se je povečal obisk knjižnice prek spleta. Graf 4.5 prikazuje iskanje, rezerviranje in podaljševanje gradiva prek spletnega brskalnika Cobiss. Tovrstne dejavnosti so se v obdobju zadnjih petih let štirikratno povečale. Uporaba računalnika v knjižničnih prostorih (Graf 4.6) med otroki narašča, od leta 2005 se je povečala za 46 %, med odraslimi pa se je v letu 2007 zmanjšala za 20 %. V zadnjih dveh letih se sicer povečuje, vendar je še vedno za 15 % manjša kot je bila leta 2005.

Graf 4.7: Obisk izposojevališča v Bistrici

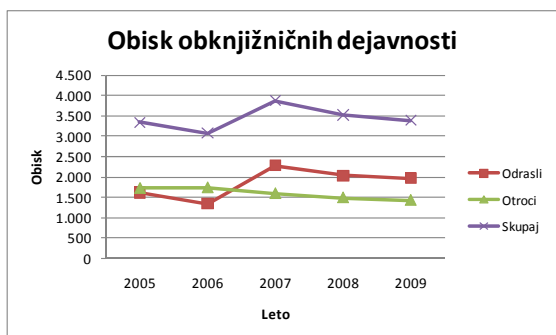


Graf 4.8: Obisk potujoče knjižnice



Obisk izposojevališča v domu starejših občanov v Bistrici (Dom Petra Uzarja) v zadnjih petih letih konstantno narašča, od leta 2005 se je povečal za 41 % (Graf 4.7). Prav tako se povečuje obisk potujoče knjižnice (Graf 4.8). V letu 2006 se je povečal za 75%, vendar ti podatki niso povsem primerljivi, ker je v prvi polovici leta 2005 bibliobus obiskoval postajališča enkrat mesečno, v letu 2006 pa dvakrat. Od leta 2006 obisk potujoče knjižnice med otroki upada, v letu 2009 pa se ponovno poveča in znaša le 2 % manj kot v letu 2006.

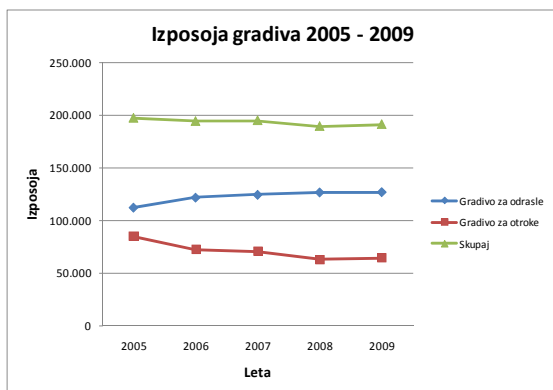
Graf 4.9: Obisk obknjižničnih dejavnosti



Graf 4.9 prikazuje obisk obknjižničnih dejavnosti. Obisk odraslih se je v letu 2006 nekoliko zmanjšal, v letu 2007 močno povečal (v primerjavi s predhodnim letom za 70 %), od leta 2007 pa konstantno upada. V omenjenih petih letih se obknjižničnih dejavnosti udeležuje tudi vse manj otrok, njihov obisk je v letu 2009 za 17 % manjši kot v letu 2005.

4.1.2 Analiza izposoje gradiva v KdrTP:

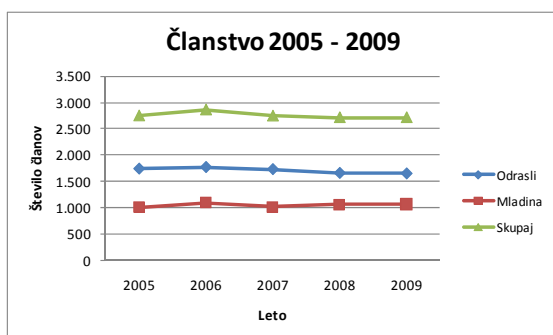
Graf 4.10: Izposoja gradiva



Iz Grafa 4.10 je razvidno, da je izposoja gradiva v KdrTP v obdobju zadnjih petih let upadla. V primerjavi z letom 2005 se je v letu 2009 zmanjšala za 3 %. Izposoja gradiva za odrasle se je povečala za 11 %, izposoja gradiva za otroke pa se je zmanjšala skoraj za četrtno.

4.1.3 Analiza članstva v KdrTP

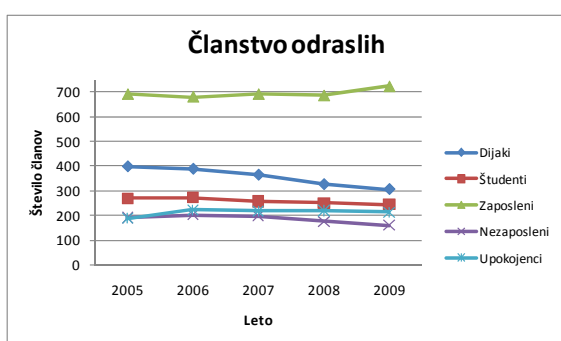
Graf 4.11: Članstvo v KdrTP



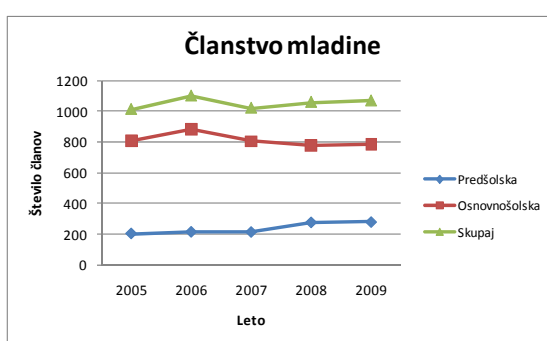
Število članov (Graf 4.11) v KdrTP upada. Leta 2006 se je sicer povečalo za 4 %, v vseh naslednjih letih pa se zmanjšuje. Število mladih članov v zadnjih treh letih rahlo narašča, zmanjšuje pa se število odraslih članov. V letu 2009 je za 5 % manjše kot v letu 2005. V kategorijo odraslih članov sodijo dijaki, študenti, zaposleni, nezaposleni in upokojenci, v kategorijo mladih pa osnovnošolski in predšolski otroci. Iz Grafa 4.12, ki

prikazuje članstvo odraslih, je možno zaznati porast članov le med zaposlenimi. Njihovo število se je v petih letih povečalo za 5 %. Število upokojencev po 17 % povečanju v letu 2006 stagnira, vse ostale skupine pa se številčno zmanjšujejo. Najstrmejši padec članstva zaznamo med dijaki, njihovo število je v leti 2009 za 23 % manjše kot v letu 2005. Med otroki (Graf 4.13) se povečuje članstvo predšolskih otrok, v zadnjih petih letih se je povečalo za 37 %. Število osnovnošolskih otrok pa se je, z vmesnim porastom v letu 2006 in padcem v 2007, od leta 2005 zmanjšalo za 3 %.

Graf 4.12: Članstvo odraslih

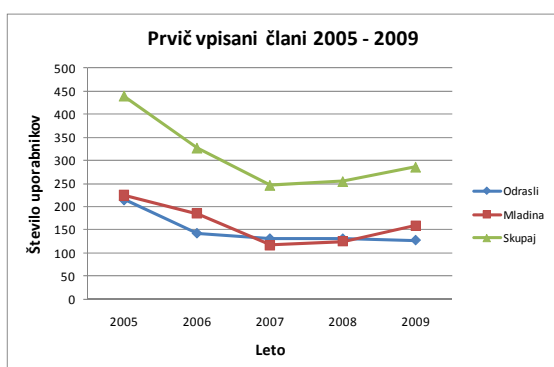


Graf 4.13: Članstvo mladine



V obdobju zadnjih petih let je možno zaznati trend upada novovpisanih članov (Graf 4.14). V primerjavi z letom 2005 se je delež prvič vpisanih v letu 2009 zmanjšal za 39 %. Od leta 2007 delež novih članov med mladimi sicer narašča, vendar je v primerjavi z letom 2005 še vedno nižji za več kot 30 %. Delež novo vpisanih odraslih članov konstantno upada, leta 2009 je 41 % manjši kot v letu 2005.

Graf 4.14: Prvič vpisani člani



4.1.4 Povzetek analize:

Z analizami smo osvetlili trende, ki zmanjšujejo uspešnost organizacije. Kot vidimo, so najbolj kritična skupina otroci. V zadnjih petih letih se je izposoja gradiva zanje zmanjšala skoraj za četrtno. Močno se je zmanjšal tudi njihov obisk čitalnice, otroškega oddelka ter obknjižničnih dejavnosti. Pri tem je zanimivo, da se njihovo članstvo povečuje, pri predšolskih otrocih je naraslo več kot za tretjino. Povečala se je tudi uporaba računalnikov v knjižničnih prostorih. Obisk matične knjižnice in obknjižničnih dejavnosti med odraslimi je upadel, po drugi strani pa je močno narasel obisk potujoče knjižnice in spletnega brskalnika Cobiss. Izposoja gradiva zanje se v zadnjih petih letih povečuje, število članov pa upada. Najbolj problematične skupine so dijaki, študenti in nezaposleni, pri katerih je padec članstva najizrazitejši.

4.2 Potek raziskovanja

Sprašujemo se, kje so vzroki za tako stanje. Kaj je tisto, kar ljudi odvrača od obiskovanja knjižnice ali pa jih vsaj ne pritegne dovolj, da bi jo obiskali.

V prvem delu raziskav se bomo osredotočili na poslovanje organizacije in preučili dejavnike, na katere ima sama dokaj velik vpliv. Preučili bomo njeno notranje okolje, prednosti in slabosti na področju kadrov, stanja opreme, uporabe tehnologije, lokacije itd. Ugotavljali bomo, v kolikšni meri trženjski splet storitev KdrTP izpolnjuje zahteve pravilnikov in standardov za splošne knjižnice. Preučili bomo tudi, ali ima organizacija o svojih uporabnikih realno sliko, ali si na eno člansko izkaznico knjižnično gradivo izposoja več oseb?

V drugem delu raziskav pa bomo problematiko osvetlili iz širšega zornega kota ter preučili dejavnike okolja, v katerem se organizacija nahaja, in bi tudi lahko bili vzrok stanja, ki nam ga prikazujejo zgornje analize. Zanimala nas bosta odnos do knjig in bralna kultura v Sloveniji. Kdo ali kaj so glavni konkurenti knjigam in knjižnicam ter kako to vpliva na vlogo knjižnice v današnjem času? Odgovore na ta vprašanja bomo iskali v literaturi in razmišljanjih strokovnjakov, ki se ukvarjajo s knjigo in branjem. Preverili bomo, če se je morda spremenila demografija kraja, ali je kakšna skupina

prebivalcev v izrazitem porastu ali upadanju. Nato pa bomo k problemu pristopili tudi kvalitativno - potrebe, želje in nesoglasja uporabnikov bomo odkrivali s pomočjo fokusne skupine.

4.3 Analiza notranjega okolja KdrTP

4.3.1 Analiza trženjskega spleta KdrTP

Za začetek bomo torej preučili, kaj KdrTP svojim uporabnikom ponuja. Naredili bomo kratek pregled trženjskega spleta: storitev, števila in kvalificiranosti zaposlenih, opreme prostora itd. ter ga ocenili z vidika standardov in priporočil za splošne knjižnice.

4.3.1.1 Analiza knjižničnega gradiva in storitev

Knjižnični fond KdrTP obsega knjižno, neknjižno in avdiovizualno gradivo. Knjižno gradivo tvorijo monografske in serijske publikacije, od knjig, brošur, časnikov, časopisov, almanahov, koledarjev, zbornikov do diplomskih del. Neknjižno gradivo so vsa kartografska in slikovna gradiva, rokopisno gradivo, glasbeni in drobni tiski, med avdiovizualno gradivo pa uvrščamo gramofonske plošče, zvočne kasete, CD in DVD rome ter videokasete. Poleg tega je v KdrTP možno dostopati do elektronskih baz strokovnih virov (IUS INFO, Tax-fin-lex), otroci pa imajo na voljo uporabo igrač. Leta 2005 je bila izvedena prva popolna inventura, pred katero je bilo vse gradivo obdelano in opremljeno s črtno kodo.

Splošna knjižnica ima po 11. členu Pravilnika o pogojih za izvajanje knjižnične dejavnosti kot javne službe ustrezen obseg gradiva, »če ima v osrednji, krajevnih in potujočih knjižnicah skupaj najmanj 3,7 enote gradiva na prebivalca svojega območja in v okviru tega najmanj 0,3 enote neknjižnega gradiva na prebivalca«. KdrTP je v letu 2009 zabeležila 67.587 enot gradiva, od tega 62.647 enot knjižnega in 4.940 enot neknjižnega. Glede na to, da je po podatkih Statističnega urada RS v občini Trzič v tem letu živelo 15.386 ljudi, je obseg zaloge knjižničnega gradiva ustrezen, ustrezno pa je tudi razmerje med knjižnim in neknjižnim gradivom.

KdrTP svojim uporabnikom poleg široke ponudbe knjižnega in neknjižnega gradiva nudi tudi mentorsko delo pri izdelavi seminarских in diplomskih nalog ter usposabljanje za uporabo informacijske tehnologije. Sodeluje z drugimi knjižnicami po Sloveniji, z založbami, s šolami, vrtci, društvi in Centrom za socialno delo. Za odrasle prireja literarna srečanja, predstavitve knjig in razstave, za otroke pa bibliopedagoške dejavnosti, kot so ure pravljic, razred na obisku, počitniške delavnice, knjižne uganke in kvizi, literarno umetnostne delavnice itd. V knjižnici je možna uporaba igrač, računalnikov in fotokopirnih storitev.

4.3.1.2 Analiza tržne komunikacije

KdrTP prebivalce lokalne skupnosti o delu in položaju knjižnice informira prek medijev, prireditve in akcije najavlja v Gorenjskem glasu, Delu, Dnevniku, na gorenjskih lokalnih radijskih postajah, radiu Slovenija in na kabelski TV. Na radiu Gorenc objavlja odlomke iz proze in poezije (S knjigo pod pazduho), časopis Tržičan pa vsak mesec objavi rubriko Priporočamo v branje, kjer knjižnica javnosti informira o knjižnih novostih. Zaposleni skrbijo za tekoče ažuriranje domače strani na internetu in pripravljajo tematske razstave v vitrini pred vhodom v knjižnico. Knjižnica svoje člane na prireditve vabi tudi prek elektronske pošte, na vabilih in plakatih je obvezna uporaba logotipa.

4.3.1.3 Analiza distribucije storitev

»Kadar so na območju splošne knjižnice naselja oziroma območja naseljena tako, da tvorijo zaključeno celoto z več kot 1500 prebivalci, ki so več kot 4 km oddaljena od osrednje knjižnice, mora knjižnica organizirati izposojevališča oziroma krajevne knjižnice, ter postajališča potujoče knjižnice za naselja z manjšim številom prebivalcev« (Ur. l. RS 73/2003, 17. člen).

Ker KdrTP upošteva Pravilnik, njeno knjižnično mrežo poleg matične knjižnice, ki je locirana v centru Tržiča, tvorita še potujoča knjižnica (mini bibliobus) in pomična knjižna zbirka v domu starejših občanov v Bistrici (Dom Petra Uzarja). Povezana je v enoten knjižnično informacijski sistem – je članica Cobiss-a, kar ji omogoča, da

posreduje informacije iz lastnega fonda in obenem informacije o dostopnosti gradiva v vseh slovenskih knjižnicah. Razvito ima tudi medknjižnično izposajo, s katero svojim bralcem priskrbi gradiva, ki jih sama nima, iz drugih knjižnic.

Uredba o osnovnih storitvah knjižnic (Ur. l. RS 29/2003, 13. člen) predpisuje minimalni obratovalni čas za splošne knjižnice: 8 ur dnevno, 5 dni v tednu in ob sobotah 5 ur. Bibliobus naj bi opravil en obisk strnjenih naselij dvakrat mesečno. KdrTP je za uporabnike med tednom odprta vsak dan od 10.00 do 18.00, ob sobotah pa od 8.00 do 13.00. Bibliobus v popoldanskem času dvakrat na mesec obiše 22 postajališč v 18 krajih.

4.3.1.4 Analiza fizičnih dokazov (prostora in opreme)

Kljub dobro razvejani mreži poslovalnic in elektronskemu dostopu pa knjižnico pesti prostorska stiska. Po 15. členu Pravilnika o pogojih za izvajanje knjižnične dejavnosti kot javne službe ima knjižnica ustrezne prostore, če razpolaga s prostorom v obsegu najmanj 300 m² na 10.000 prebivalcev v celotni mreži. Osrednja knjižnica KdrTP ne dosega minimalne potrebne kvadrature. Sedanja celotna površina s hodniki, upravnimi prostori in sanitarijami predstavlja 87 % predpisane. Površina, ki je namenjena postavitvi gradiva, izposoji in obdelavi pa 76 % potrebne kvadrature. Ob nalogah, ki jih knjižnicam nalaga zakon, bo nujna širitev knjižnice. Če bo ostala na sedanji lokaciji, ki glede umeščenosti v središče mesta ustreza merilom, bo potrebno izdelati načrt, ki bo upošteval standarde za splošne knjižnice v največji možni meri in se lotiti postopne adaptacije prostorov in širitve.

Po 15. in 16. členu Pravilnika mora imeti splošna knjižnica najmanj 2 čitalniška sedeža na 1000 prebivalcev in 0,25 računalniškega delovnega mesta za uporabnike na 1000 prebivalcev. Prav tako mora imeti tehnično in komunikacijsko opremo, ki omogoča strokovno delo zaposlenih in dostop uporabnikov do gradiva in informacij knjižnice (ustrezno opremljene računalnike za delovna mesta strokovnih in upravnih delavcev, telekomunikacijsko opremo, ki mora zagotavljati hkratno opravljanje vseh nalog knjižnice, telefone z ločenimi številkami za posredovanje informacij uporabnikom, tiskalnike za potrebe računalniške izposoje gradiva in potrebe uporabnikov, fotokopirne stroje ustreznih formatov in mikrofilmske čitalnike, avdio in video opremo itd.)

KdrTP ima štiri računalnike, ki so na voljo uporabnikom, 2 na e-točki, enega na otroškem oddelku in enega za mladino. V čitalnici za odrasle je 12 sedežev, v pionirskem oddelku pa 18, kar številčno izpolnjuje kvoto, predpisano v Pravilniku. V knjižnici so tudi fotokopirni stroj, dostop do brezžičnega interneta, projektor in platno ter radio s CD in kasetnim predvajnikom za ure pravljič. Ni pa televizorja, kjer bi si uporabniki lahko ogledali DVD-je ali videokasete, multimedijske sobe za poslušanje glasbe, mirne sobe za študiranje itd. Vzrok za to je predvsem prostorska stiska. Knjižnica sicer ima čitalnico za odrasle, vendar le-ta stoji tik ob izposojevalnem pultu, zato v njej ni tišine, potrebne za študiranje, prav tako v njej ni računalnikov. Knjižnica je torej pomanjkljivo opremljena za potrebe študentov, pa tudi mladine (osnovnošolcev višjih razredov in dijakov), saj je pionirski oddelek opremljen le z mizicami in stoli za najmlajše.

4.3.1.5 Analiza zaposlenih

V knjižnici je zaposlenih pet strokovnih delavcev (trije bibliotekarji, dva višja knjižničarja) in en knjižnični manipulant². Glede na Pravilnik o pogojih za izvajanje knjižnične dejavnosti kot javne službe (14. člen), ki zahteva pet strokovnih delavcev in enega knjižnega manipulanta na 10.000 prebivalcev (občina Tržič jih je v letu 2009 zabeležila 15.386) , je struktura zaposlenih v KdrTP neustrezna, njihovo število je premajhno. Kljub temu pa se knjižnica zaveda pomena strokovnosti in usposobljenosti svojega osebja, zato stalno skrbi za njihovo izobraževanje. Usposablja jih za delo s sistemom Cobiss, za bibliopedagoško delo z otroki in jih spodbuja k obiskovanju strokovnih predavanj, seminarjev in srečanj, strokovnih ekskurzij, sejmov in razstav.

4.3.2 Si na eno člansko izkaznico izposoja več ljudi?

Knjižničarji KdrTP opažajo, da si posamezniki na eno člansko izkaznico izposojajo zelo raznoliko gradivo, od romanov, znanstvene fantastike, strokovne literature z različnih področij, do slikanic in otroških videokaset. To nas privede k razmišljanju, kako realna je slika, ki jo ima organizacija o svojih uporabnikih. Koliko ljudi, ki niso člani

² Knjižnični manipulant je delavec (knjižničar), ki ima dokončano triletno srednjo šolo.

knjižnice, dejansko uporablja njene storitve? Kako jih spodbuditi, da jo začnejo obiskovati tudi sami in se vanjo včlanijo?

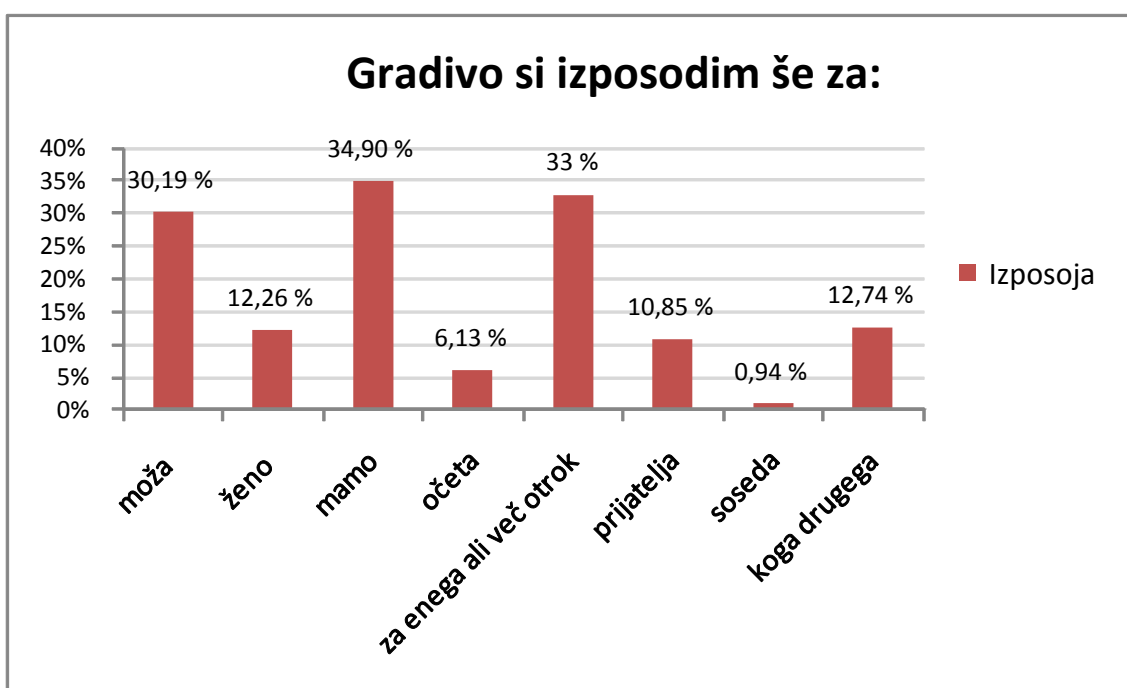
Med junijem in septembrom 2010 je knjižnica anketirala svoje uporabnike. Posameznike, ki so si prišli izposodit gradivo, je prosila, da izpolnijo anketni vprašalnik (Priloga A). Vprašalnik sta tvorili dve vprašanji. Prvo se je glasilo: »Ali si na svojo člansko izkaznico izposojate gradivo še za koga drugega?« drugo pa, za koga si še izposodijo gradivo (moža, ženo, mamo, očeta, prijatelja ...) Kljub temu da so bili odgovori uporabnikov, da si gradiva ne izposojajo le zase, pričakovani, pa so rezultati ankete presenetljivi. Od 360 vprašanih članov jih je le 33 % odgovorilo, da si na svojo izkaznico ne izposojajo gradiva za druge, 36 % si gradivo izposoja še za eno osebo, 14 % še za dve osebi, 9 % pa za več kot dve osebi. 8 % vprašalnikov je bilo neveljavnih, saj so anketiranci na prvo vprašanje odgovorili, da si gradiva ne izposojajo za nikogar drugega, pri drugem vprašanju pa so obkrožili osebe, za katere si poleg sebe še izposojajo gradivo.

To nas vodi k razmišljanju, ali je znesek članarin (14,58 evrov) previsok in se uporabniki knjižničnih storitev članstvu izogibajo iz ekonomskih razlogov. Zanimivo pa je, da si od 212 anketirancev, ki si gradiva ne izposojajo le zase, kar 33% gradivo izposoja tudi za otroke (Graf 4.15) in to kljub temu, da imajo otroci do 18. leta članstvo brezplačno. Knjižničarji v KdrTP svojim uporabnikom prigovarjajo, naj včlanijo vse svoje otroke, saj to ne povzroča nobenih denarnih stroškov, ima pa pozitiven vpliv na otroka in njegov odnos do knjižnice in knjig. Vendar rezultati ankete kažejo, da bo v bodoče v to potrebno vložiti še več naporov. Brezplačno članstvo je priložnost za oblikovanje zanimive dodane vrednosti, ki bo pritegnila otroke. Knjižnica lahko izdela posebne otroške izkaznice (npr. Moja prva članska izkaznica), albume, v katere si otrok ob obisku odtisne šampiljko ali prilepi nalepko, sezname, v katere se otrok vpisuje in po določenem številu obiskov prejme darilce ...

Največji odstotek uporabnikov pa si knjižnično gradivo izposoja za svojo mamo. Predpostavljamo, da to niso otroci, ki si gradivo izposojajo za svoje mamice, temveč večinoma odrasle osebe, ki si gradivo izposojajo za starejše gospe. Na tem mestu se porodi vprašanje, ali je knjižnica ustrezno urejena in omogoča dostop tudi ostarelim in/ali invalidnim osebam? Matična knjižnica KdrTP ima svoje prostore v 2. nadstropju,

do koder vodijo le stopnice, dvigala ni. Po vaseh vozi bibliobus, vendar tudi ta od posameznika terja, da obišče njegovo postajališče. Bi morala KdrTP razmisliti o uvedbi izposoje knjig po pošti, ali je razlog, da si člani gradivo izposojajo za svoje mame predvsem v priročnosti in ekonomičnosti časa, ki ga dandanes vsem primanjkuje? Vidimo namreč, da si veliko uporabnic knjižničnih storitev gradivo izposoja tudi za svoje može. Morda bi bilo smiselno razmisliti o uvedbi družinskih članskih izkaznic, z ugodnostmi in popusti in o spodbudah, kako v knjižnico privabiti tudi moško občinstvo.

Graf 4.15: Izposojanje gradiva za druge



Anketa je potrdila domnevo, da je uporabnikov knjižničnih storitev veliko več kot dejanskih članov. K statistiki, ki jo KdrTP dobi iz programa Cobiss, bi vsekakor lahko prišteli še določen odstotek »pasivnih« uporabnikov in tako dobili bolj realno sliko o njihovem številu. Kot pravi Rugelj (2008, 128):

Več kot pol milijona včlanjenih v slovenske knjižnice (natančneje 540 tisoč članov leta 2006, kamor je treba seveda prišteti tudi družinske satelite članov, ki celotno številko s knjižnicami povezanih Slovencev gotovo premaknejo krepko čez polovico celotnega prebivalstva) nam v primerjavi s številom TV naročnikov, ki jih je bilo istega leta po podatkih zadnjega Statističnega letopisa nekaj več kot

600 tisoč, kaže, da slovenske splošne knjižnice pri svojem bralstvu zajemajo iz praktično celotnega bazena aktivnega prebivalstva.

Izziv za knjižnice pa je, kako pritegniti te »satelite«, da bodo tudi sami postali aktivni člani in se knjižničnih storitev posluževali z veseljem in zanimanjem.

4.4 Analiza zunanjega okolja KdrTP

4.4.1 Bralna kultura v Sloveniji na začetku 21. stoletja in vloga knjižnic pri njenem razvoju

V nadaljevanju bomo pogledali, kako je z bralno kulturo v Sloveniji, kakšne knjige si uporabniki knjižnic izposojajo, kaj jih motivira za branje in kaj jih od branja odvrča. Kateri so ključni vzroki, da knjižnice ne obiščejo? Analiza zunanjega okolja je za organizacijo pomembna, saj imajo ti širši trendi vsekakor svoj odmev tudi na ožjem, lokalnem nivoju. Organizacija, ki pozna grožnje in priložnosti v svojem okolju, se lahko hitreje odziva in učinkoviteje vpliva na uspešnost svojega poslovanja.

Bralna kultura je kompleksen pojem, ki zajema bralno usposobljenost in navade ljudi ter njihovo motiviranost za branje. Povezujemo jo »z ravno dosežene bralne pismenosti³, dostopnostjo bralnih virov, prostorom, s potrebami posameznika in okolja« (Novljan 2008, 115). Pomembna je za vse ljudi nekega kraja in časa, ne glede na starost, spol in druge dejavnike, saj je vloga branja veliko večja od zapolnjevanja prostega časa in preganjanja dolgčasa. Pomaga nam razumeti in delovati v tem naglo razvijajočem se svetu, razvija domišljijo ter pripomore k intelektualnemu in poklicnemu napredku. Ni dovolj, da se s knjigo seznanimo v mladosti. Bralne veščine, navade in odnos do branja mora posameznik razvijati in negovati skozi celo življenje, zato je pomembno, da se z različnimi izobraževalnimi mehanizmi potrebe po knjigi spodbuja tudi pri odraslih. Kot je že pred več kot 30 leti zapisal Kocijan (1974, 15): »Šola, bralna kultura v družbi in okolje so tisti socializacijski dejavniki, k v bistvu izoblikujejo začetni človekov odnos

³ Pojem bralna pismenost je opredeljen kot »sposobnost razumeti in uporabiti tiste jezikovne oblike, ki jih zahteva delovanje v družbi in/ali so pomembne za posameznika« (Novljan, 1993, 174).

do branja. Na to podlago pozneje bolj ali manj odločilno vplivajo sistemi vrednot in nadaljnji izobraževalni proces, ki pripomorejo k utrjevanju odnosa do knjige in branja.«

Pomembno je, da se o bralni kulturi piše in razpravlja, da se jo spodbuja in nadzoruje. Pri nas je manevrski prostor za dvigovanje njene ravni še precej velik. O tem pričajo tudi sledeče statistike (MMC RTV SLO 2007):

- v Evropi radikalno upada branje v starosti od 15 do 24 let,
- Slovenec v povprečju kupi 2 do 3 knjige na leto, izposodi si jih 10 (kar je manj kot ena knjiga na mesec),
- v knjižnice je včlanjenih le 26 % prebivalcev.

Bralno kulturo se pogosto spoznava in preučuje prav s takšnimi statistikami, s kvantitativnimi potrošniškimi raziskavami. Če jo želimo razumeti in nanjo vplivati (zviševati njeno raven v družbi), pa jo je potrebno raziskovati tudi kvalitativno. Potrebno se je spraševati kako kdo bere, kaj bere, kdaj bere in zakaj kdo ne bere (Novljan 2008, 115).

Inštitut informacijskih znanosti v Mariboru (IZUM) od leta 2002 s pomočjo spletnega informacijskega sistema Cobiss mesečno evidentira 100 najbolj izposojanih naslovov monografskih publikacij v knjižnicah. Seznam »najbolj branih knjig« zdržuje literaturo za različne starostne skupine uporabnikov, različne literarne zvrsti in žanre, ki si jih uporabniki splošnih knjižnic najbolj izposojajo (Jager 2008, 171). Izraz je postavljen v navednice, saj knjige, ki si jih posamezniki izposodijo, ne nujno tudi preberejo. Poleg tega ne vključuje naslovov prebranih knjig, ki jih ljudje kupijo, dobijo v dar itd. Vsekakor pa iz seznama lahko sklepamo o določenih trendih na področju branja in sicer, kakšni žanri in zahtevnost literature so pri nas najbolj priljubljeni. Opažamo, da si uporabniki splošnih knjižnic v največji meri izposojajo romane, zasledimo lahko tudi izposojajo šolskih učbenikov in nekaj naslovov krajše proze. Pri slednji gre večinoma za tragedije, drame, komedije, povesti in novele s seznamov beril domačega branja za osnovne in srednje šole. Resnejših oz. strokovnih del pa na COBISS-ovih seznamih ni. Prav tako lahko vidimo, da uporabniki raje segajo po tujih kot po domačih avtorjih.

Zanimanje za lahkotne, sproščujoče teme, ki ne spodbujajo globokega razmišljanja, temveč v večji meri ponujajo pobeg iz realnosti, se s področja televizije (humoristične

serije, razvedrilne oddaje, komedije ...) seli tudi v literaturo. Romane, ki se pojavljajo na seznamu »najbolj branih knjig« in torej kažejo najbolj zastopan literarni okus, Jager (2008, 176) uvršča med trivialno literaturo. Opiše jih kot »obrtniško spodletele literarne poskuse, ki niti na tehnični niti na idejno-duhovni ravni ne vzpostavljajo fiktivne pripovedne situacije v pravem pomenu besede. Takšne literature je največ med ljubezenskimi romani, ki so tudi najbolj izposojan romaneskni žanr, sledijo jim kriminalni in detektivski romani.« Trend »vdora« in favoriziranja trivialnosti med svojimi uporabniki opažajo tudi zaposleni v KdrTP.

Popularnost lahkega, trivialnega branja knjižnice postavlja pred težko nalogo. Kako združiti potrebe uporabnikov s poslanstvom organizacije? Splošne knjižnice so javne ustanove, ki morajo državljanom omogočati enakopraven dostop do znanja, duhovnih dobrin in informacij ter skrbeti za kulturno življenje lokalne skupnosti, tudi tako, da urejajo in razvijajo bralno kulturo. Zato je pomembno, da v svoji zbirki zagotavljajo ustrezen delež zahtevnejše literature, o njej uporabnike informirajo in izkazujejo podporo slovenski knjigi. Na drugi strani pa morajo, kljub svojemu nepridobitnemu značaju, dosegati nek nivo uspešnosti, s katerim opravičijo svoj obstoj, pridobijo finančne vire in podporo javnosti. Merilo uspešnosti so najpogosteje uporabniki – njihovo število, število obiskov, izposoj ... S tega vidika je pomembno, da knjižnično zbirko sestavlja gradivo, ki se izposoja, ki ustreza povpraševanju in potrebam uporabnikov (Jager 2008, 170-171). Katere cilje torej izpolnjevati? Slediti kulturnemu poslanstvu knjižnice ali zakonom tržne logike, katerim je »neusmiljeno podlegla tudi knjiga« in »postala potrošno blago, ki danes najbolj množično zadovoljuje predvsem potrebe po razvedrilu« (Jager 2008, 171)?

Rugelj (2008, 127-128) vidi favoriziranje lahkotne literature na eni strani kot grožnjo, ki ne vpliva le na poslanstvo knjižnic ampak ustvarja tudi negativno selekcijo pri založbah. Knjižnice namreč večino gradiva odkupijo od založb s trivialnim programom, ki imajo zaradi svoje ponudbe že tako ali tako večji tržni potencial kot založbe z resnejšo literaturo. Povpraševanje knjižnic po njihovem gradivu je tako veliko, da jim skoraj ni treba skrbeti za sekundarne trge. Založbe z resnejšim programom, ki na sekundarnih trgih nimajo veliko možnosti, pa zopet ostanejo praznih rok. Na drugi strani pa tovrsten fenomen vidi kot priložnost za razvijanje bralne kulture in usmerjanje bralcev k resnejši literaturi. Knjižnice z ažurno zalogo priljubljenega gradiva imajo tudi večje število

občinstva in obiskov. »Z obilno ponudbo berljevih knjig so knjižnice uspele doseči, da živijo, da je v njihovih prostorih živahen pretok bralcev in drugih obiskovalcev, da so /.../ prostor srečevanj, ne pa muzejski objekt, ki je samemu sebi namen« (Rugelj 2008, 128). Trivialna literatura deluje kot magnet, ki bralce pritegne, da knjižnico obišejo. Naloga knjižničarjev pa je, da bralce, ki pridejo k pultu z novim paketom knjig ali pa zmedeno tavajo med policami, subtilno izobražujejo in usmerjajo, da z ustreznimi knjigami napredujejo v svoji dejavnosti. Ko torej bralec pride do pulta, da bi si izposodil novo gradivo, senzibilni knjižničar lahko hitro prepozna posameznikove preference in področja, ki ga zanimajo. Opozori ga na knjižne novosti s teh področij in predlaga literaturo, ki bi dopolnila njegovo sliko, ga popeljala globlje v raziskovanje, razmišljanje o snovi itd. Knjižničar lahko počasi stopnjuje zahtevnost predlaganih tekstov in tako posameznika navaja na vedno težjo in zahtevnejšo literaturo.

Tudi Grosman (2004, 67) s strnjevanjem raziskav in odkritij z različnih področij preučuje branje leposlovja in njegov pomen. Poleg socializacijske funkcije in razvoja jezikovnih spretnosti naj bi imelo branje »zdravilno« oz. terapevtsko funkcijo. Osebnostne teme v leposlovju pomagajo bralcu pri neprestanem iskanju in potrjevanju lastne osebnosti oz. identitete. Književnost naj bi izražala prijetne bralčeve fantazije v takšni obliki, da se bralec nanje lahko odziva brez negativnih občutkov, ki jih te fantazije asociirajo v realnem življenju. Na ta način leposlovje učinkuje kot psihoanaliza. Podobnost z njo pa ni le v možnostih prikazovanja podzavestnih fantazij temveč tudi v rabi zaupnega jezika, pripovednem odnosu in nagovoru bralca, ki spominjajo na značilni odnos med pacientom in psihoterapevtom. Poleg tega lahko branje nudi užitek, bogati besedišče, krepi sposobnost čustvovanja itd.

Zakaj torej, kljub številnim pozitivnim učinkom, upada branje med mladimi (sploh tistimi med 15 in 24 leti) in je v knjižnice včlanjena le četrtnina prebivalstva? Pri razpravah o branju se kot ključni dejavnik pogosto omenja pomanjkanje prostega časa. Raziskava⁴ bralcev v Veliki Britaniji je pokazala, da le majhen delež zaposlenih za polni

⁴ Gre za raziskavo »Survey of lapsed borrowers«, s katero so preučevali nekdanje uporabnike splošnih knjižnic in vzroke za njihovo trenutno neuporabo tovrstnih storitev. Raziskavo je leta 1994 v Veliki Britaniji izvedel Cheshire County Council.

delovni čas (teh pa je 33 % populacije) uporablja knjižnične storitve. Med najpogostejšimi vzroki za to so bili navedeni prav pomanjkanje časa, neustrezni odpiralni čas knjižnic, pa tudi, da si posamezniki knjige raje kupijo ali izposodijo od prijateljev kot v knjižnici (Wadley in drugi 1997, 207). Pri tem je zanimivo, da so v KdrTP »zaposleni« ena izmed redkih skupin, pri katerih se članstvo povečuje. Izrazito pa se zmanjšuje pri vseh ostalih skupinah odraslih uporabnikov brez dohodka (dijakih, študentih, nezaposlenih). Je razlog za manjšo včlanjenost v KdrTP torej res pomanjkanje časa, ali je kriv morda ekonomski položaj ljudi?

Branju za sprostitev konkurirajo tudi kino predstave, športne aktivnosti in druge prostočasne dejavnosti, s katerimi polnimo vsakdan. Po besedah Rudija Zamana bi bila svetovna gospodarska kriza, s katero se spopadamo, lahko priložnost za knjige (Delo.si 2008). Meni, da se v času krize ljudje obrnejo vase in ko zmanjka denarja za gliserje, vikende in potovanja, ostanejo prosti večeri, ki so kot nalašč za branje knjig.

Tu pa sta še dva zgolj ilustrativna primera motivov za (ne)branje, ki smo ju zasledili na forumu Brati ali ne brati ali zakaj sploh beremo? Morda gre za šalo, a kot pravijo, v vsaki šali je delček resnice. Seveda smo ju slovnično nekoliko preoblikovali in »zavili« v knjižni jezik:

Možni vzroki, da preberem kakšno knjigo:

- *zanima me, kaj ljudje tako opevajo na neki knjigi,*
- *da napravim vtis na profesorico slovenščine,*
- *da pred sošolci izpadem pameten,*
- *ker jo pač potegnem s police v knjižnici,*
- *zaradi veselja (Zofijin svet, Pet prijateljev pred nekaj leti),*
- *zanimanje za določeno tematiko,*
- *pa še kaj bi se našlo (Žiga Dolhar).*

Moji vzroki, da še nisem prebral knjige v življenju:

- *branje terja čas, ki ga jaz nimam (vsaj za branje ne),*
- *branje mi je dolgočasno, pa ni pomembno, kako zanimiva naj bi bila knjiga,*
- *preberem lahko največ eno stran, potem pa zaspim,*

- *raje počakam, da naredijo film,*
- *sem aktiven človek, ki ne prenese, če delujejo stvari počasi,*
- *sem zelo nepotrpežljiv do vsega počasnega, samo na cesti sem normalen voznik - a če bi imel formulo, bi se mi utrgalo (DM).*

Kako naj se torej knjižnice spopadejo z nemotiviranostjo in odporom posameznikov, ki menijo, da je branje počasna, naporna, pasivna in dolgočasna dejavnost? Knjižnice svoje napore motiviranja večinoma usmerjajo k najmlajši populaciji z urami pravljic, vrtcem na obisku in na odrasle z obknjižničnimi dejavnostmi, literarnimi večeri itd. Vprašanje, ki ostaja odprto, pa je, kako vplivati na »mlade upornike«, na otroke višjih razredov osnovne šole in srednješolce? Na kakšne načine pristopiti k njim in v kakšni obliki jim priljubiti branje?

Naj poudarimo še, da padca članstva in obiskov v knjižnicah ne moremo interpretirati kot manjše zanimanje za knjige nasploh. Unescov projekt *Ljubljana – svetovna prestolnica knjige 2010*, katerega namen je promocija knjige in spodbujanje branja, je pokazal veliko zanimanje za branje. Ljudje so projekt sprejeli z navdušenjem in z veliko udeležbo na poletnih knjižnih dejavnostih po Ljubljani. *Knjiga za vsakogar* prinaša izdajo 21 knjižnih del v nakladi 8.000 izvodov, ki jih je možno kupiti po Sloveniji, v Trstu in Celovcu za ceno 3 evre. Projekt traja od 23. aprila 2010 do 23. aprila 2011. Do konca avgusta je bilo prodanih že 44,5 % vseh knjig. K projektu je pristopila tudi KdrTP in v zgoraj omenjenem obdobju prodala 175 knjig.

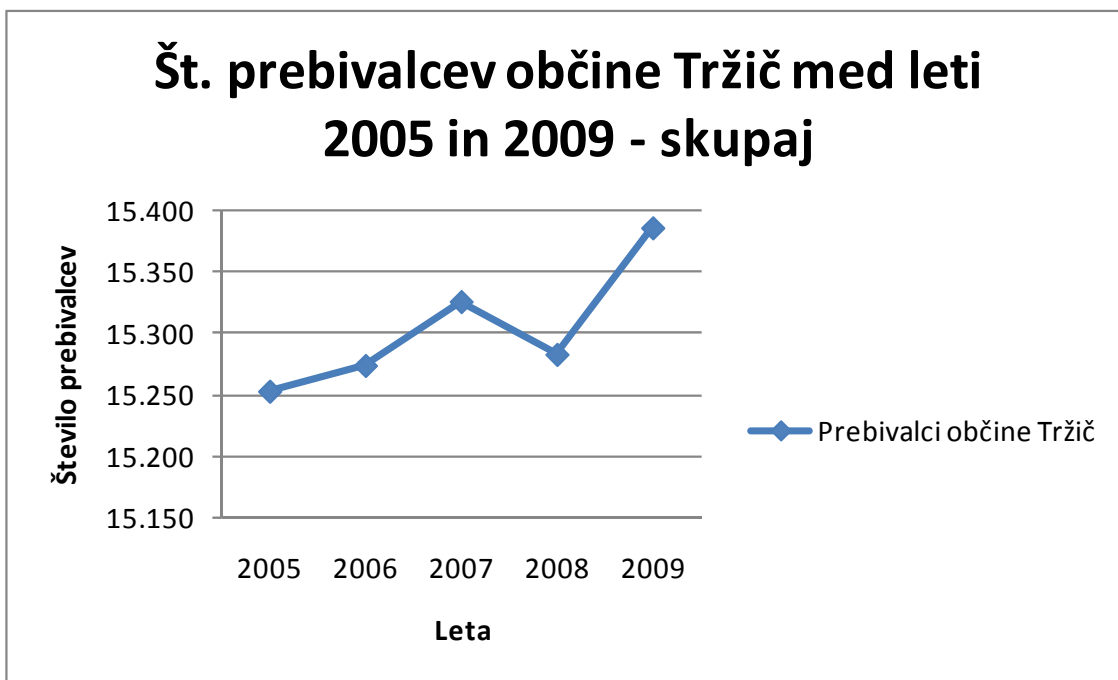
4.4.2 Demografske spremembe kraja

Oglejmo si še, kako je s starostnimi spremembami prebivalcev občine Tržič. Podatke o številu prebivalcev za obdobje zadnjih petih let smo pridobili na spletni strani Statističnega urada Republike Slovenije. Razvrstili smo jih v pet starostnih skupin: 0-4 leta, 5-14 let, 15-24 let, 25-59 let, zadnja starostna skupina pa so stari 60 let in več.

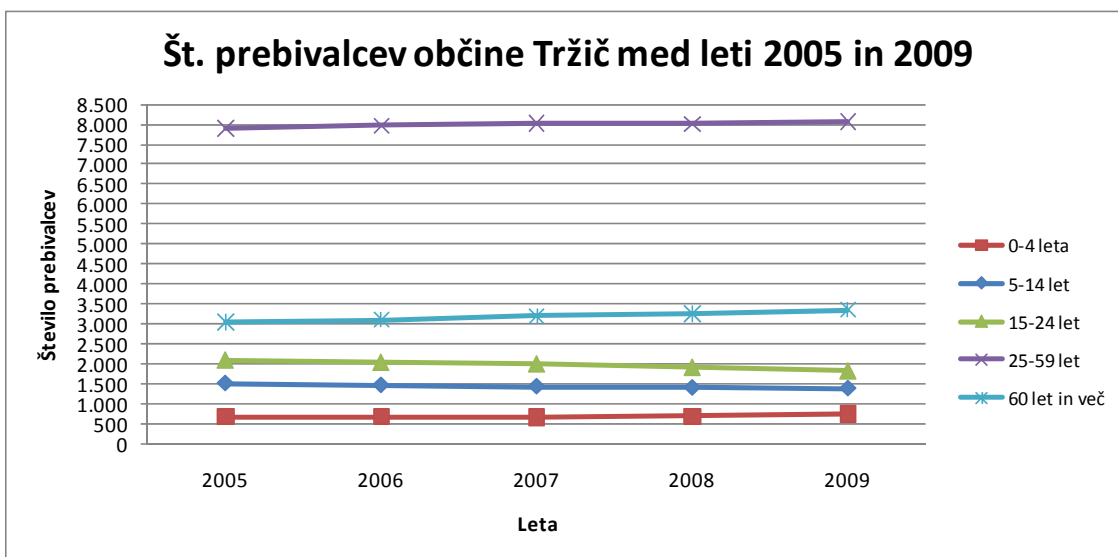
Vidimo, da število prebivalcev v občini narašča (Graf 4.16). V letu 2008 se je glede na preteklo leto sicer zmanjšalo, a se je že v naslednjem letu močno povečalo, tako da je v letu 2009 za 4 % večje kot pred petimi leti. Število otrok, tako predšolskih (0-4 let) kot

tudi osnovnošolcev (5-14 let), narašča, število mladih med petnajstim in štiriindvajsetim letom starosti pa se zmanjšuje (Graf 4.17). Število aktivnega prebivalstva (25-59 let) narašča, v petih letih se je povečalo za 2 %, narašča pa tudi delež starejših od 60 let – v obdobju zadnjih petih let se je njihovo število povečalo skoraj za 10 %.

Graf 4.16: Število prebivalcev občine Tržič



Graf 4.17: Število prebivalcev občine Tržič po starostnih skupinah



Trendov obiska, izposoje in včlanjenosti v KdrTP ne moremo neposredno povezati s starostnimi spremembami prebivalcev občine Tržič, možno pa je zaznati nekatere podobnosti. Včlanjenost v KdrTP najbolj narašča med otroci, predvsem predšolskimi, in med zaposlenimi, najizraziteje pa upada med dijaki in študenti. Istočasno se v občini povečuje število otrok, predvsem mlajših od petih let, povečuje pa se tudi število aktivnega prebivalstva (25-59 let). Število starih med 15 in 24 let se je v zadnjih petih letih v občini zmanjšalo za več kot 14 %. Povečuje se število starejših od 60 let, morda zato, ker je v Bistrici Dom Petra Uzarja, dom za ostarele. Obisk njihovega izposojevališča se iz leta v leto povečuje (Graf 4.7).

4.4.3 Vpliv informacijske tehnologije

Zaviralne dejavnike oz. »krivce« za vse manjši obisk knjižnice pa morda lahko iščemo tudi v poplavi informacij in novih tehnologijah. Živimo v informacijski dobi oz. družbi znanja, kjer se tehnološki izumi in izboljšave vrstijo iz dneva v dan. Mlajše generacije otrok odraščajo ob računalnikih, mobitelih, MP3 predvajalnikih, internet pri iskanju podatkov (npr. za šolsko seminarsko nalogo) pogosto prevzame vlogo, ki jo je včasih imela izključno knjiga ... Pretok informacij postaja bliskovit, omogoča pa ga prav razvoj oz. izpopolnjevanje zanj potrebnih medijev in opreme. Vsi ti izumi vplivajo na družbo, ljudi, njihov način življenja in ne nazadnje tudi na knjigo kot varuha znanja in modrosti.

Po mnenju mnogih strokovnjakov nove tehnologije predstavljajo grožnjo knjigi in razvoju posameznika. Konkurenčni mediji (televizija, internet) namreč omogočajo hitrejši in lažji dostop do informacij, medtem ko je listanje po knjigah zamudno in zahteva višjo stopnjo koncentracije. »Generacije mladih, ki so navajene konzumirati velike količine TV in drugih oblik vizualno podprte pripovedi, namesto da bi uporabljale poprej običajno količino časa za branje, prebijejo vedno več časa pred televizorji in računalniki ter tako preprosto ne razvijejo sposobnosti za rokovanje z zgolj besednim gradivom« (Grosman 1998, 9). Tudi Novljan (2008, 114) poudarja, da živimo v informacijsko razvitem svetu, kjer je sporočil v pisni obliki vedno več in s katerimi smo eksistencialno povezani. Če želimo raziskovati, dobro delati, se učiti, biti informirani, reševati pravne probleme itd., moramo znati brati različne vrste sporočil, različnih oblik in zahtevnosti in to razvijati vseživljenjsko.

Po drugi strani pa imajo nove tehnologije tudi pozitiven vpliv na »življenje« knjig, njihov razvoj in dostopnost. Knjige je namreč vedno lažje kupiti, ljudem postajajo dostopnejše tako cenovno kot tudi logistično – lahko jih naročimo prek katalogov ali interneta, ne da bi knjigarno sploh obiskali. Kljub temu da so njihove cene v primerjavi s tujino pri nas še vedno visoke, pa se zaradi potrebe po konkurenčnosti iz dneva v dan veča število akcijskih ponudb knjig po znižanih cenah, cenejših žepnih izdaj itd.

V sedemdesetih letih prejšnjega stoletja se je razvila tudi nova oblika knjige (e-knjiga), ki se odziva novim tehnološkim razsežnostim. V začetku ni požela pretiranega uspeha, danes, po tridesetih letih nenehnih izboljšav in izumov podporne opreme, pa vse bolj pridobiva na veljavi. Elektronske vsebine pojmujejo kot e-knjige, kadar izpolnjujejo štiri pogoje. Vsebina mora biti *besedilna* – zvočnih posnetkov prebranih knjig in elektronskih slikanic torej ne uvrščamo med e-knjige. Programska oprema mora prevzeti *metaforo knjige* (imeti mora kazalo, zaznamke, opombe, oštevilčene strani ...) in biti *osredotočena na določeno temo*. Morebitne *multimedijske vsebine* (slike, ilustracije, fotografije, razni zvočni dodatki ...) morajo služiti *kot podpora besedilu* in ne obratno (Ocvirk 2004).

Elektronske knjige so torej izum, ki radikalno spreminja podobo njihove predhodnice, papirnate knjige. V preteklosti smo bili priča številnim razpravam o grožnjah in nevarnostih, ki jih takšne knjige predstavljajo, pa tudi o prednostnih in njihovih pozitivnih lastnostih. E-knjige za svoje delovanje potrebujejo posebne naprave (baterije, bralnike), ki so zaenkrat še precej drage (okoli 300 evrov), branje z ekrana pa je zahtevnejše in očem manj prijazno kot branje s papirja. Kljub temu pa je tehnologija do danes že precej napredovala: bralniki vedno manj »migljajo«, omogočajo enostaven način listanja strani, iskanja gesel, katalogizacije in vnašanja opomb, ki jih po potrebi enostavno izbrišemo. Takšne knjige so enostavne za potovanja - posameznik ima lahko na bralniku shranjeno celo knjižnico knjig, fizično pa s sabo nosi le težo bralnika, na katerem ima knjige shranjene. Produkcija knjig v Sloveniji je zaradi omejenega jezikovnega prostora in temu primernih manjših naklad draga ter pogosto nerentabilna. E-knjige bi lahko to spremenile. Vprašanje, ki spremlja večino elektronskih publikacij, pa je zaščita avtorskih pravic. Elektronska oblika zapisov kar kliče po piratstvu in dokler knjige oz. njihove avtorske pravice ne bodo boljše zaščitene, e-knjige verjetno ne bodo postale tržne uspešnice (Ocvirk 2004). Poleg tega je računalnik po domovih

prisoten šele zadnji dve desetletji. Veliko ljudi še pomni življenje brez njega in ima do branja in knjig poseben odnos, ki ga nikakor ne bi zamenjalo za branje z ekrana. Zato bo za prevlado e-knjig nad klasičnimi potrebno še kar nekaj časa, če bo do nje sploh prišlo – morda bodo e-knjige s papirnatimi živele vzporedno, ene ob drugih. Papirnata knjiga je namreč preživela že številne tehnološke preizkuse – izum televizije, računalnika, interneta ... Bo torej tudi digitalizacija?

Grilc (2006, 60) zagovarja tezo, da pojav novih medijev in vedno naprednejših tehnologij knjige ne more izriniti. Kot dokaz temu služi dejstvo, da se je od leta 1950 (izuma televizije) obseg izdanih knjig na leto celo povečal. Meni, da razprave o smrti knjige, ki naj bi jo prinesel razvoj, nimajo trdne osnove in izvirajo bodisi iz prezgodnjega žalovanja zapriseženih privrženecv knjigi za časom, ki se še ni končal bodisi iz prezgodnje navdušenosti tehnofilov nad časom, ki se še ne obeta. Knjiga kot »prvi medij posredovanja vednosti« še vedno ostaja nenadomestljiva. Pripisuje ji edinstveno, marginalno pozicijo v odnosu do drugih informacijskih tehnologij kot »medij, ki je sposoben v svojo dobrobit zelo ažurno izkoriščati praktično vse medije« (Grilc 2006, 60). Posamezni tehnološki dosežki naj bi ji celo povečevali uporabnost, saj se vzporedno z njimi povečuje tudi potreba po slovarjih, leksikonih in atlasih, pa naj bo to v papirnati ali elektronski obliki. Tehnologija povečuje tudi dostopnost in kakovost informacij o knjigah ter ustvarja nove vidike uporabe: e-knjige, naročanje knjig prek spleta ...

Knjižnica lahko z malo spretnosti navdušenost nad novimi tehnologijami obrne v svoj prid in v prid širjenja bralne kulture. Če ji finančne in prostorske možnosti dopuščajo, lahko svojo knjižnično ponudbo razširi z atraktivnimi in novimi tehnologijami, ki privabljajo uporabnike. Ko uporabnik prestopi knjižnični prag, pa obstaja tudi večja verjetnost, da ga bo kaj privabilo, zbudilo njegovo zanimanje in se bo zato morda včlanil v knjižnico, si kakšno knjigo izposodil itd. Knjižnice se tega vse bolj zavedajo – to dokazujejo tudi vse številčnejše računalniške in multimedijske sobe v knjižnicah. Problem pa se pojavi pri manjših (KdrTP) in ekonomsko šibkejših knjižnicah, ki se spopadajo s prostorsko ali finančno stisko in nimajo prostora ali denarja za nove in popularnejše vsebine.

4.5 Fokusna skupina

Zgornja poglavja so nam približala poslovanje KdrTP, njeno notranje in zunanje okolje ter odprla kar nekaj vprašanj za razmislek, kako bi organizacija lahko dvignila svojo uspešnost – privabila nove in zadržala že obstoječe uporabnike, pri tem pa ostala zvesta svojemu poslanstvu. Kaj je tisto, kar ljudi odvrča od obiska knjižnice oz. jih pušča ravnodušne ter kako jih spodbuditi, da bi jo večkrat obiskali in s svojim udejstvovanjem poživili? Eno izmed vprašanj, ki se je najpogosteje pojavilo, je bila višina članarin, zamudnin, skratka denarnih stroškov uporabe knjižničnih storitev. Porodilo se je tudi vprašanje aktualnosti knjižničnih vsebin – tehnološka opremljenost knjižnice, zanimivost obknjižničnih dejavnosti, relevantnost knjižnih fondov ... Razlogi za zmanjšano uporabo knjižničnih storitev pa bi lahko bili tudi pomanjkanje časa, večja dostopnost knjig, nakup le-teh prek spleta, uporaba e-knjig, enostavnejši alternativni viri informacij (prek računalnika, televizije) itd. Za boljše razumevanje, kaj ljudi žene k obiskovanju knjižnice oz. kaj jih od tega odvrča, smo z uporabniki KdrTP izvedli fokusno skupino.

4.5.1 Raziskovalno vprašanje

S pomočjo fokusne skupine smo torej odkrivali motivacijske in zaviralne dejavnike za obisk knjižnice. Zanimalo nas je, kakšno vlogo igrajo knjige in knjižnica v življenju posameznika, kako uporabniki vrednotijo storitve KdrTP ter kaj menijo o konkurenčnih aktivnostih – o kupovanju knjig in o elektronskih medijih.

4.5.2 Opis vzorca

Za sodelovanje v razpravi smo želeli pridobiti ljudi, ki knjižnico sicer obiskujejo, a niso njeni pogosti obiskovalci. Pri rekrutaciji članov nam je pomagala bibliotekarka, zaposlena v KdrTP. Na podlagi izkušenj je prepoznala ljudi, ki ustrezajo profilu, in jih ob obisku knjižnice prosila, naj se razprave udeležijo. Povabilu so se odzvali vsi. Fokusno skupino je torej tvorilo 6 oseb, od tega pet žensk in en moški, dve študentki in štirje zaposleni.

4.5.3 Potek raziskovanja

V soboto, 18. decembra 2010, smo se ob enajsti uri zbrali v sejni sobi KdrTP. Po pozdravnem nagovoru smo povabljenim na kratko pojasnili namen in potek srečanja, nato se je razprava pričela. Celoten pogovor smo posneli z diktafonom, moderatorka pomočnica pa si je med razpravo pomembnejše ugotovitve tudi zapisala. Raziskava je trajala približno dve uri brez vmesnih prekinitev. Ko so povabljeni odšli, smo pregledali posneto gradivo in napravili prepis posnetka (Priloga B), ki smo ga kasneje analizirali. Analiza je vsebinsko razdeljena na štiri teme - po raziskovalnih vprašanjih.

4.5.4 Analiza razprave

Vloga knjig in knjižnice v življenju posameznika

Ena izmed udeleženk fokusne skupine knjižnico obiskuje redno čez celo leto, ostali pa so »priložnostni« obiskovalci. V knjižnico pridejo, ko kaj potrebujejo (za študij, delo), večkrat poleti in med dopusti. Menijo, da je za branje literature, tiste »za dušo«, med letom premalo časa in da prav zato knjižnico obiščejo manjkrat, kot bi si želeli. Vsi radi berejo, predvsem za zabavo in sprostitvev. Branje knjig jim simbolizira pobeg iz realnosti, pa tudi dejavnost za osebnostno rast in razvoj. Kljub temu pa v natrpanem vsakdanjiku knjigi težko namenijo čas in upajo na boljše čase, na dni, ko jih služba, otroci in šola ne bodo več okupirali v tolikšni meri.

Knjižnica naj bi imela dve temeljni funkciji. Prva je družabna: nuditi mora prijeten prostor za druženje, srečevanje podobno mislečih ljudi (kot nekoč saloni), druga pa ohranjanje stika z generacijo mladih, ki po besedah moškega udeleženca diskusije »knjižnice kot prostora sploh ne potrebuje«. Gre za tako imenovano srednjo generacijo (dijake, študente), pri katerih je, kot so pokazale tudi analize, padec knjižničnih obiskov in včlanjenosti najizrazitejši.

V prejšnjih poglavjih smo se veliko spraševali, kako mlade privabiti v knjižnico, s čim jih spodbuditi, da jo obiščejo – je to nova računalniška oprema, prostor za poslušanje glasbe, zaloga videoigric in DVD-jev ... ? Člani fokusne skupine pa so vprašanje

osvetlili iz drugega zornega kota. Je sploh smiselno vlagati napore v to, da bi mlade motivirali za fizični obisk knjižnice? Je smiselno v knjižnici kopičiti vedno novejšo in naprednejšo tehnologijo, ki obetajo, da bodo privabile nekaj več obiskovalcev? Knjižnica naj bi igrala predvsem vlogo hranitelja knjig, ki so na voljo za izposajo. Ostale dejavnosti (izposoja filmov, glasbe ...) se udeležencem fokusne skupine zdijo obstranskega pomena in namenjene predvsem tistim, ki tovrstnega gradiva zaradi ekonomskih ali drugih razlogov doma nimajo. Izpostavili so pomen »hitrih« oz. za uporabnika enostavnih storitev, kot so naročanje knjig prek interneta, pošiljanje le-teh po pošti, porodila pa se je celo ideja knjigomatov, ki bi poleg vračanja knjig omogočali tudi njihovo izposajo. Sami sicer prisegajo na fizični obisk knjižnice, na vonj po knjigah in tavanje med policami, vendar tovrstne storitve vidijo kot odlično priložnost za ohranjanje stika z ljudmi, ki imajo malo časa in jih bolj kot sprehajanje po knjižnici zanimajo hitri in enostavni mediji, zato obiskovanje knjižnice opuščajo (srednja generacija). Tako bi z njimi ohranili stike, pa čeprav hladne in neosebne. Med diskusijo je bilo namreč izpostavljeno dejstvo, da je v določenem življenjskem obdobju ljudi boljše, da knjižnica z njim »razosebi« odnose kot da jih v celoti izgubi. Vzporedno s toplino, domačnostjo, prostorom, kjer se ljudje radi zadržujejo, bi torej knjižnica morala razvijati tudi hitre, avtomatizirane in neosebne storitve. Tako bi bralec v odraščajočem obdobju ohranil vsaj nek odnos do ustanove, na starejša leta pa bi način uporabe spet spremenil in se vrnil nazaj k druženju in fizičnemu obiskovanju knjižnice.

Vrednotenje knjižničnih storitev (cene, osebja, odpiralnega časa itd.)

Če sodimo po odzivih udeležencev, je knjižnično osebje v KdrTP prijazno, strokovno podkovan in pripravljeno pomagati. Knjižnico ocenjujejo kot prijetno, toplo ustanovo, v kateri vladata sproščeno vzdušje in občutek domačnosti. Uporabnikom se zdi, da so tam ustrezno postreženi, da jim osebje svetuje in pomaga in jo zato radi obiskujejo.

Udeležence fokusne skupine smo vprašali tudi, kaj menijo o denarnih stroških uporabe knjižničnih storitev. Strinjali so se, da cena članarine ni visoka in v primerjavi s cenami drugih knjižnic dokaj ugodna. Izpostavljen pa je bil kritični moment, ko bralec dopolni osemnajst let in storitve, ki so bile do tedaj brezplačne, nenadoma postanejo plačljive. V tem primeru pa je velik že preskok iz nič na pet evrov, kaj šele na petnajst. Vendar pa je

to, če knjižnica ne želi ukiniti članarin za odrasle, neizogibno. Glede zamudnin in rokov izposoje pa so bila mnenja deljena. Približno polovica udeležencev meni, da so izposojevalni roki (tri tedne) z dvakratno možnostjo podaljšanja gradiva dovolj dolgi in da knjige, ki je ne prebereš v tem času, tudi kasneje ne boš. Drugi pa se niso strinjali. V življenju namreč pogosto pride do situacij, ko ne gre vse po načrtih. Takrat, menijo, je potrebno gradivo podaljšati tudi večkrat. Knjižnično osebje je razumevajoče, pogosto prisluhne in podaljša gradivo, kljub temu da računalniški sistem tega ne omogoča več. Vendar pa zato tudi vse bolj dosledno zaračunava zamudnine. Udeleženci diskusije se poslužujejo tako internetnega kot tudi telefonskega podaljševanja gradiva. Ena izmed udeleženk, ki se ji zdijo roki izposoje prekratki, je med pogovorom o zamudninah predlagala storitev, ki bi človeka razbremenili časovnih pritiskov. To bi bil prostor ali nekakšen predal, kjer bi knjižnica hranila odpisane in manj aktualne knjige. Posameznik bi si te knjige lahko izposodil in jih imel doma, dokler jih ne prebere. Potem pa bi jih prinesel nazaj in zamenjal za druge – kot npr. lokali v Ljubljani, kamor prineseš svojo knjigo in jo zamenjaš za drugo. Tako bi bile knjige v obtoku, ljudje pa si ne bi belili glave z zamudninami. Udeleženka nam je povedala, da to ni le njena želja, temveč se nad njo navdušujejo tudi številni njeni prijatelji.

Člani diskusije so z odpiralnim časom knjižnice načeloma zadovoljni. Menijo, da so uradne ure urnik, ki se ga človek navadi in ga sprejme. Nikoli ne more ustreči željam vseh, poleg tega smo ljudje razvajeni in bi želeli, da so nam storitve na razpolago 24 ur na dan. Protisloven pa se jim zdi poletni delovni čas, ki je krajši od zimskega, saj knjižnico doživljajo kot prostočasno dejavnost. Smiselno bi bilo, da bi bila knjižnica poleti, ko so dnevi daljši in imajo ljudje več časa, odprta dlje. Poletne dni ljudje namreč preživljajo zunaj na vrtu in čas za branje in knjižnične obiske nastopi proti večeru, ko se zrak ohladi in človek umiri.

Knjižnico obiskujejo zelo različno – nekateri se odpravijo v Tržič izključno zato, da si izposodijo ali vrnejo knjige, drugi jo obišejo spotoma, ko grejo po drugih opravkih. Vsi pa se strinjajo s tem, da pomanjkanje parkirišč negativno vpliva na obisk knjižnice. V neposredni bližini knjižnice namreč skoraj ni parkirnih mest. Če je slabo vreme ali si morajo izposoditi veliko količino knjig, obisk knjižnice raje preložijo na kak drug dan.

Kot smo že omenili, si v knjižnici izposojajo predvsem knjižno gradivo. Glasbo, filme itd. si izposojajo le izjemoma in tudi interneta v knjižničnih prostorih po navadi ne uporabljajo. Se pa strinjajo, da so tovrstne storitve v knjižnici dobrodošle, predvsem za ljudi, ki nimajo veliko denarja. V knjižnici pogrešajo koticke, kamor bi se usedli in v miru prelistali knjige. Zbirko knjižničnega gradiva ocenjujejo kot kakovostno in dobro založeno. Všeč so jim tudi obknjižnične dejavnosti, predvsem izobraževalne. Povedali so, da veliko ljudi hvali računalniški tečaj, prek katerega se tudi starejši učijo spoprijemati z računalnikom. Izrazili so željo, da bi imela knjižnica urejene info točke, na katerih bi uporabnik lahko dostopal do strokovnih baz podatkov. Po obrazložitvi, da knjižnica dostop do teh baz omogoča, so vsi z začudenjem priznali, da tega niso vedeli.

Kupovanje knjig ali izposoja?

Pogovarjali smo se tudi o kupovanju knjig - v kakšnem primeru se zanj odločijo in koliko so pripravljeni za knjigo plačati. Večinoma si kupijo le knjige, do katerih imajo poseben odnos in za katere so prepričani, da jih bodo večkrat prebrali. To so knjige, ki so jih navdušile (so jih prej npr. že prebrali), otroške slikanice, knjige s področij, ki jih še posebej zanimajo (npr. za študij, delo, kuhanje ...), radi jih podarijo tudi za darilo. Sicer pa si knjige izposodijo. Menijo, da je smisel knjižnice prav v njeni obširni zbirki, kjer posameznik dobi, kar v določenem trenutku potrebuje in čez nekaj časa (morda že po enem branju) zanj ni več aktualno. Tako si mu doma ni potrebno beliti glave z vprašanjem, kam z dolgimi policami zaprašenih knjig. Poleg tega se jim zdijo cene knjig previsoke. Omenili so, da so za določene knjige sicer pripravljeni odšteti kar nekaj denarja, vendar pa so to izjeme. Cenejše papirnate in žepne izdaje knjig jih zaradi slabe kakovosti ne zanimajo. Če si knjigo kupijo, želijo, da je le-ta lepa, vsebinsko dobra in trpežna. Moški udeleženec diskusije je izpostavil dejstvo, da so knjige predrage tudi zato, ker niso naša primarna potreba (kot hrana in topel dom), pa tudi zato, ker si jih lahko izposodimo: »Če bi šel lahko z izkaznico po kos kruha v »kruharnico«, ga tudi nihče ne bi kupoval. Zato so knjige drage.« Odziv ene izmed udeleženk pa se je glasil, da je situacija morda obrnjena. Da morda hodimo v knjižnico zato, ker so knjige drage in da bi jih, če bi bile cenejše, verjetno večkrat kupili. Kupujejo jih na različne načine – nekateri prek spleta ali katalogov, večinoma pa še vedno najraje obišejejo knjigarno, kjer lahko knjigo prelistajo in se za nakup odločijo na licu mesta.

Elektronski mediji za hitre informacije, knjige za podrobnejše

Udeležence diskusije smo spraševali tudi, katere informacije iščejo na internetu, za katere pa se jim zdi primernejša knjiga. Mnenja vseh so se glasila, da na internetu iščejo hipne in bolj površne informacije, za poglobljen uvid v tematiko in za »svoj notranji svet« pa se poslužujejo knjig. Izpostavljen je bil problem interneta pri mlajši generaciji (šolarjih, študentih), ki ga pogosto uporabljajo ne le v začetni fazi raziskovanja in učenja, temveč namesto knjig in tako z interneta kopirajo obnove obnov posameznih del ... Glede elektronskih knjig so se strinjali, da le-te vsaj še nekaj časa ne bodo izpodrinile klasičnih papirnatih. Menijo, da bodo živele vzporedno, druge ob drugih. Čez neko daljše obdobje, npr. sto let, ko se bo generacija popolnoma zamenjala, pa se jim zdi možno, da bi elektronske knjige prevladale. Sami pa, kot smo že omenili, prisegajo na vonj po knjigi in otip papirja med prsti.

5 Zaključek

V nalogi smo se spraševali, kakšna je vloga splošne knjižnice danes – kaj upad članstva, obiskov in izposoje pravzaprav pomenijo. Je to znak, da knjižnica vlogo informacijskega središča izgublja, ali gre le za spremenjene oblike njenega delovanja? Pa tudi ali bi KdrTP te trende lahko dvignila in s tem povečala učinkovitost svojega poslovanja. V današnjem času razpredenosti komunikacijskih mrež in bliskovitega potovanja informacij bi o obstoju kakršnegakoli informacijskega središča v fizičnem smislu pravzaprav težko govorili. Informacije »letijo po zraku«, po virtualnih prostorih; računalnik in internet sta »obvezna oprema« skoraj vsakega gospodinjstva ... Hipne in aktualne informacije so nam torej dosegljive na vsakem koraku na veliko bolj enostaven način, kot da po njih hodimo v knjižnico. Kljub temu pa po besedah udeležencev fokusne skupine ljudje poglobljene informacije o neki tematiki ter besedila za dušo in »svoj notranji svet« še vedno raje iščejo v knjigah kot v drugih medijih. Knjižnica je torej še vedno nosilka klasične vloge hraniteljice znanja in modrosti. Pomembno pa je, da dandanes vključuje tudi dopolnilne dejavnosti in nove tehnologije, gre v korak s časom in ne zadrema kot muzejski objekt. S tehnološkim napredkom se vsekakor spreminja način njenega poslovanja. Če je bila knjižnica včasih izključno prostor, ki je hranil knjige, rokopise in druge pomembne papirje, je danes v veliki meri tudi prostor, kjer je možno dostopati do interneta, poslušati glasbo, si izposoditi DVD-je ... V prid spremenjeni uporabi knjižničnih storitev govori tudi dejstvo, da obisk splošnega in otroškega oddelka ter izposoja gradiva za otroke v KdrTP upadata, hkrati pa se je v zadnjih petih letih uporaba knjižničnih računalnikov med otroki povečala skoraj za polovico (46 %).

Upada obiskov in članstva knjižnice ne moremo enostavno interpretirati kot posledico manjšega zanimanja za knjige in branje. Anketa članov KdrTP je namreč pokazala, da je uporabnikov knjižničnih storitev veliko več kot njenih dejanskih članov. Na osebno člansko izkaznico si gradivo za druge izposoja več kot dve tretjini anketirancev. Zanimanje za branje in literaturo torej še živi. Prav vprašanje, zakaj se uporaba določenih knjižničnih storitev potemtakem zmanjšuje in na kakšen način ljudi spodbuditi k večji uporabi le-teh, pa je bilo naše ključno vodilo skozi celoten proces raziskovanja.

Knjižnico smo analizirali z vidika notranjih in zunanjih dejavnikov okolja. Preučili smo njen trženjski splet, ustreznost le-tega glede na standarde in pravilnike, pa tudi glede na želje in potrebe uporabnikov. Ugotovili smo, da KdrTP v svojih prostorih hrani dovolj obsežno in kakovostno zbirko gradiva, tako po standardih kot tudi po besedah njenih uporabnikov. Izražena pa je bila želja po urejenem domoznanskem kotičku – to gradivo je v knjižnici sicer na voljo, vendar dosegljivo le prek knjižničarja, saj je shranjeno v pisarni.

Denarna cena uporabe knjižničnih storitev se posameznikom ne zdi visoka, »cena« časa pa je vprašljiva. Udeleženci fokusne skupine so se namreč strinjali, da je pomanjkanje časa pomemben faktor. Zaradi časovne stiske knjižnico obiščejo manj pogosto, kot bi si želeli, in posledično tudi manj berejo.

Lokacija knjižnice v središču mesta je sicer ustrezna, problematična pa je njena velikost (prostorska stiska) in pomanjkanje parkirišč v neposredni okolici – predvsem v slabem vremenu, za starejše ljudi, mamice z otroki in če si posameznik izposodi večjo količino knjig. Odpiralni čas knjižnice se sklada s standardi, tudi uporabniki so z njim zadovoljni, razen v poletnih mesecih, ko je knjižnica odprta krajši čas. Knjižnica bi torej morala razmisliti o prilagoditvi poletnega delovnega časa poletnemu načinu življenja. Takrat je dan daljši, temperature so visoke, zato se ljudje po opravkih (kot je obisk knjižnice) raje odpravijo proti večeru. Izrazili so željo, da bi bila knjižnica poleti npr. dvakrat na teden odprta dlje.

Število zaposlenih je glede na Pravilnik o pogojih za izvajanje knjižnične dejavnosti kot javne službe premajhno, vendar so le-ti po besedah uporabnikov zelo ustrezljivi, prijazni in strokovno podkovani. V knjižnici vlada prijetno, domače vzdušje in zato se posamezniki vanjo radi vračajo. Knjižnica se pojavlja in oglašuje v številnih medijih (tako v tisku kot tudi po radiu, televiziji in na internetu). Nepoznavanje storitev, kot je možnost dostopa do tujih baz podatkov, pa priča o tem, da bo v tržno komunikacijo v prihodnosti potrebno vložiti še nekaj več naporov. Lahko bi začeli z redno evalvacijo storitev med svojimi člani in ugotavljanjem, v kolikšni meri storitve sploh poznajo. KdrTP evalvacije namreč ne izvaja, za delovanje organizacije pa je zelo pomembna, saj omogoča boljši vpogled v situacijo in odkriva smernice za nadaljnje trženjsko (in tržnokomunikacijsko) načrtovanje.

Kritična skupina neuporabnikov knjižničnih storitev so poleg otrok tudi mladi (dijaki in študenti). Ugotovili smo, da je knjižnica za njihove potrebe pomanjkljivo opremljena. V pionirskem oddelku so le stoli in mizice za najmlajše, čitalnica pa je v neposredni bližini izposojevalnega pulta, tako da v njej ni računalnikov niti tišine, potrebne za študiranje. Tudi pogovor z uporabniki nam je razkril, da v knjižnici pogrešajo udobne kotičke, kjer bi lahko v miru prelistali knjige. Tehnološka opremljenost je glede na pravilnik sicer zadovoljiva, vendar slednji opredeljuje zgolj minimalne zahteve, ki naj bi jih knjižnice po svojih zmožnostih širile in dopolnjevale. Knjižničarji se tovrstnih potreb zavedajo, vendar pomembna razloga za njihovo ne zadovoljevanje tičita v prostorski stiski in pomanjkanju finančnih sredstev. Poleg tega se je med pogovorom z uporabniki razvila zanimiva razprava o tem, da po njihovem mnenju srednja starostna skupina (dijaki, študenti, mladi zaposleni) knjižnice kot prostora sploh ne potrebuje. Knjižnica bi se bolj kot z vprašanjem, katere tehnologije bi jih privabile v knjižnico, morala ukvarjati z vprašanjem, kako storitve za to skupino poenostaviti, standardizirati in narediti dosegljive na čim hitrejši in čim lažji način. Knjižnica naj bi razmišljala o uvedbi knjigomata, pošiljanja knjig po pošti, izposojanju manj aktualnega gradiva z daljšim rokom izposoje itd. Tako bi v obdobju, ko se zdi, da življenje teče najhitreje in da ni časa za obisk knjižnice, z ljudmi ohranila stike. Seveda pa ne smemo pozabiti na ekonomsko šibkejši sloj prebivalstva. Zanje je pomembno, da knjižnica dopolnjuje in razvija tudi tehnološko opremo ter jim tako omogoča dostop do informacij, ki ga doma nimajo.

Na vprašanje, ali bi knjižnica lahko dvignila nivo svoje uspešnosti (trende obiskov, včlanjenosti in izposoje), ne moremo z gotovostjo odgovoriti pritrnilno, saj na to vpliva veliko dejavnikov - tudi takšnih, na katere organizacija nima neposrednega vpliva (pomanjkanje časa, brezmejnost informacij, tehnologij itd.). Vsekakor pa je raziskovanje osvetlilo nekatera »šibka« področja, ki bi jih organizacija morala dodatno razvijati in izpopolnjevati ter začrtalo smernice nadaljnjega razmišljanja: daljši delovni čas v poletnih mesecih, uvedba enostavnejših načinov vračanja in izposojanja gradiva, daljši rok izposoje, širitev in adaptacija knjižničnega prostora, prilagoditev notranje opreme potrebam mladine, ureditev čitalnice, kotičkov za listanje knjig in parkirnih mest, redna evalvacija storitev in dosledno obveščanje uporabnikov o knjižničnih novostih.

Diplomsko delo zaključujemo z mislijo: »Ker so knjižnice tiste institucije, ki ponujajo » ... *kar ostane, ko vse pozabimo*«, morajo svojo dejavnost opravljati na najvišji kakovostni ravni. Marketing je eden od pogojev za izpolnitev njihove kulturno-komunikacijske in civilizacijske vloge nasploh« (Spahić, 2001: 73-74).

6 Literatura

Christopher, Martin, Adrian Payne in David Ballantyne. 1993. *Relationship Marketing: Bringing quality, customer service and marketing together*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

COBISS.SI (Kooperativni online bibliografski sistem in servisi). 2010. *Najbolj brane knjige – vse knjižnice*. Dostopno prek: http://home.izum.si/cobiss/top_gradivo/ (22. September 2010).

Coote, Helen. 1994. *How to market your library effectively*. London: Aslib.

Češnovar, Nada. 1996. Uporabniki potrebujejo relevantne fonde. *Knjižnica* 40 (3-4): 277-291.

Devetak, Gabrijel. 1999. *Temelji trženja in trženjska zasnova podjetja*. Koper: Visoka šola za management.

Drucker, Peter. 1990. *Managing The Non-profit Organization*. New York: Harper Collins.

Eržen, Matjaž. 2000. Širitev knjižničnih storitev s principi neposrednega trženja. *Knjižnica* 44 (3): 87-99.

Grilc, Uroš. 2006. Reforme in slovenska knjiga ali knjiga kot reforma? *Knjižnica* 50 (1-2): 57-74.

Grosman, Meta. 1998. Zakaj je bralna sposobnost skrb nas vseh. V *Branje - skrb vseh*, ur. Silva Novljan, 9-25. Ljubljana: Bralno društvo Slovenije.

--- 2004. *Zagovor branja: bralec in književnost v 21. stoletju*. Ljubljana: Sophia.

Hall, Peter Dobkin. 1992. *Inventing the Nonprofit Sector and other essays on philanthropy, voluntarism, and nonprofit organizations*. London: The Johns Hopkins University Press.

Hoffman, K. Douglas in John E. G. Bateson. 1997. *Essentials of Services Marketing*. Fort Worth: The Dryden Press, Harcourt Brace College Publishers.

Jager, Petra. 2008. »Najbolj brane knjige« v slovenskih splošnih knjižnicah. *Knjižnica* 52 (2-3): 169-184.

Knjižnica dr. Toneta Pretnarja. 2005. *Poročilo o doseženih ciljih in rezultatih dela v KdrTP v letu 2004*. Tržič: Interno gradivo.

--- 2006. *Letno poročilo za leto 2005*. Tržič: Interno gradivo.

--- 2007. *Letno poročilo za leto 2006*. Tržič: Interno gradivo.

--- 2008. *Letno poročilo za leto 2007*. Tržič: Interno gradivo.

--- 2009. *Letno poročilo za leto 2008*. Tržič: Interno gradivo.

--- 2010. *Letno poročilo za leto 2009*. Tržič: Interno gradivo.

Kocijan, Gregor. 1974. *Knjiga in bralci*. Ljubljana: Delavska enotnost.

Kolarič, Zrinka, Andreja Črnak-Meglič in Maja Vojnovič. 2002. *Neprofitno-volonterske organizacije*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Kotler, Philip. 1982. *Marketing for nonprofit organizations*. London: Prentice Hall Inc.

--- 1998. *Marketing management - trženjsko upravljanje: analiza, načrtovanje, izvajanje in nadzor*. Ljubljana: Slovenska knjiga.

Kovar, Barbara. 1993. Upravljanje marketinga (trženja) v splošnoizobraževalnih knjižnicah. *Knjižnica* 37 (3): 71-101.

--- 2000. Predstavimo se javnosti: splet orodij tržnega komuniciranja v splošni knjižnici. *Knjižnica* 44 (3): 67-86.

Ljubljana – svetovna prestolnica knjige. Dostopno prek: <http://www.ljubljanasvetovnaprestolnicaknjige.si/domov/> (3. oktober 2010).

Maršič, Marija. 2003. *Načrt strateškega razvoja Knjižnice dr. Toneta Pretnarja za obdobje 2004 do 2007.* Tržič: Interno gradivo.

Mesec, Bojana. 2008. *Družbeni okvir neprofitnih organizacij.* Ljubljana: Fakulteta za socialno delo.

MMC RTV SLO. 2007. *Kakšni knjižni molji smo Slovenci?* Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si/kultura/knjige/kaksni-knjizni-molji-smo-slovenci/153199> (22 september 2010).

Mohar, Nežka. 2004. *Trženjski splet za storitve splošne knjižnice.* Diplomsko delo. Ljubljana: Filozofska fakulteta.

Novljan, Silva. 1993. Vpliv knjižnice na branje – vpliv branja na njen razvoj. *Knjižnica* 37 (3): 161-176.

--- 2008. Izključeni iz zagat bralne kulture. *Knjižnica* 52 (4): 113-123.

Ocvirk, Vasja. 2004. *Elektronske knjige.* Dostopno prek: <http://www.nasvet.com/e-knjige/> (2. november 2010).

Odlok o ustanovitvi javnega zavoda Knjižnica dr. Toneta Pretnarja. Ur. l. RS 73/2003. Dostopno prek: <http://www.uradni-list.si/1/content?id=44533> (27. avgust 2010).

Potočnik, Vekoslav. 2002. *Trženje storitev.* Ljubljana: Gospodarski vestnik.

Pravilnik o pogojih za izvajanje knjižnične dejavnosti kot javne službe. Ur. l. RS 73/2003. Dostopno prek: http://www.winknj.si/docs/pravilnik_o_pogojih_za_izvajanje_knjiznicne_dejavnosti_kot_javne%20sluzbe.pdf (27. avgust 2010).

Rowley, J.E. 1995. From storekeeper to salesman. Implementing the marketing concept in libraries. *Library review* 44 (1). Dostopno prek: <http://www.emeraldinsight.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/> (12. avgust 2010).

Rugelj, Samo. 2008. Najbolj brane knjige kot priložnost za branje manj branih knjig. *Knjižnica* 52 (4): 125-129.

Rus, Veljko. 1994. Management v neprofitnih organizacijah. V *Management*, ur. Stane Možina, 883-972. Ljubljana: Didakta.

Slokar, Rajko. 1990. Razmišljanje o marketingu in strateškem planiranju v SIK. *Knjižnica* 34 (1-2): 39-43.

Slo-Tech forum. 2002. *Brati ali ne brati ali zakaj sploh beremo?* Dostopno prek: <http://slo-tech.com/forum/t34243> (3. oktober 2010).

Spahić, Besim. 2001. *Kulturni marketing*. Ljubljana: Študentska založba.

Stanič, Sabina. 2005. *Tržno komuniciranje v splošnih knjižnicah*. Magistrsko delo. Ljubljana: Filozofska fakulteta.

Statistični urad RS. 2010. *Prebivalstvo po petletnih starostnih skupinah in spolu, občine, Slovenija, polletno*. Dostopno prek: http://www.stat.si/pxweb/Database/Dem_soc/05_prebivalstvo/01_stevilo_preb/01_05203_star_spol/01_05203_star_spol.asp/ (20. Avgust 2010).

Tavčar, Mitja I. 2005. *Strateški management nepridobitnih organizacij*. Koper: Fakulteta za management.

Trobec, Vesna. 2002. Ciljne skupine splošne knjižnice. V *Knjižnice in javnost*, ur. Melita Ambrožič, 59-72. Ljubljana: Zveza bibliotekarskih društev Slovenije.

Trunk Širca, Nada. 2003. *Management nepridobitnih organizacij*. Koper: Fakulteta za management.

Unescov Manifest o splošnoizobraževalnih knjižnicah. 1994. Dostopno prek: [http://www.tol.sik.si/pdf/unesco_manifest.pdf/](http://www.tol.sik.si/pdf/unesco_manifest.pdf) (18. september 2010).

Verčič, Dejan, Franci Zavrl in Petja Rijavec. 2002. *Odnosi z mediji*. Ljubljana: GV založba.

Wadley, Andrea L., Judith E. Broady in Tim E. Hayward. 1997. An evaluation of current public library service to the full-time employed. *Library management* 18 (4). Dostopno prek: <http://www.emeraldinsight.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/> (12. avgust 2010).

Wheelen, Thomas L. in J. David Hunger. 1995. *Strategic Management and Business Policy*. Reading, Mass in drugi: Addison-Wesley.

Wilbur, Robert H., Susan Kudla Finn in Carolyn M. Freeland. 1994. *The Complete Guide to Nonprofit Management*. New York: John Wiley & Sons.

Žnidaršič Kranjc, Alenka. 1996. *Ekonomika in upravljanje neprofitnih organizacij*. Postojna: Dej.

Priloga A: Anketni vprašalnik



ANKETA



Vljudno vas prosimo, če izpolnite sledečo anketo, ki nam bo pokazala dejansko število uporabnikov Knjižnice dr. Toneta Pretnarja.

1. Ali si na svojo člansko izkaznico izposojate gradivo še za koga? (Obkrožite, prosim)

DA

NE

2. V časih si izposodite še za (lahko obkrožite več odgovorov)

moža

ženo

mamo

očeta

za enega otroka

za dva otroka

za več otrok

prijateljico/prijatelja

soseda/sosedo

koga drugega

Hvala lepa in preživite čim lepše trenutke pri branju.



Tržič, junij –september 2010

Priloga B: Transkripcija fokusne skupine

MODERATOR: Pozdravljeni! Danes se bomo pogovarjali o vlogi knjig in branja ter o spodbujevalnih in zaviralnih dejavnikih za obisk knjižnice. Za začetek naj, prosim, vsak navede svoj status (zaposlen, študent ...) in kako pogosto hodi v knjižnico.

OSEBA 1: Jaz sem študentka pedagoške fakultete, v knjižnico pa hodim po potrebi: takrat ko rabim recimo kakšno knjigo za študij, med poletjem malo več, ker je več časa za branje, drugač pa tko ... po potrebi.

OSEBA 2: Jst sem pa že v službi v šoli – prvi, drugi, tretji razred učim. V knjižnico pa hodim tko: kakšno obdobje je, ko pridem večkrat, povezan je mal s službo, ko kaj več rabmo. Tut zdej sem več začela, da za sebe vmes uzamem. K prej sm mela navado, da knjigo morm vzet, pa pač jo morm prebrat in nobena druga stvar me ne sme zmotit. Zdej pa berem tko (zdej sem probala) po koščkih, tko, da jo odložim. In se mi zdi, da zdej tut vmes več pridem. Pa pol med počitnicami več ...

OSEBA 3: Jst pa zdele zadnja leta, k je mal več časa, sem kr bl redna obiskovalka – povprečno ene dvakrat na mesec oz. kukr mi uspe. Zlo se spogledujem oz. me zanimajo tele knjige: osebnostna rast, pa še kšni lahkotni ljubezenski romančki. V kšnih tistih kriminalkah se ne vidm. Aja! Kaj sm? ... Zaposlena sm.

OSEBA 4: Jst sem pa blažen med ženami. Zaposlen. Zdej če gremo tko, obiskovalec knjižnice redko, če se reče leposlovje. Ker zdle uglavnem sm še dodatno študirov, tko da je strokovna literatura tisto, kar si dost pogosto izposojam. Ampak če pa gledamo knjižnico kot leposlovje, k te strokovne literature tle ni, pa redko no ... redko obiskujem.

OSEBA 5: No, jest sem študentka, v knjižnico hodm manj kot bi si drugač želela. Takrat ko mam dopust, več časa.

OSEBA 6: Js sm pa zaposlena tut, v knjižnico trenutno hodm zelo zelo poredko, morm rečt, sem pa zelo razvajena, ker imam sodelavke, ki so stalne obiskovalke knjižnice in mam stalno kakšno knjigo na razpolago. Tko da, recimo, kadar sem v nočni, obvezno kaj berem. Drgač pa zdele komi čakam, da vnuki začnejo hodt v knjižnico, da bom z njimi začela kej bl pogosto.

MODERATOR: Hvala ... Deloma ste sicer že odgovorili na naslednje vprašanje, ampak kljub temu: zanima me, kakšen je vaš odnos do branja. Kaj vam samo branje predstavlja in kaj radi berete – nekateri ste že omenili, pa če bi še kaj dodali ...

OSEBA 1: Ja jst zlo rada berem, že pred malo šolo sem verjetn začela. Še zdej rada preberem kakšne otroške knjige, tut v okviru faksa, tut kupujem si take knjige velik. Drugač pa polet mogoče kej bolj sproščujočga, rada imam slovenske avtorje, recmo Ferija Lainščka in podobne, kakšno kriminalko kdaj, drugač pa za leposlovje nism tok ... Velik preberem takih knjig, k jih rabm za faks – kšne psihologije pa take zadeve.

Drugač berem pa zlo rada. Še sploh polet, zdej pač nekak zmanjkuje časa, tko da ... mogoče manj berem kakor bi pa rada.

OSEBA 2: Jst tut zelo rada berem. Se mi zdi, da zdej tut po otroški literaturi velik posegam. Slikanice, al je to proza, poezija, tut mi je fajn tko za sebe, ne sam to kar rabim za službo. Se mi zdi, da se v otroški literaturi najde velik sporočilnosti tut za odraslega bralca – predvsem v poeziji. Tko da tega si dostkrat kej vzamem. Al pa tut mladinska. Niso mi pa vseč lahkotne, preproste ljubezenske zgodbe. Bl kšna taka, da je mal za dušo tut, no, da ma kšno tako sporočilo. Pa zdej sm probala kriminalko. Zdej sem imela prvo ... pa sem rekla, da bom še kdaj kšno probala, no. Pa tut velik strokovne – mogoče mal na področju psihologije, teh odnosov recimo ... Je pa odvisn od potrebe. Mal s službo kar je povezan, za sebe tist pa je bl skoncentriran čez poletja, k je dopust, pa je več časa.

OSEBA 3: No, jst se tut ob večerih rada umaknem v sobo, pa odprem knjigo. To zdele, zadnja leta. Pol pa različn, sej pravm ... velikrat sežem po čem takem, da se mal sprostim, po kšni lahkotnejši zadevi. Mam vedno tko: eno lahkotnejšo, pa eno ravn tko zravn za dušo, osebnostno rast, po pa mal kombiniram – kakšn večer to, kakšn večer drugo ... Ja, za sebe. Te večeri so bl za mene zdej.

OSEBA 4: Kar se mene tiče, jst sem bral ogromno tam nekje do 22., 23. leta. Jst mislm, da sem bral kr celo knjižnico, kar je blo takrat v mojmu rangi, to se prav bl pustolovske zadeve. Jst se nism spravlov v nek hud leposlovje pa take stvari. Recmo ranga Čarovnica z griča, pustolovsko-zgodovinske ... Potlej je pa pršla luknja. Pač, enostavno pride, pa verjetno se to vsakmu zgodi in jst mislm, da verjetno bo spet enkrat pršlo obdobje, k se bo več bral. Ne vem, mogoče čez 5, 10 let, ko se vsa zadeva umiri, k nehaš tiste svoje obveznosti v službi tok resno jemati ... bom temu tko reku. Ko se ni več treba boriti za kariero, pa neko svojo osebnostno rast, pa bereš sam za zabavo. Jst najraš berem avtobiografska zgodovinska dela, tam noter se jst vidm, pa enostavno iz povezave na tisto, kar delam. Ker enostavno, kar so delali eni večji voditelji oz. voditeljice v zgodovini, se vse nekak lahko aplicira na vodenje ene določene skupine – kaj je treba početi, kaj so počeli, kaj so narobe počeli, pa nasplošno ... zgodovina je bla od nekdej moj hobi. Zdej zadnja knjiga je bla Propad Bizabca - sem jo bral namest sina. Ampak men je potegnil, kljub temu, da je čist esejskega tipa. Take stvari ...

Se prav, bl kot nek pobeg iz realnosti je mogoče tut to, da se nekej naučiš?

OSEBA 4: ... da se naučiš, ja. Mislm, oboje – da se zabavaš, ane, ... kar ti je vseč ... sej če je enmu psihologija vseč, se s tem zabava, pa obenem se še izobražuje. Drugač pa ... časa ni. Blo bi zlooo fino, če bi lahko tko, k je blo pred tistimi leti, k sm reku, ane, da bi lahko šov v sobo, vzel knjigo, pa štiri, pet ur bral. Ni varjante. Ves čas: »Ati, ati, mami, mami!«

OSEBA 5: Jst berem bl tko, lahkotne romane. Pa kriminalke. K itak berem več al mn, da se spočijem pa sprostim. To mi je pač glavni point branja.

OSEBA 6: Glede na to, da sem precej odvisna od tega, kar mi drugi prinesejo, bi lahko povedala, da recimo v službi berejo dekleta (kar si potem sposodm) neki lahkotnega – kdaj če si zlo, zlo slabe volje, pa obremenjen z vsem, potem to super sede. Včasih ti pa nekej manjka, ane, pa iščeš kakšno knjigo, k ti recimo še kej da. Takrat pa pol kej bolj

zahtevnega, včasih se morm pol tut s kero kej zment: »Ti, dej mi prnes kej takega, v to smer ... « Pa mi prnesejo. Mam pa zlo, zlo mal časa, tko da ...

Super, hvala. Kaj pa menite o knjižnici? Kakšno vlogo ima sama knjižnica – zakaj se vam zdi, da jo potrebujete, kaj vam obisk knjižnice v bistvu predstavlja?

OSEBA 1: Ja jest drgač kr rada hodm v knjižnco. Mi je fajn, da je tok knjig, da si vzamem čas, pa prebrskam, fajn je pa tut, da so notr taki ljudje, k mi zanjo pomagat na tistem področju, k ga jest rabm. Recmo strokovna literatura. Fajn je, da mam enga tm, k ga lahko vprašam, pa me bo dejansko znov usmert, pa mi pomagat, pa povedat katere knjige so primerne. Fajn se mi pa tut zdi otroški oddelek. Tam se zlo rada zadržujem – ker je ponavad zelo veselo, pa tko, vse je bl pisano, da te bolj pritegne ...

OSEBA 2: Ja ... sem tut jst tak tip. Zlo se mi zdi pomembno, da me prostor, recmo, ko prideš v knjižnico, da me pritegne. Tut vzdušje, pa osebe k tukej delajo ... ne vem, zlo mi je sem recmo fajn hodt. Ni samo tist: poišč po računalniku, pa da si številka ... Se mi zdi, da knjižničarji pristopjo, pa vprašajo, če lahko pomagajo, predlagajo gradivo. Tko no ... se mi zdi, da je velik osebnega odnosa. V kakšnih drugih knjižnicah si sam kt en uradnik, mam včasih občutek ...

Se pravi, da je tut neka kultura te knjižnice tisto, kar te pritegne?

OSEBA 2: Ja. Ker, ane, knjigo bi verjetno lahko najdu tut kje drugje. Dobro ... mal je zdej tut verjetno prostor, kjer si ... men je zdej tržiška tukej najbližja, zato pridem sem. Sicer pa bi knjigo tut kje drugje najdu. Amapk se spomnim, k sm bla še študentka, sem ponavad najprej tukej potipala, če je, kar iščem. Šele pol sem pogledala na naši – na pedagoški. Najprej sem tle počekirala.

OSEBA 3: No, tko: če bi mogl sami brskat po knjigah, ne vem kok bi jst pol bla obiskovalka, ker jst kr pridem, pa sm mal zahtevna oz. scrklana kar se tega tiče. Pa sam rečem: »Jst bi pa rada neki v tem pa tem smislu,« pa me poslušajo, pa mi pol ponudjo. Niti ne vem naslova, recimo. Tko da mi ta domačnost tuki zlo prija, zarad tega tut hodm sm. Drugač ne vem kako bi – kakšna strašna obiskovalka bi bla drgač. Redko namreč jst pridem, pa rečem: »To pa to rabm«. Jst kr rabm pomoč, jo znam tut poiskat in tko ... (smeh) In so prpravlen pomagat, zelo.

OSEBA 4: Konc? Da nam v besedo skakov ... Jst sem trenutno relativno redek obiskovalec knjižnice. Sam v bistvu lahko pa povem kakšen je moj pogled na knjižnico. Knjižnica ima v bistvu dve vlogi – dve vlogi bi mogla igrat, ane. Ena vloga je v bistvu prostor za druženje, za dve starostni skupini. To so otroci oz. mladostniki, te, tamlajši, pa starejši. To je knjižnca, kar ste zdej govorl – prostor, kamor je treba it, kamor se je treba vsest, kjer se je treba srečat s približno podobno mislečimi, ker mi se zdej vse bolj umikamo v svoj hlevček, ane. V knjižnici pa v bistvu najdeš podobno razmišljujoče ljudi, s podobnimi interesi. Ni pomembna sam knjiga, ki jo bereš. Lahko ti bereš knjigo, ampak če se o njej ne moreš pogovarjat z nikomer okrog, je pač bolj žalostno ... Pomembna je izmenjava mnenj, k rečeš: »Ti, kako pa kej ta knjiga? ... To preber, ta je fajn ...« Pol pa začneš čvekat. Tastarejši od vnukov, pa o tem, kako računalnika ni znov dons pržgat, otroci pa, ne vem ... punce od fantov, fantje od punc, ne vem ... To je čist tko ... To je tist prostor. Srednja generacija pa v bistvu knjižnice kot prostora sploh ne rab. Za njih bi pa skorej mogla bit še ena veja tega udejstvovanja, ne vem, naročim po

internetu, se dostav, pa tako naprej. Ni časa, dejansko ni časa ... To je škoda. Izgubljaš stik z realnostjo, če tko rečem. Ampak če hočeš, da pa ne izgubiš bralca, mu morš pa vseeno nudit verjetno en tak servis. Čeprav starejši se jezijo na ta moj pogled, ker pravjo: »To boš čist razvrednotu knjižnco,« pa tiste odnose, k sm prej reku, ampak bolj da razvrednotiš odnose, kokr da izgubiš čist človeka. Ker un se bo na Cobiss vrgu, al pa na kšn Amazon, ker mu je cenejš dat 3 al pa 5 eurov, pa kupt knjigo, pa še odnosa nima. Pa še e-knjige zdej prihajajo, pa dol vlečejo mulci, k filme pa to ... se bodo kšne črne kopije zdej začele ... Tko da ta dva vidika knjižnice bi blo treba vzporedno razvijati, pa čim večkrat križati, da se srečajo.

OSEBA 2: Pa pol bi se vrnil, ane?

OSEBA 4: Ja, pa mislm, da na starejša leta bi imel odnos vsaj do ustanove, pa bi spremenil svoj način ... Bi ugotovil, da počas si sam, če si sam doma, če knjigo po internetu naročiš, pa bereš. Poanta je v tem, da se morš pogovarjat, ne pa da knjigo prebereš, pa si pol doma pameten. Ti se morš pol vsest, tko k so se včasih, v gostilno, al pa v salon – to je bla pol poanta, ane, to so bli pol načitani ljudje.

Pol misliš, da bi blo smiselno razvijati tudi te dejavnosti, za srednjo generacijo?

OSEBA 4: Ja, sigurno bi blo treba najdt nek način. Sej majo vse knjižnice dons problem s to srednjo generacijo. Otroci berejo ker morjo, ane, ker hodjo s starimi starši v knjižnico, stari hodjo, ker se tam srečajo s kermu .. Ne vsi, no, pač tist, k ma tak način ... Sredina pa šiba, šiba, šiba ... Študentje pišejo obnove od obnove od obnove, k jih najdejo na internetu, sam da je hitro, pa enostavno. Po drug stran pa tut ta današnji čas, pa šolski sistem ... delajo neke veleume iz tamladih, povhn enih podatkov, ne vem kva vse od njih zahtevajo, tko da so tut prisiljeni tamladi po eni strani v ta način, ker ni časa ... mal družabnega življenja mora pa vsak imet, ane.

Hvala.

OSEBA 5: Ja jst načeloma zlo rada hodm v knjižnco. Se mi je tut fajn sprehajat med policam, pa gledat, ker itak ponavad nikol ne pridem s spiskom knjig, kere hočem vzet. Ampak se mi zdi, da res težko najdem čas za to. Če bi mela enga, da bi mi dam knjige prnesu, bi ful brala. Ker doma zmeraj najdem čas za branje. Ampak ... odločt se, da dons grem pa jest v knjižnco, pa prelagam zdej že pomojem en mesec. Tko da, z vidika časa pač ...

Ampak zakaj pa prideš v knjižnico? Kaj je tista njena vloga? Kaj ... da najdeš knjigo?

OSEBA 5: Ja, večinoma to, da najdem knjigo. Da se bom pol zabavala.

OSEBA 6: Jst mislm, da je knjižnca ena taka zlo, zlo pametna oz. potrebna inštitucija. Jst gledam s tega stališča: knjige ... sej jih lahko kupiš. Ampak, ko knjigo kupiš, jo postaviš na polico, potem pa se z njo ukvarjaš – kam bi jo postavu, ker ti je tam v napoto, pa tam v napoto ... V knjižnco prideš, si tm izbereš kaj ti trenutno paše, prebereš, jo vrneš, pa recimo čez nekej časa, k ti že čist drug rang knjige odgovarja, greš lepo po drugo, brez da se ti doma nalagajo. In mi je grozn k prodajajo knjige, pa pravjo: »Ja, pa boste to mel, pa boste za kasnej mel ...« Knjigo lahko iz knjižnce vzameš

kadarkol, če si seveda reden obiskovalec, ane, kar je pa prvi pogoj. Drgač pa zdele recimo gledam ... če primerjam tržiško knjižnico, pa knjižnce z drugih regij (Kranj, Ljubljana), k hodjo moje sodelavke, mam tle v Trziču zlo, zlo fajn uštiman. Že s temi malčki, k začenjajo, pa s šolsko generacijo, pa s študenti. Velik se potrudjo. Mam neki sodelavk, k če je kej takega, tut pridejo rajš kar v Trzič, no ...

OSEBA 3: Tko, ane, ena domačnost. Dušo ma, dušo, ta knjižnca.

OSEBA 1, OSEBA 5, OSEBA 6: Ja, ja.

OSEBA 6: Ja, pravjo, da tut ne dobijo občutka, da jim je kej odveč ... So res na razpolago. Sploh ljudem, k se že tko težko odločmo, da gremo sploh v knjižnico, to velik pomen.

Ja, sej to je tut eno izmed naslednjih vprašanj: kako ocenjujete samo osebje, njihovo pomoč, strokovnost itd. Bi še kdo kaj dodal?

VSI: Ne.

Dobro. Kako pa ocenjujete storitve, kot so podaljševanje gradiva, rezervacije ... Se tega v veliki meri poslužujete, prek česa podaljšujete? Kako je z zamudninami?

OSEBA 3: No, zamudnin se ne bi kej preveč radi posluževal. Podaljševanja pa ...

Pa se jih poslužujete?

OSEBA 1: Ne, jst mam vse to prek Cobissa, več al manj. To mi je najbolj blizu, pa najhitreje je ... Ni treba telefona dvigvat, al pa sem hodt, vse se da po internetu.

OSEBA 3: Ja, veš, to je mladina. Jst sem pa še zmer ... jst sm še una generacija ...

OSEBA 4: ... telefonska.

OSEBA 3: Telefonska.

Pa podaljšate ponavadi, al se vam nabirajo zamudnine?

OSEBA 1: Jst ponavadi kar podaljšam.

Kaj pa same cene – zamudnin in članarin? Kakšne se vam zdijo?

OSEBA 1: Se mi zdi, da v primerjavi z drugimi knjižnicami, je tle še zmeri kar zmerno ... No, to mi je zlo všeč, da imajo otroci zastonj, tut to se mi zdi v redu, da starši ne morjo na otroško izkaznico knjig jemat, ker to se je na veliko izkoriščal ... Cene, se mi zdi, so pa kr normalne, no.

OSEBA 2: Joooj, to je pa področje ... no, pa zdej napredujem ... (smeh). Jst v bistvu bi po Cobissu podaljšala, ampak ne morem več po Cobissu, ker mam knjigo včasih tok časa doma, da noče več podaljšat. Jst ne vem kok je v bistvu po pravilniku, kok časa maš loh v bistvu knjigo doma, ker jst zmeri pokličem, pa rečem, a lahko prosm

podaljšate, pa se zmeri podaljša. No, ne samo od sebe. Zmeri knjižničar na drugi strani ... tko, na roko. Reče: »Morm tle neki nardit.« Se mi zdi, da sem se zlo razvadla. Mogoče da je že kr nekej let nazaj, k so šli zlo, zlo na roko. So tut spregledal včasih kiks in pol tut ni blo zamudnine, pa tko ... In dvakrat se mi je pol zgodl, da sem pa kr močno plačala. Sicer neki je blo znižan, ker je blo res velik, je bla pa šola. Šola tut tko, da ne morš nekak izkoriščat tega bonusa. K res čutm, k da je to en bonus. In da je moja odgovornost, da tut jst en spoštljiv odnos do tega pokažem.

Kaj pa sama višina članarin in zamudnin?

OSEBA 5: Ni veliko. Za eno leto 15 eurov ...

OSEBA 6: 15 eurov. To je sprejemljivo. Več kot sprejemljivo.

OSEBA 4: Ja, jst kot redek uporabnik nimam zamudnin, ane, ampak je pa sigurno, zdej če se vrnem nazaj na tisto, kar sem prej govoril. Sigurno je problem obiska knjižnice, ane. Problem je obisk knjižnice. Pa ne tak, da ti je to odveč, kot zobozdravnik al pa ne vem kaj ... ni ti odveč pridt v knjižnico, ampak odveč ti je čas si vzet. K se morš odločt: zdej pa grem, pa it, pa ponavad takrat, ko maš kakšne opravke v Tržiču je knjižnica zaprta. In morš posebej se odločt, se vsest v avto, al pa na kolo, pa it tja. Tko da kar se podaljšanja tiče, je sigurno fajn, če to lavfa prek Cobissa. Je pa tko: ko časa ni, ni časa za obisk, ampak pol tut ni časa za brat. Ti knjigo vzameš v dobri veri, da boš ta teden bral, maš plan, ampak kot vemo, se ti v 90 % plani vedno podrejo ... Ko pa maš čas, se ti pa ne da v knjižnico ... in na podlagi tega je posledično manj prebranih knjig preko leta, zato je pa tut zamudnin tok – ker te zanima neka knjiga, jo vzameš, bi jo rad prebral, pa nimaš časa, pa rečeš, sej jo bom ... pa podaljšaš, pa to traja dva tedna, pa spet podaljšaš, pa to, po so pa zamudnine, pa ti je nerodno poklicat ... Ne vem no, jst osebno nimam teh izkušenj, ampak mislm, da to tko lavfa – ne pr vseh, ampak pr tistih tanajbolj kroničnih zamudnikih. To ni nalašč, da bi knjigo vzel, pa z njo zamujal, da bi dražil ljudi, ampak tako je ...kar se pa denarja tiče, je pa tko ... do 18. leta imaš zastonj, pol pa enkrat prekoračiš 18, morš pa kar naenkrat plačat. Pa ti je čudno – kaj, zdej sem imel zastonj, zdej moram pa kar naenkrat plačat ... Pa si misliš: zdej je blo skos zastonj, zakaj bi zdej plačal?! Takrat je filozofsko gledano 5 eurov veliko, ki jih morš plačat. Tko, ane, od nič do pet je velika razlika, kaj šele do petnajst. Drugač pa če tko pogledamo, je pa 15 eurov malo, zelo ugodna cena. Samo ta filozofija ... no, ko jo enkrat premagaš, je ok. Sej jo morš, ane ... Ampak to smo pa tko navajeni, če je blo neki zastonj, pol morš pa za isto stvar kar naenkrat plačat, se ti pa sigurno zdi velik, ane ...

OSEBA 3: To pa res, ja. Čeprov, kar se časa tiče, na to gledam zdej jest mal drugač. Pač, čas je, pa ni časa ... odvisno kaj si vzameš za prioriteto. Jst zdej že kar nekaj let televizije nč ne gledam. Rajši grem v sobo zvečer, pa vzamem knjigo.

OSEBA 4: Drugač pa ja, midva z Osebo 3 zdej kot mal starejša bralca ... je blo to včasih drugač kt je zdej. Ni blo interneta, ni blo Facebooka, ni blo takih družabih omrežij. Če si hotu kej počet, si mogu brat. Televizija je mela program do sedmih, zajček je skoču ven, pa cik-cak, si mogu spat. Še mal poročil gor, drgač pa nč, tema je bla na televiziji, si mogu spat, al pa v luft gledat. Enostavno si lahko več bral in si se temu prvadu. Zdej je pa poln drugih stvari. Tko k si ti rekla: vzeti si morš cajt ... ja, lahko, vzeti si morš cajt, sam takrat si zbirov med dvema zadevama – al si šov spat, al si

v luft gledov, al pa si brav. Zdej maš pa sedm, osm stvari za počet in že najdeš mogoče eno ... k ljudje smo lena bitja. Recimo do šestih si bil na faksu, pa si ob sedmih, osmih dam pršu, verjamem, da nisi tok spočit, da boš šov zdej enga Kafka brat. Enostavno se zlekneš na kavč, pa gledaš enga Hausa, mislm ... pa še to je dost visok nivo. Vrjetn še kej družga. Pa tut to zmanjšuje pol posledično obisk, branost, pa take zadeve. Ker če pa 10, 15, 20 let ne greš v knjižnico, pa kr obstojiš, ane, ti je pol nerodn. Ne morš pol kr pridt, pa rečt: »Lejte, sej nek sm še vpisan. Dejte me probat poiskat. Pod 007 številko.« Kar pomen, da si biv tasedmi obiskovalec vpisan v knjižnico ... Vsi smo tko navajeni, ane, da nam je nerodn. Ker če 10, 15 let neki ne koristiš, ti je kr zlo težko pol nazaj pridt, ane. Po pa odlagaš, odlagaš ...

OSEBA 6: Ja ... jst sm tut predhodnikova generacija, mogoče še mal starejša ... Jst bi rekla, da se mi te cene ne zdijo visoke. Ampak, glede tega podaljševanja, čist tko, z mojga stališča recimo, bi blo pa fajn nekje v knjižnici al pa nekje met en objekt al pa vitrino, kjer bi ble knjige, ki so že skorej odpisane, pa jih niso še na smetišče peljal al pa potalal ... pa bi jih imel kot knjige, kjer ni rok 14 dni al pa tri tedne za podaljševanje. Ti bi se registrirrov, pa jo lahko mel tut recimo celo leto ... to bi blo meni recimo zelo, zelo pozitivno. Pa mislm, da še marsikomu drugmu tut ... Ker mislm, da jih je kr nekej takih, ki bi recimo dons mal prebral, pa pol mal ... pa ne roman. Roman morš brat, ker če ne se ti nitka zgubi. Ampak kšne druge take stvari. In bi bla recimo zlo ena taka ponudba, ne lih tržna niša, ampak neki, no, k bi blo pomojem fajn. K sigurn majo v knjižnici take knjige za odpis. Pa da bi biv nekje en predalček, al pa prostor, kjer bi ble take knjige, za katere bi rekl: »Tle jih mate, preberte, ko boste, pa prneste nazaj, da bo mo mogoče še kdo drug vzel ...« To bi blo men recimo zlo, zlo blizu.

OSEBA 4: Strokovno bi se temu rekl shramba knjig na domu za knjižnico ...

OSEBA 6 Tut sem se v službi s puncam pogovarjala, to ni le moja želja, ane, ampak še od marsikoga.

Tko kot kšni barčki v Ljubljani – ko prineseš knjigo, pa jo zamenjaš za drugo?

OSEBA 6: Ja, ja. To se mi zdi zlo fajn. Tko mam mi tut npr. v službi z revijam ... Kerakol revije kupuje, to se ne meče v smeti, ampak je tm, pa se to pol menja ... ker nekatere stvari se da tut še čez en let brat.

Oseba 5, bi še ti kej dodala?

OSEBA 5: Men se zdi drugač ta rok, tri tedne, čist zadost. In pol če lahko še podaljšam, je to že šest, pa še enkrat, je devet ... men se zdi to čist preveč. Ker pol knjige dejansko ležijo v omari in jih noben ne bere ...

OSEBA 1: ... če ne prebereš v treh tednih, jih tut pol v šestih, pa v devetih ne boš.

OSEBA 5: Ja, ja.

OSEBA 6: Jst pa mislm, da je bl tko, kt je rekla Oseba 4, ane. Ti maš željo zdele da bi prebrav, pa se ti vmes neki zalom, pa nimaš časa. Za takrat pride to v poštev.

OSEBA 1: Jst jo grem pol rajš še enkrat iskat. Sploh pa če je knjiga aktualna ...

OSEBA 5: Ja, sej to, da ne leži doma, pa da jo rajš kdo drug vmes prebere.

Tole me zanima, kar je Oseba 4 že izpostavila. Da greš po opravkih, pa je knjižnica zaprta. Se vam zdi, da je odpiralni čas knjižnice prekratek ali pa neustrezen za vaš način življenja? In kako izgleda vaša tipična pot v knjižnico – pridete spotoma, ko greste po opravkih, ali jo obiščete namensko. Kaj v knjižnici počnete ... ?

OSEBA 1: Ja, jst grem ponavadi spotoma, ko grem iz faksa, al pa če sem tle v Tržiču, grem pol še v knjižnico. Takrt recimo, eno uro časa, je zame že ogromn ... pol urce recimo sm v knjižnici. Nikol pa ne grem (mogooočē kdaj), da točno vem katero knjigo bom vzela, drugač pa pridem, da mal pobrskam, si kaj izberem ... Zdej že tok časa hodm v knjižnico, da vem, kdaj je odpiralni čas in mi to ne predstavlja nobenih problemov. Se pač tko zorganiziram, da takrt pridem, za pol urce, vzamem, pa grem. Tut to je fajn, da je ob sobotah – čeprav to je mogoč bl fajn za kšne mamice, pa otročke, da mal pobrskajo, k majo starši več časa za vikende. Drgač jst pa več al mn med tednom.

Ponavadi, če si kje na poti?

OSEBA 1: Ja, ja, ko sem na poti. Nikol ne grem v Tržič sam zato, da bi šla v knjižnico.

OSEBA 2: Jst tut mislm ... no, kdaj pride zadrega, da maš opravke, ko knjižnica ni odprta, ampak drugače si pa splaniram tko, da pridem spotoma recimo ... grem pa tut prov od doma, če kako zadevo nujno rabm. Se mi zdi pa tut, da smo tko ... kr vesplošno brez časa in nam grejo tut te trgovine in vse na roko – odpiralni časi v neskončnosti ... ne vem, se mi zdi, da to ni več človeško. Še vseen mislm, da je to bl na trženju – knjižnce pa ne vidm kot tak prostor. Mislm da je odpiralni čas čist zadovoljiv. Da je vreu tko, k je. Pa vse te naše muhe ... se mi zdi, ja, nekej je stil življenja, ampak smo pa tut že kr razvajeni. Vse bi radi takrat, k se zmislmo.

Obiski so pa zlo različni – včasih raziskujem, izbiram, včasih mam pa tut kar izoblikovan, pa se na koga obrnem.

OSEBA 3: Men je tut v navadi, da grem ponavad po službi, se spotoma ustavm. Včasih ... kako nej rečem ... polet se mi pa včasih zazdi, k smo mal več doma ... takrat mi pa včasih zmanjka za brat. Takrat pa rečem, o ker dan že je, a je do petih a do šestih ... No, takrt pa vidm kdaj problem, da ne pridem dost hitr do knjige. Kako je že - do šestih, ane? Sploh k je polet še mal daljši dan, tko da ... Drgač je pa res tko k je predhodnica rekla, da smo kr mal razvajeni s temi trgovinami ... Se mi zdi, da če hočeš v knjižnico it, boš že najdu primeren čas oz. čas za obisk. Tko da verjetn je tut tko čist uredu, kakor je ... Včasih polet pa mogoče, da mi pol kdaj uide, no ...

OSEBA 4: Zdej tko: pomembno je, kje stanuješ, ane. Enim je to usput, ampak jst mislm da večini obiskovalcem knjižnice ni to mem grede. Da morjo namensko pridt v knjižnico. Zdej govorim recmo o dobri polovici. Jst se popolnoma strinjam: 1000 obiskovalcev, 1000 želja, kdaj bi mogla bit knjižnica odprta. Tut ponoč bi kšn hotu imet. To je nemogoče, ane. Taprav čas določē, to bi se dal hitr pomojem narest eno študijo – gledat 2, 3 mesce frekvenco obiskov, pa bi lahko pršov do zlo optimalnga odpiralnga časa za večino – tko kt sm reku: za vse nikoli in nikdar. Ampak tko k je rekla Oseba 3, jst tut vem, da polet je mal krajš, ane, pač to so tiste zadeve, k so skos ble iz preteklosti ... To je po eni strani čudno. Ker je knjižnica ena prostočasna dejavnost, vsaj za

večino. Za zaposlene ne, no, zanje je služba. Tko da je poletni krajši delovni čas mogoče mal protisloven, saj majo ljudje takrat več časa. Mogoče bi ga bilo treba vseeno mal bolj približat obiskovalcem. Ker poleti je dolg dan, prideš iz službe, greš domov, kaj postoriš, preštihaš vrt ... bral bi pa pol, ane, ob osmih zvečer, ko se shladi. Recimo pozimi jst sploh ne vidm problema. Je do šestih odprta ... to je kr relativno uredu čas

OSEBA 3: Je tut že tema ob štirih. Pozimi že ob štirih razmišljaš, da boš knjigo v roke prjev.

OSEBA 4 Ja. Pa sej to je težko rečt. Če bi 500 ljudi vprašal, pa bi dobl 500 različnih mnenj. Ampak tole bi se pa res dal mal matematično statistično določt.

OSEBA 3: Ja. Ampak je pa tukej res mogoče mal problem ... poletja in to. Bi lahko recimo kak dan od 10h do 19h npr. Sej ne ves čas. Samo kak dan mogoče ... Ampak ne pol sredo – k majo že vse uradne institucije. Takrat majo vsi.

OSEBA 6: Sicer bo pa kmal pršev čas, da bo nastal knjigomat, recimo. Tko kot je bankomat.

OSEBA 3: Ja, sej to že majo ... ampak je samo za vračanje.

OSEBA 6: Aha, to je samo za vračanje. No, pa da bi bil tak, da bi lahko naroču, sicer je to spet povezan z internetom in računalnikom, ampak da bi recimo dopoldne naroču, pol bi pa popoldne pršov iskat ...če bi odtipkal recimo svojo kodo, pa bi tista naročena knjiga vn pršla. To je recimo, ena taka zadeva ...

OSEBA 4: Sej to se v bistvu da. Sej tistih izdaj je recmo sto, k bi ble prek tega ... in če bi ble recimo po številki, pa bi dobu po sms-u številko knjige ... No zdej mal fantaziramo. Ampak da bi vtaknu recimo svojo člansko noter, da se identificiraš, odtipkal tisto številko, ker je tvoja številka shranjena ... To bi bil tak zlo enostaven knjigomat. Da ne moreš nepooblaščen not pridt, ane, pa da so knjige naštimane.

Ampak to bi razvrednotilo prav tisto, kar vam je všeč – to domačnost, osebni stik z osebjem ...

VSI: to je samo za pokrivanje te srednje generacije ...

OSEBA 6: al pa izključno za kdaj pa kdaj.

OSEBA 4: Jst grem tut rajši noter na banko, ampak za kdaj, k nimam časa, mi je pa super, da ni treba noter.

Še Oseba 5 ...

OSEBA 5: Glede časa se zdi men uredu. Pa tut polet, če sta dva dneva popolne, se lahko vsak organizira, da takrat pač pride. Pa tut glede obiska ... jst zmeraj pridem načrtno v Tržič, sam zato, da grem v knjižnco. Zato pa tut tok malkrat pridem, ker men je to tut tko, cel projekt, da pridem v knjižnico. Mogoče bi večkrat pršla, če bi blizu živela, al pa če bi imela več opravkov v Tržiču.

Kaj pa parking? Tudi to vpliva na vaš obisk?

...Vzdih ...

OSEBA 6: Dons smo tko razvajeni, da se morš do vrat prpelat. Včasih recimo smo šli v tisto trgovino, k je mela velik parkirišče, da si parkirov, nakupu, pa šov ... Zdej smo se res tko razvadl ... nekam te naročijo, pa rečeš: »Ja, a pa mate za parkirat ...?« To je velik problem. V Tržičo je že tko, na splošno zlo velik problem s parkiranjem.

OSEBA 2: Jst včasih ful vzamem in pol si rečem: joj, ne vem, a zdej bom s celim kupom knjig tlele hodila? ...

OSEBA 6: ... po celmu Tržič, ane?

OSEBA 2: To, to mi je ... Zdej če greš po eno, dve recimo, ni problem. Ampak včasih pa ...

OSEBA 5: Ampak sej tist parkiriše pr BPT-ju je drgač dost bliz. Dokler bo še brezplačen.

OSEBA 6: Ja no, za tistega k nima cajta, ni to čist nč bliz. Pa za mamice z otroki tut ...

OSEBA 5: Ja, sej to je pa res.

OSEBA 1: Pa velik je starejših ... Pa tut tko, v slabem vremenu tm dol ne pride v poštev.

OSEBA 5: Je pa res, razvajeni smo. Včasih si pršov z avtobusom, pa od tm naprej, k te je avtobus dol vrgu, si mogu it peš ... dons smo pa res navajen do vrat pridt.

OSEBA 3: Jst tut mislm, kar se parkirišča tiče, da je zlo odvisn od obdobja k hodš v knjižnco. K so mejhni otroci, ti je to zlo velik problem lahko, da morš deleč parkirat. Pol k si pa v mojih letih, pa k te doma noben več tko hudimano ne rab, pa k ti je vseen, če kšn meter nardiš, ti je pa čist vseen. Jst se zdej nč ne sekiram, če pr BPT-ju parkiram. Ampak če je pa slabo vreme, se mi pa tut tist dan, tut če mam za zamenat it, ne da it tjale v luže, pa se rajš domov zapelem. Tko da parkirišče vrjetno kar je problem ... Sam ne vem če se da kej rešit ... Za določen obdobje, sej pravm, pa v kšni poledici tut kak teden ne grem, pa morm pol klicat, če je pa lepo vreme, se pa odločm, pa grem.

Dobro, mi pa še povejte, po kaj pridete sem? Pridete izključno po knjige, ali se poslužujete tudi računalnikov, glasbe ... Ali kaj tehnološkega pogrešate ali menite, da je tehnologije dovolj?

OSEBA 1: Jst v knjižnico pridem po knjige. Filme, CD-je ... to ne. Tut doma, da bi kake filme dol vlekla, jih ne. Če kdaj na televiziji kej pogledam, po CD-je tut ne hodm, velik otroških tko dobim, od mami, si jih presnamem, drugač pa sem samo po knjige. Mogoče pogrešam tko, k so mel v knjigarnah Vale Novak, k si mel kotičke, da si se loh nekam dol usedu, pa mal knjigo prebrskov ... pa če maš čas, je to zlo tko ... Računalnikov je tok k je, to kadar pridem, so ponavad trinajstletniki gor – bl igrce, pa take stvari, ampak je tut fajn ... za ta računalniški tečaj sm slišala, da je zlo obiskan. Sm

tut slišala, k so govorl, da kako je fajn, da so se starejši naučl spoprijemat z računalnikom ... Drugač pa men je knjižnca še zmer tista klasika. Ne rabm zdej moderne tehnologije. Mam rajš tko, da je bl vzdušje, da po knjigah diši pa tko ...

OSEBA 2: Ja jest bi se tut pridružla tvojemu mnenju, no. Mi je fino, da gre v korak s časom. Se mi zdi, da so kr opremljeni z računalniki pa tko, ampak jst zdej za sebe rečem – ne vem, no, če sem enkrat to izkoristla, to možnost. Filme smo sam takrat enkrat, k nam ni delala televizija, da smo pol gledal, ampak zlo redko, no ... Al pa če rabm kšno musko, izrecno da pol tle kej poiščem. Drugač pa še zmeri se mi zdi, da prioriteta so kr knjige. Se mi pa zdi prov tut tko razmišljat, sledit tem trendom. Tut tko mi je vredit, k je čitalnica ... en čas sem tut te pedagoške revije dost gledala, pa se mi zdi, da je tut zlo dobr založena ta knjižnica. Se mi zdi, da zlo pogosto, praktično zmeri dobim tist, kar si želim – gradivo. Pa tut medknjižnično, za tiste potrebe, k jih mam jest. Mogoče tut, da bi se dal še kej, ampak ...

OSEBA 3: No, men se tut sigurn fajn zdi to, da je možno v knjižnici še kej družga, to se prav od uporabe računalnika, pa do teh izposoj kaset oz. CD-jev, če prov sama se tega ne poslužujem, ampak fajn se mi pa zdi, no ... Pa tut to, recimo tisti k pridejo sm, so v fajn vzdušju tlele, tko da ... Sama pa sam bl po knjige hodm, ja.

OSEBA 4: Jah, knjižnca je knjižnca, ane. Že sam ime pove. Jst mislm da se nikol ne bo prjel ne vem kakšne fonoteke, al pa videoteke zravn. To je bl pomagalo, bom reku, al pa bl bergla za reševanje teh socialnih problemov. Mislm, da večina ostalga, kar se korist, se korist zato, ker enostavno eni niso imel, al pa tut niso hotl temu namenjat denarja, da so gledal določene filme. Drugač so pa verjetno ljudje, ki sploh ne berejo, k se tega poslužujejo. In verjetno tut nikol ne bodo bral. Drugač za večino tistih, ki so pa bralci, za njih je pa to čist obstranska zadeva. Težko sodim, no, ker do zdej smo vsi neuporabniki tega ... to bi mogu tist povedat, ki to uporablja. Ampak jst mislm, da je to res obstranska zadeva. Zdej pa, kje novitete iskat in iti v korak s časom, pa ne vem ... jst mislm da bolj na področju družjenja, tečajev, izobraževanja, bolj kot na takih stvareh ... Zdej z razvojem te tehnologije, ko si lahko sposojaš doma prek televizije (Siol in to), je to tko enostavno, da tisto sekundo, ko hočeš videt film, ga lahko pogledaš ... To gre svojo pot. To ni knjižnica. Knjižnica naj bodo knjige, pa dodatno izobraževanje. Pa to ne zato, da se boš ne vem kaj naučil. Bolj zato, da se jih par najde, ki jih zanimajo iste stvari (npr. štrikanje nogavičk), pa to delajo, se družijo in se menijo o stvari, ki jih zanima. Tema ni pomembna. Pomembno je druženje.

OSEBA 5: Jst v knjižnico itak hodm sam po knjige. Se mi pa zdi fajn, da so računalniki in da je internet. Ker mogoče so še vedno kaki otroci, k tega doma nimajo in da imajo možnost na ta način tut do tega pridt. Ker pomojem je dost takih še v Tržiču, k niso tok opremljeni kot ostali ...

OSEBA 6: Kljub temu, da ima računalnik, mogoče nima interneta ...

OSEBA 5: Ja, ja.

OSEBA 6: K je to še dodatno plačljiva zadeva.

OSEBA 4: No, nekej sem pa mogoče pozabil ... Tega se pa ni nihče dotaknil, da ima knjižnica dostop do vseh zadev, ki jih rabiš pri študiju, da ima dostop do raziskav, ki so

plačljive – da ima baze podatkov – od pravnih, do ekonomskih, zemljiško-knjižnih zadev ... Te baze podatkov, k jih rabiš 1x, 2x na leto. Da bi to blo tukej. Da se lahko vsedeš, pa ti usput nardiš ... pač kdor to rabi.

Sej to je tukej. Tax-fin-lex in Ius info. S knjižničnih računalnikov lahko dostopate do teh baz. Niste vedeli?

VSI: Ne ... Jst tut ne vem!

OSEBA 4: Ker to se pri študiju velikrat rab, ane. Doma pa ne morš do teh baz pridt, ker so plačljive in se ne splača jemat. To je pa treba ohranjat, pa še propagirat, ane ... Pa treba je, da je ena baza sam za to. Da niso vsi računalniki zasedeni z otroci ...

OSEBA 1: Jst kar rabim za faks, to dostopam prek fakultete. To mam tam vse te baze, precej jih je zastonj ... Za kaj takega, kar rabš v vsakdanjem življenju, to pa ja, ni nikjer oz. ne veš ... Bi mogl bit bolj obveščeni.

Ok. Gremo naprej. Skušajte se spomnit, kako ste nazadnje kupovali knjigo. Kdaj je to bilo, pa če mi lahko opišete proces tega nakupa?

OSEBA 1: Jest sm ne tok dovg nazaj naročila dve knjigi Mimovrste, to sta ble od Svetlane Makarovič ena knjiga, pa Umazani Berti. To so take smešne, meni zlo blizu knjige ... Tm sem jih naročila, ker prek njih dobivam obvestila in takrat so ble tut neke knjige ... in sem tedve naročila. V dveh minutah sem vse mela. Naslednji dan sem dobila. Je blo zlo hitr. Tko enostavn, pa ni mi blo treba nikamor it. Mela sem še neki popusta pr njih ...

Kakšne knjige potem kupuješ – kdaj je knjiga dovolj dobra, vredna tega, da jo kupiš?

OSEBA 1: Največkrat kupujem otroške knjige, kake knjige za ustvarjanje. Velik pa kupim tut kuharskih knjig, ker me to tudi zanima. Leposlovja pa tega pa načeloma ne kupujem. Rada kupim knjigo za darilo, to mi je tut zlo fajn, drugač pa ja ... to zvrst knjig, več al manj.

OSEBA 2: Jst si knjigo zlo redko kupm. Za darilo jo zelo rada dobim, mi je to lepo darilo ... Al pa za koga družga – za nečakinjo recimo. Včasih spotoma v kaki knjigarni mi kera pride pod roko, pa me nagovori, k vem, da ji bo všeč. Al pa da je kdo govoril o tisti knjigi, pa da si jo želi recimo, pa da je ni dobil ... Ne vem, na ta način. Kupujem v knjigarni. Se mi zdi, da moram knjigo v roko prijet, da je ne morem kar tko kupit. Drugač pa zelo redko kupim. Akcije so mi mem. Se mi zdi, da potrebujem, da me nekaj nagovori. Da začutim potrebo, al pa jo za nekoga družga.

OSEBA 3: Jst tut nč kej preveč ne naročam. Grem kr pogledat. Drugač sem pa kupla mal nazaj eno. Sm slišala za eno dobro knjigo, pol sem si jo pa v knjižnici sposodla, pa prebrala, pa se mi zdi, da je imela tok enih pametnih stvari notr, da sem rekla, da bi jo kr mela. In pol sem šla po tistem, ko sem jo že prebrala, in si jo kupla. Tko, da je že preverjeno.

OSEBA 4: Jst zadnjo knjigo, ki sm jo kupu, je bla študijska. Jst jih kupujem ne. Včasih sem kupoval pr Svetu knjige, ampak mislm, da to je tko, kot je že Marija rekla, tega se ti lahko nabere še in še ... Tko, mislm, tisto kar maš doma, te ne zanima. Tut če si jo kupu. Enkrat si jo prebrav, zdej pa ... Kupim pa v bistvu vse krajevne knjige – domoznanske. To je pa tisto, kar tržiška knjižnica zdej še nima dobro zrihtano – domoznanskega kotička. No, to jst vse kupm. Pa ne tok za zdejle, ker zdej je to neuporabno, ampak mogoče čez ene 10, 15, 20 let je pa zlo zanimiv pogledat noter, ker poznaš ljudi, poznaš kraje, pa take zadeve. Fajn je brat take knjige, k se noter mejčkn vidš. Zanimivo je, če poznaš akterje noter. To recimo kupim. Drugač pa mi je brez veze, tko k so včasih delal knjižnice doma – to je blo pred 150 leti uporabno, k ni blo knjižnic. Danes pa mam knjižnice in je to brez veze domača knjižnica ni več odraz neke kultiviranosti, ampak tega, da imaš preveč denarja in ne veš kam bi z njim, al pa da bolj pameten zgledaš, če imaš več knjig doma, pa hočeš bit bolj fin ...

OSEBA 5: Jst nisem kupla še nobene, razen študijske.

OSEBA 2: No, to se pa jst spomnim. Da pred maturo smo pa kr kupovali knjige. Ker knjižnica jih ni mela dost, pa nam je tut profesorca rekla, da naj mam kar svoje.

OSEBA 6: Jst pa zdej zelo velikrat kupm knjige. Ampak sem v tem obdobju, da me pogosto vabjo na kšne otroške rojstne dneve in sem mnenja, da imajo otroci igrač absolutno preveč. In če me kamorkoli kdo povabi, že ve, da bo dobu knjigo. Al pesmice, al zgodbice, al karkoli ... igrač sigurno ne. Tko da zdele sem kar pogosto v knjigarnah. Kupujem v knjigarnah, ker morm tut pogledat, če je men knjiga za tistega otroka fletna. Mičkn moraš otroka poznat, al pa da veš kaj bi mu manjkal, pa mu doma tega ne dajo.

Zdej pa lahko kar pri tebi začnemo, k praviš, da dost nakupuješ knjige ... Zanima me, ali si za nakup romana, k ti ga nekdo priporoči, pripravljena plačat 20 eurov in več oz. kakšne se ti zdijo cene knjig pri nas? Kakšne se ti zdijo optimalne cene romanov, strokovne literature ... ?

OSEBA 6: Romanov ne kupujem. Ne vem tut zakaj bi jst roman brala 5x, 10x. Za kake posebne zadeve, to ja ... je včasih tut lažje dost denarja dat, če ti dost da knjiga. Sam veš pa ne kok ti bo dala – razen če jo poznaš. Za tako knjigo bi lahko dala kar nekej denarja. Za strokovno ne vem ... jst bi šla take stvari rajš v knjižnico iskat. Res, razen za tisto, za katero vem, da jo bom 100x v roke vzela.

Kaj pa slikanice, ki jih kupuješ ... kakšna se ti zdi njihova cena?

OSEBA 6: Za moje pojme so slikanice kar dost drage. Pesmice ... za Župančičeve pesmice morš dat 20 eurov. To res ni dostopno vsem otrokom. Pa starši, k morjo že tko dat ogromno denarja, za hrano, pa za oblečt ... in za knjige bo rekel: »Oh ...« Bo rajši avtoček za 3 eure kupil, knjige za 3 eure pa ne dobiš, ane. Te stvari, se mi zdi da niso ... jst bi te stvari cenejše mela, če bi mela priliko. Sam pol pa spet ... pejt pa v knjižnico, če nimaš dost denarja za te stvari ... Ampak otrok mora doma imet knjigo, ki jo ima rad. Ki jo lahko velikrat v roke vzame. Zame so pa to predrage knjige.

OSEBA 5: Jst nimam nobene potrebe, da bi knjige kupovala. Razen recimo kakšno strokovno, recimo za faks – za te sm pa pripravljena kar dost denarja dat. Mislm ... itak so drage ...

Pa se ti zdijo predrage?

OSEBA 5: Ja, ja. So predrage.

OSEBA 1: Ja, profesor napiše knjigo, pa jo morš kupt, ker bo izpit po njej ... Drugač pa jst tut te knjige kupm, ker se mi zdi, da mi bodo tut pol koristle.

OSEBA 4: Ne bi kupoval. Cena knjig ... jah, predrage? Ja pa ne. Zdej za une k proizvajajo verjetno že morjo met take cene, da se jim splača, za kupt pa ja, so predrage. Sej maš te papirnate izdaje, pa žepne izdaje, sam to je tko ... za prebrat pa vršt. Čim je pa knjiga kvalitetna, je pa tko ... pocen je ne morjo naredit. Tko da mora knjižnica svojo vlogo odigrat. Nimam potrebe po svoji knjigi. Pa tut, za 3 eure je ne morjo narest, tko da ne vem. Verjetno že majo kar nekaj stroškov ...

OSEBA 6: Sam Župančič pa to ... to so ponatisi ...

OSEBA 3: Seveda je to predrago za otroke.

OSEBA 4: Uglavnem, predrage so. S strani uporabnika so predrage. Tut zato ker ni tko, da če ne prebereš vsak dan ene knjige, boš umrl ... pol bi ble cene vrede. Ampak ker pa to ni ista potreba kot po toplem domu, polnem želodčku, so pa predrage. Pa zato, ker si jih lahko sposodiš. Sej če bi šel lahko po kos kruha v kruharnico, recimo, z izkaznico, ga tut nihče ne bi kupoval. Bi ga vsi hodil tja iskat ... bi bil tut predrag za kupit. Zato bi bil predrag.

OSEBA 3: Hja ... al pa hodmo zato v knjižnico, ker so tok drage knjige. Če bi jih za 2, 3 eure dobil, bi jih pa tut kupu.

OSEBA 4: Ne bi.

OSEBA 6: Ne, k jih nimaš kam dshranjevat.

OSEBA 3: Sej ne da bi kr vse kupoval. Ampak tiste, k so ti všeč. Jst sem tut zdej zadnji dve kupla, ker sta mi bili všeč in sm jih hotla met. Če bi ble cenejše, jih bi blo mogoče pa več ...

Zdej me pa zanimajo še elektronske knjige. Kaj menite o njih – kako komentirate tezo, da bodo elektronske knjige v prihodnosti izpodrinile klasične, papirnate knjige?

OSEBA 5: Jst sem za klasiko.

OSEBA 1: Jst tut.

OSEBA 5: Všeč mi je občutek knjigo prijet v roko, pa to, da veš, da jo je že nekdo bral. Pa tut kaka packa noter ... veš, da ta knjiga živi. E-knjige, to pa ne vem. Jst sm čist proti temu.

OSEBA 3: Mogoče, k se bo generacija zamenjala, da se bo to bolj prijelo. Mi smo pa še klasična pomojem. Jst nekak ne morem brat iz ekrana – jst si sprintam tut v službi, pa vse sprintano preberem.

OSEBA 4: Sam je pa tko ... tehnika gre naprej. Sigurno bo ta zadeva ratala velik bolj prijazna za uporabnika, prej ko slej. Zdej zaenkrat migljajo – tut najboljše e-knjige migljajo. Ni tko k papir. Sam dobr ... to gre naprej. Tko k men nobena računalniška igrice ne predstavlja nobenega veselja, nč mi ne predstavlja, dočim mlajše generacije se kr tresejo. Pa ne sam otroci. So tut fantje med 25. Im 30. letom, k so totalno odvisni od tega ... ker so rasi s temu. Kar pomen, da se pomika to počas gor. To pomen, da bojo počas stari 40 let, pa bodo posiljeval svoje otroke s tem, čeprav bodo po neki družga prhajal. Ampak vseen, vzorec gre naprej. Ta knjiga bo sigurno prednost. Prvič zato, ker ne rabi prostora na polici, nadomešča vse to, kar smo se zgobvarjal ...

Pa se vam zdi možno, da bi jih popolnoma izrinile?

OSEBA 3, OSEBA 4: Ne, ne ...

OSEBA 3: To pa nikol. Tko k banka. Vzoredno bo ...

OSEBA 4: Vzoredno bo. Obstaja pa vrianta, da v roku stotih let tut več papirnate ne bo. Zarad večih stvari: ekologije, proizvodnje papirja, stroškov ... Elektronske ne rabjo nobenega tiskanja – k jo enkrat napišeš, jo samo distribuiraš, pošiljaš lahko po internetu ... Moment, ko jo plačaš, jo že dobiš. Ampak zdej smo še taka generacija, k jo je treba v roke prjet, more zadišat, pa tko naprej. Zdej zaenkrat še 3, 4, 5 let ... vsi bodo hotl met papirnato. Ampak, se zadeve spreminjajo. Sigurno se bodo spremenile. Pa drage so stvari zdej še.

Še to: Kaj iščete v knjigah in kaj na internetu? Za katere informacije knjiga in za katere drugi mediji?

OSEBA 1: Ja jst recimo knjige berem tko, več al mn iz užitka, študij tut, da se kej novga naučim, kšne informacije. Na internetu pa mogoče bl to, vsakodnevne novice, kakšen časopis lahko prelistam bolj na internetu kot pa fizično. Na internetu imam tudi bolj ta socialna omrežja. Knjige mam pa res za to – mal za sprostitev, mal pa tut za učenje.

OSEBA 2: Jst bom šla mogoče z druge strani. Res, računalnik tko za preletet, za kšne kratke stvari. Da bi zdej tm sedel, pa iz njega bral, to jst res ne bi ... Že to se mi je zdej pojavla misel pr teh knjigah. Jst ne vem - bi jih stiskala vn.

Se pravi: za iskanje in pridobivanje informacij računalnik, za poglobljeno pa pol knjiga?

OSEBA 2: Tako, ja.

OSEBA 3: Jst isto. Internet pa računalnik za informacije, vsakodnevno pridobivanje informacij, branje knjig pa čist za sebe. Za svoj notranji svet.

OSEBA 4: Jst isto, tko k je rekla Oseba 3. Ampak večina pa uporablja lih obratno. Zbiranje informacij, pa za študij - internet, ker je to hitro ... tut za šolo. Čeprav je to totalen zasuk navzdol, kar se tiče nivoja. Ker na internetu se pojavljajo tudi take bedarije ... Ni cenzure. Je pa res, da je to hitro dostopno, hitro najdeš. Tko da mislim, da bo to vedno bolj za študij. Da bo ratala knjiga vedno bolj za zabavo. Ker tut v knjigi težko najdeš. To morš vse prebrat ... Bereš 4, 5 ur, da napišeš pol eno stran. Internet bo zmagal, ker smo komot.

OSEBA 2: Ta napor, ja ... Ker pr knjigi se mi zdi, še vedno rabš bl ...

OSEBA 4: Drugač pa tko, če boš kupoval mikser, to pogledaš na internetu, pa take stvari. Prej si mogu brskat, zdej pa informacije pridejo na dom ... Ampak! Spet ne vse – skos bl so cenzurirane, skos bl so posiljene ... Pa tut, več bo čenč, bl se bo narod poneumljov.

OSEBA 3: Ja in pol lahko naredimo zaključek, da nas bo računalnik s to svojo agresijo in pol s tem cenzuriranjem poneumljal še bl.

OSEBA 4: Ne, am ... manipuliral bodo. Že zdej se manipulira. Vsi vemo. Če je laž, pa jo večkrat ponoviš, postane resnica. Informacije pa niso zmeri resnica ...

OSEBA 5: No, men je tut knjiga sprostitev, zabava, internet pa bl nuja kt kej družga. Nikol ne grem na internet zato, da bi časopis prebrala, ker ga rajš vzamem v roke ...

OSEBA 1: Ja jest pa glih to. Takrt k mam 5 minutk, pa na hiter mal preberem, da sem vsaj mal na tekočem, kaj se dogaja.

OSEBA 6: Jst mam tut internet za tele tahitre informacije. Če pa rečem, zdej bi pa jest mela neki zase, pol pa knjiga.

Mislim, da smo prišli do konca. Vsem še enkrat najlepša hvala za sodelovanje!