

KONCEPCJA ROZWOJU BIBLIOTEKI PUBLICZNEJ w Dzielnicy Targówek m.st. Warszawy na lata 2026–2031

Biblioteka jako nowoczesne centrum kultury, edukacji i wspólnoty lokalnej

Synergia tradycji i nowoczesności – promocja zasobów z wykorzystaniem innowacji

Zmodernizowany księgozbiór • Optymalizacja sieci bibliotecznej • Marketing relacyjny • Profesjonalny zespół • Nowoczesne technologie

Czerwiec 2026

1. Streszczenie zarządcze

Kluczowym pytaniem, na które staram się odpowiedzieć tym opracowaniem to – jaka jest przyszłość biblioteki i samego zawodu bibliotekarza. W świecie szerokiej, dobrze finansowanej oferty kultury komercyjnej, biblioteka utrzyma swoje znaczenie tylko poprzez podążanie w dotychczasowym tempie zmian dostosowując się do kierunków rozwoju i trendów panujących w tym obszarze kultury. Dotychczasowe intensywne działania dowodzą, że to się udaje: zmienia się postrzeganie biblioteki, rośnie pozytywny jej wizerunek i liczba użytkowników, a wraz z nimi duma i pewność zawodowa bibliotekarzy — ich przekonanie, że są potrzebni i nowocześni, także w epoce sztucznej inteligencji. Moja koncepcja ma charakter żywy i będzie aktualizowana wraz z postępem prac.

Proponowany program rozwoju Biblioteki Publicznej w Dzielnicy Targówek m.st. Warszawy wyznacza kierunki zmian, wskazując jednocześnie wybrane obszary kontynuacji dotychczasowych działań. Uwzględnia statutowe i ustawowe cele oraz zadania instytucji, a zarazem zmieniający się kontekst jej funkcjonowania. Zakłada konsekwentne kontynuowanie rozwiązań wdrożonych w ostatnich latach, które przyniosły wymierne sukcesy, oraz dalsze wykorzystanie zgromadzonych doświadczeń — przy równoczesnym otwarciu na aktualne trendy i innowacje w kulturze. Stałym punktem odniesienia są potrzeby interesariuszy — przede wszystkim mieszkańców, lecz także dzielnicy i miasta — które biblioteka świadomie mapuje i na które konsekwentnie odpowiada.

Biblioteka Publiczna w Dzielnicy Targówek m.st. Warszawy jest samodzielną jednostką organizacyjną w formie samorządowej instytucji kultury, która działa na podstawie:

- Ustawy z dnia 27 czerwca 1997 r. o bibliotekach (Dz.U. Nr 85, poz. 539 ze zm.)
- Ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (tekst jednolity: Dz.U. 2023 poz. 40)
- Ustawy z dnia 25 października 1991 r. o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej (tekst jednolity: Dz.U. 2020 poz. 194)
- Statutu Biblioteki Publicznej w Dzielnicy Targówek m.st. Warszawy

Niniejszy dokument określa kierunki rozwoju biblioteki publicznej w perspektywie pięciu lat (2026–2031). Punktem wyjścia jest świadoma zmiana roli instytucji: z placówki skoncentrowanej na gromadzeniu i udostępnianiu zbiorów w wielofunkcyjne centrum kultury, edukacji i integracji społecznej - tzw. „trzecie miejsce” w życiu mieszkańców, obok domu i pracy - z naczelną wizją łączenia tradycji z nowoczesnością.

Koncepcja opiera się na sprawdzonych praktykach zarządczych (menadżerskich) autorki jak i dotychczasowym doświadczeniu nabytym w sieci bibliotecznej na Targówku, na stanowisku zastępczyni dyrektora.

Otwarcie nowoczesnej biblioteki w metrze, organizacja efektywnych wydarzeń, przygotowane i realizowane projekty zakwalifikowane do dofinansowania w procedurach konkursowych, udane wprowadzenie technologii RFID, działająca sieć pięciu książkomatów oraz sukces długofalowych kampanii promocyjnych (m.in. „Tu tworzyMY”, „CzytajMY razem”, „GrajMY razem”) dowodzą, że obrana droga przynosi wymierne efekty: rosnące czytelnictwo i nowoczesny wizerunek, szybszą obsługę oraz lepszą dostępność. Te doświadczenia stanowią fundament planu na kolejne pięć lat.

Strategia koncentruje się na ośmiu filarach: optymalizacji i modernizacji sieci (zmodernizowany księgozbiór, RFID, samoobsługa, książkomaty); przestrzeni i dostępności; głębokich relacjach i lojalności czytelników; profesjonalnej ofercie programowej; nowoczesnym marketingu; kompetencjach i rozwoju zespołu; transformacji cyfrowej wraz z odpowiedzialnym wykorzystaniem sztucznej inteligencji oraz na partnerstwach, współpracy i pozyskiwaniu zasobów (finansowych i rzeczowych).

Główne cele i pozycjonowanie pięciolatki to: zbudowanie nowoczesnej, zoptymalizowanej technologicznie sieci bibliotek o wysokiej i trwałej lojalności czytelników, w której automatyzacja obsługi uwalnia czas bibliotekarzy na głębokie relacje z mieszkańcami, a profesjonalna organizacja wydarzeń i nowoczesny marketing budują rozpoznawalny, pozytywny wizerunek biblioteki.

Zgodnie z zasadą Pareto, że 80% rezultatów osiągniętych jest przez 20% zaangażowania, priorytetem działalności jest głębokość relacji z mieszkańcami i lojalność odbiorców, a nie wyłącznie statystyki ilościowe.

Koncepcja jest świadomie osadzona w nadrzędnych dokumentach strategicznych — Strategii #Warszawa2030 i Polityce kulturalnej m.st. Warszawy na poziomie miejskim, programach dzielnicy na poziomie lokalnym oraz Narodowym Programie Rozwoju Czytelnictwa 3.0 (2026–2030) na poziomie krajowym.

2. Wprowadzenie: czym jest dziś biblioteka publiczna

2.1. Od wypożyczalni do „trzeciego miejsca”

Moim celem jest, aby współczesna biblioteka publiczna przestała być wyłącznie wypożyczalnią książek. Coraz częściej pełni rolę „trzeciego miejsca” — przestrzeni położonej pomiędzy domem a pracą, w której mieszkańcy spotykają się, uczą, pracują i spędzają czas wolny. W skali dzielnicy biblioteka jest niejednokrotnie najczęściej wybieranym miejscem edukacyjno-kulturalnym – bezpłatną, neutralną i otwartą dla wszystkich przestrzenią publiczną, co czyni ją instytucją o szczególnym znaczeniu dla spójności lokalnej wspólnoty.

Zmiana ta jest jednocześnie warunkiem rozwoju. Biblioteki działają dziś w konkurencyjnym otoczeniu całego sektora szeroko pojętej kultury — wydawnictw, księgarni i platform dysponujących dużymi budżetami i profesjonalnymi narzędziami, które zachęcają, by książkę raczej kupić niż wypożyczyć. W tym kontekście biblioteka, która się nie unowocześni, ryzykuje

utratę dawnego znaczenia. Biblioteka, która dostosuje się do trendów rynku i oczekiwań mieszkańców, nie tylko utrzyma, ale umocni swoją pozycję.

Wraz z zespołem dążymy do tego, by wraz z instytucją zmieniała się rola bibliotekarza. To już nie tylko osoba wypożyczająca książki, lecz profesjonalista, który organizuje i prowadzi wydarzenia, komunikuje się z mediami, posługuje się narzędziami marketingu i nowymi technologiami. Ta ewolucja buduje poczucie wartości zawodowej i dowodzi, że bibliotekarstwo nie jest zawodem wymierającym — również w obliczu sztucznej inteligencji — pod warunkiem konsekwentnego dostosowywania się do zmieniających się czasów.

Ważne zastrzeżenie: rozwój nowych funkcji nie oznacza odejścia od książki. Badania użytkowników konsekwentnie pokazują, że to dostęp do zbiorów pozostaje najczęstszym powodem odwiedzin. Nowe funkcje mają poszerzać, a nie zastępować rdzeń działalności — czytelnictwo i swobodny dostęp do wiedzy.

2.2. Najnowsze trendy kształtujące biblioteki na lata 2026–2030

Chciałabym wdrożyć nowe kierunki rozwoju nowoczesnych bibliotek publicznych — opisywane, m.in.: w raportach trendów IFLA oraz analizach branżowych na lata 2025–2028. Można je ująć w kilku obszarach, gdzie ich kolejność i priorytety są różnicowane w poszczególnych krajach:

- **Biblioteka jako community center** - centrum edukacji, kultury i budowania wspólnoty.
- **Automatyzacja obsługi.** Technologia RFID, samoobsługowe stanowiska (self-check) i książkomaty skracają czas obsługi, upraszczają inwentaryzację (scontrum) i uwalniają czas bibliotekarzy na pracę z czytelnikiem.
- **Sztuczna inteligencja w służbie czytelnika.** Rok 2026 to w branży międzynarodowej czas tworzenia bibliotecznych polityk wobec AI oraz rozwijania kompetencji zespołów; pojawia się model publicznego dostępu do narzędzi AI.
- **Marketing i komunikacja.** Nowoczesna biblioteka korzysta z pełnego zestawu narzędzi marketingowych, w tym online, traktując promocję na równi z usługą biblioteczną.
- **Dostępność jako standard jakości.** Dostępność architektoniczna, cyfrowa i informacyjna przestaje być dodatkiem; rozwiązania takie jak książkomaty realnie znoszą bariery.
- **Elastyczna, wielofunkcyjna przestrzeń.** Odejście od jednej dużej czytelni na rzecz stref o różnych funkcjach i dostosowaniu do potrzeb społeczno-psychologicznych.
- **Zrównoważony rozwój i edukacja klimatyczna.** „Zielona biblioteka” to energooszczędna infrastruktura oraz rola placówki w edukacji ekologicznej.

2.3. Kontekst polski: od NPRCz 2.0 do NPRCz 3.0

Druga edycja Narodowego Programu Rozwoju Czytelnictwa (NPRCz 2.0) obejmowała lata 2021–2025 i przeznaczyła na czytelnictwo oraz biblioteki ponad miliard złotych, finansując, m.in.: remonty i modernizacje placówek, zakupy nowości, wdrożenie bezpłatnego systemu bibliotecznego oraz tysiące wydarzeń, wymagając jednocześnie od instytucji otworzenia placówek w co najmniej 26 sobót w roku.

W 2025 roku rozpoczęto prekonsultacje trzeciej edycji programu (NPRCz 3.0) na lata 2026–2030. Jej osią pozostaje wzmocnienie roli bibliotek publicznych jako lokalnych ośrodków życia społecznego oraz centrów dostępu do kultury i wiedzy. Synchronizacja horyzontu niniejszej koncepcji z kalendarzem nowego programu potwierdza zdolność pozyskiwania środków na infrastrukturę, technologię czy działania, ale przy zwiększeniu wymogów i zmniejszeniu dotacji.

Dla Biblioteki Publicznej w Dzielnicy Targówek praktyczne znaczenie ma przede wszystkim komponent programu dotyczący zakupu nowości wydawniczych — to z niego placówka korzysta najszerzej. Pozyskane środki pozwalają nabywać nie tylko książki drukowane, lecz także dostęp do zasobów elektronicznych, w tym kody do platform takich jak Legimi czy Empik Go. Konsekwentne uzupełnianie zbiorów o nowości stało się dźwignią zmiany wizerunkowej: po nowe tytuły przyszli czytelnicy, a biblioteka zyskała opinię miejsca, w którym to, co wartościowe, nagradzane, rekomendowane lub modne na rynku wydawniczym, jest dostępne bezpłatnie.

Istotnym, uzupełniającym, źródłem finansowania jest Fundusz Edukacji Kulturalnej. Biblioteka co roku przygotowuje wnioski projektowe i pozyskuje z niego dotacje na realizację działań edukacyjno-kulturalnych, co pozwala systematycznie poszerzać ofertę wydarzeń bez obciążania podstawowego budżetu organizatora.

2.4. Punkt wyjścia: sprawdzone doświadczenia sieci bibliotecznej na Targówku

Koncepcja nie jest zbiorem hipotez — opiera się na rozwiązaniach, które już zostały przetestowane w naszej sieci i przyniosły mierzalne efekty:

- **RFID — udany pilotaż.** Wdrożenie technologii RFID w pierwszej placówce (Metrotece) sprawdziło się znakomicie. Oznakowany księgozbiór jest łatwiejszy do inwentaryzacji (scontrum), czytelnicy chętnie korzystają z samoobsługi (self-check), a bibliotekarze obsługują szybciej i mają więcej czasu dla czytelnika.
- **Książkomaty — działająca sieć pięciu urzędzeń.** Książkomaty cieszą się dużym powodzeniem wszystkich czytelniczych grup docelowych jednocześnie (w kilku lokalizacjach) predestynują innowacje. Pracują w technologii RFID i realnie zwiększają dostępność — także tam, gdzie placówki mieszczą się na piętrach bez windy, a szybka przeprowadzka czy zmiana lokalu nie są możliwe na tym etapie funkcjonowania biblioteki.
- **Metroteka — sukces marketingowy.** Promocja Metroteki przyniosła ogromny sukces wizerunkowy, który wciąż przekłada się na wzrost czytelnictwa oraz pozyskiwanie i zapisy nowych czytelników. Jednocześnie wzmocnia wciąż pozycję wizerunkową Dzielnicy Targówek, Warszawy oraz Polski. To dowód, że profesjonalny marketing działa i jest opłacalny.
- **Długofalowe kampanie promocyjne — sprawdzony model.** Od 2023 r. prowadzone są wieloletnie kampanie łączące cele wizerunkowe i produktowe — „Tu tworzyMY”, „CzytajMY razem” oraz „GrajMY razem”, które przynoszą utrzymujące się wzrosty wypożyczeń i zapisów oraz są naśladowane przez inne biblioteki. Szczegóły w rozdziale 5 (Filar V).

Te doświadczenia wyznaczają logikę pięcioletniej: skalować to, co już działa, i systematycznie budować kompetencje i zdolności, których dotąd brakowało, dodatkowo nadążać za trendami rynku.

2.5. Trendy światowe w świetle uznanych dokumentów

Kierunki przyjęte w niniejszej koncepcji pozostają zgodne z trendami wskazywanymi przez najważniejsze światowe autorytety w dziedzinie bibliotekarstwa. Raport trendów IFLA (IFLA Trend Report 2024) oraz Manifest Bibliotek Publicznych IFLA-UNESCO 2022 podkreślają rolę biblioteki jako miejsca wspólnoty, włączenia społecznego i dostępności; stanowisko IFLA w sprawie sztucznej inteligencji wyznacza zasady jej odpowiedzialnego wykorzystania, a Model Programme for Public Libraries dostarcza praktycznych wzorców projektowania przestrzeni i samoobsługi. Zbieżność tych dokumentów potwierdza obrany kierunek: relacje i lojalność, dostępność, odpowiedzialne wykorzystanie technologii oraz elastyczną, wielofunkcyjną przestrzeń.

3. Osadzenie w dokumentach strategicznych

Moja koncepcja wpisuje się w hierarchię dokumentów strategicznych: krajowych, miejskich i dzielnicowych. Spójność z nimi zwiększa wiarygodność dokumentu, ułatwia pozyskiwanie środków i pokazuje organizatorowi, że biblioteka realizuje nie tylko cele własne, lecz także — w odpowiedzi na potrzeby swoich interesariuszy — cele rozwojowe dzielnicy, miasta i kraju.

3.1. Poziom dzielnicowy

Cele miejskie realizowane są w praktyce przez dzielnice i ich programy. Jako instytucja kultury działająca w skali dzielnicy, biblioteka jest naturalnym realizatorem celu „wygodna lokalność” czy „kultura blisko domu” oraz rozwoju sieci lokalnych centrów. W tym miejscu należy uzupełnić odwołanie do aktualnej strategii lub programu rozwoju dzielnicy oraz lokalnego programu rozwoju kultury, wskazując konkretne cele, które biblioteka współrealizuje. Trzeba wyraźnie zaznaczyć, że Targówek jest obecnie miejscem ogromnego rozwoju inwestycyjnego, co także przełożyło się na możliwość realizacji w bibliotece wielu zadań inwestycyjnych z sumarycznie ogromną dotacją na te inwestycje.

3.2. Poziom miejski — Strategia #Warszawa2030

Strategia #Warszawa2030, przyjęta przez Radę m.st. Warszawy, jest najważniejszym dokumentem wyznaczającym kierunek rozwoju stolicy; jej horyzont — rok 2030 — pokrywa się z horyzontem niniejszej koncepcji. U jej podstaw leży przekonanie, że to mieszkańcy są „siłą sprawczą stolicy”. Strategia wyznacza cele strategiczne, w które biblioteka wpisuje się bezpośrednio:

Cel strategiczny #Warszawa2030	Powiązane cele operacyjne	Odpowiedź biblioteki
1. Odpowiedzialna wspólnota	1.1 Dbamy o siebie nawzajem; 1.2 Wspólnie decydujemy o mieście	Miejsce spotkań, integracji i aktywności obywatelskiej; relacje i współtworzenie oferty z mieszkańcami (Filary II, III)

Cel strategiczny #Warszawa2030	Powiązane cele operacyjne	Odpowiedź biblioteki
2. Wygodna lokalność	2.2 Aktywnie spędzamy czas wolny blisko domu; 2.3 Korzystamy z usług blisko domu	Zoptymalizowana sieć i książkomaty — usługi kultury blisko domu, w każdym rejonie dzielnicy (Filary I, II)
3. Funkcjonalna przestrzeń	3.1 Atrakcyjna przestrzeń publiczna; 3.2 Czyste środowisko	Przyjazna, dostępna przestrzeń oraz zielona biblioteka (Filary II, VIII)
4. Twórcze środowisko	4.1 Rozwijamy twórczy potencjał; 4.2 Generujemy innowacje	Wydarzenia, kompetencje cyfrowe i AI, nowoczesny marketing i profesjonalny zespół (Filary IV, V, VI, VII)

3.3. Poziom miejski — Polityka kulturalna m.st. Warszawy

Polityka kulturalna m.st. Warszawy, koordynowana przez Biuro Kultury, przekłada wizję Strategii #Warszawa2030 na obszar kultury. Jej pięć wartości — różnorodność, otwartość, odpowiedzialność, wolność i zakorzenienie — bezpośrednio współbrzmi z wartościami niniejszej koncepcji. Kluczowa jest zawarta w Polityce idea „kultury uczestnictwa” — kultury sprawczej i wolnej, w której mieszkańiec jest współtwórcą oferty. Koncepcja nawiązuje także do wcześniejszych dokumentów: programu „Miasto kultury i obywateli. Program rozwoju kultury w Warszawie” oraz Warszawskiego Programu Edukacji Kulturalnej.

3.4. Poziom krajowy i ramy prawne

Podstawowym punktem odniesienia jest NPRCz 3.0 (2026–2030), omówiony w rozdziale 2.3. Działalność biblioteki osadzona jest ponadto w ramach prawnych: ustawie o bibliotekach, ustawie o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej oraz przepisach o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami — architektonicznej, informacyjno-komunikacyjnej i cyfrowej.

Międzynarodowy kontekst rozwoju bibliotek — trendy światowe oraz dokumenty IFLA i IFLA-UNESCO — omówiłam w podrozdziale 2.5, z którym niniejsza koncepcja pozostaje w pełni spójna.

4. Misja, wizja i wartości

4.1. Misja

Misja określa rolę biblioteki tu i teraz — odpowiada na pytanie, po co instytucja istnieje i co realizuje, na co dzień, na rzecz mieszkańców.

Misją Biblioteki jest zapewnienie mieszkańcom powszechnego, równego i bezpłatnego dostępu do wiedzy, kultury i informacji oraz budowanie z nimi trwałych relacji — tak, aby nowoczesna, sprawnie obsługiwana biblioteka była bliskim, przyjaznym i profesjonalnym centrum kultury, edukacji i wspólnoty na każdym etapie życia. Biblioteka istnieje i działa na rzecz mieszkańców, a zarazem na rzecz rozwoju dzielnicy i całej stolicy.

4.2. Wizja

Wizja wyznacza pożądany obraz przyszłości — kierunek, do którego instytucja konsekwentnie zmierza. Jest ambitna, lecz osadzona w realnych możliwościach i dotychczasowych sukcesach placówki.

W 2031 roku Biblioteka jest nowoczesną, zoptymalizowaną technologicznie siecią placówek — z samoobsługą opartą na RFID i książkami w każdym rejonie dzielnicy — w której bibliotekarze, uwolnieni od rutyny, budują głębokie relacje z mieszkańcami i cieszą się wysoką lojalnością czytelników. To rozpoznawalna, profesjonalnie promowana instytucja kultury, prowadzona przez pewny swojej wartości, dobrze wyszkolony i nowoczesny zespół, który wychodzi naprzeciw trendom i korzysta z rozwoju nowoczesnych technologii. Tak rozumiana biblioteka jest cenionym partnerem mieszkańców, dzielnicy i miasta.

4.3. Wartości

Misję i wizję urzeczywistnia osiem wartości, w których tradycja spotyka się z nowoczesnością; definiują one sposób działania instytucji oraz standard relacji z mieszkańcami:

Wartość	Znaczenie w praktyce
Bogate zasoby	Wartościowy, obszerny księgozbiór stanowiący fundament tożsamości biblioteki, systematycznie wzbogacany o nowości wydawnicze. To tu tradycja spotyka się z nowoczesnością — bogactwo zgromadzonych zbiorów łączymy z rozwojem zasobów cyfrowych: planujemy poszerzać ofertę e-booków oraz wprowadzić e-prasę.
Otwartość i inkluzyność	Biblioteka dostępna dla każdego mieszkańca, bez względu na wiek, pochodzenie czy status — przestrzeń wolna od barier i wykluczeń. Biblioteka dostosowana do osób z różnymi potrzebami społeczno-psychologicznymi.
Dostępność	Bezpłatny dostęp do zbiorów i usług, książkomaty w każdym rejonie, dogodne godziny otwarcia oraz brak barier architektonicznych, cyfrowych i informacyjnych.

Autor: Grażyna Strzelczak – Batkowska

Wartość	Znaczenie w praktyce
Relacyjność	Budowanie głębokich, trwałych relacji z czytelnikami i wysokiej lojalności — lepiej dobrze poznać i wzmacniać wspólnotę niż pracować wyłącznie nad statystykami.
Wspólnota	Biblioteka jako miejsce spotkań, dialogu i wspólnych inicjatyw mieszkańców — lokalne centrum życia społecznego.
Profesjonalizm	Sprawną obsługą, profesjonalną organizacją wydarzeń i nowoczesny marketing oparte na stale rozwijanych kompetencjach zespołu.
Rozwój	Wspieranie uczenia się przez całe życie czytelników oraz nieustanny rozwój kompetencji bibliotekarzy.
Nowoczesność	Wykorzystanie technologii — RFID, narzędzi cyfrowych i sztucznej inteligencji — w służbie czytelnika oraz ciągłe doskonalenie oferty i wizerunku.

5. Filary rozwoju

Rozwój biblioteki w perspektywie pięciu lat planuje oprzeć na ośmiu wzajemnie powiązanych filarach. Pierwsze cztery odpowiadają na pytanie, jak sprawnie i blisko obsługiwać mieszkańców oraz budować z nimi relacje; kolejne — jak być widocznym, profesjonalnym i przygotowanym na przyszłość.

Filar I. Optymalizacja i modernizacja sieci bibliotecznej

Celem filaru jest sprawna, zautomatyzowana i równomiernie dostępna sieć placówek. Automatyzacja obsługi nie jest celem samym w sobie — uwalnia czas bibliotekarzy na to, co najważniejsze: relacje z czytelnikiem.

- **Pełne wdrożenie RFID w całej sieci.** Sukcesywne obejmowanie kolejnych placówek technologią RFID, która sprawdziła się w pilotażu. Kolejność prac: najpierw oznakowanie (naklejenie etykiet RFID) całego księgozbioru, następnie instalacja czytników i stanowisk samoobsługowych.
- **Samoobsługa (self-check).** Upowszechnienie samodzielnego wypożyczania i zwrotu, które przyspiesza obsługę i skraca kolejki, przy zachowaniu wsparcia bibliotekarza tam, gdzie jest potrzebne.
- **Usprawnienie inwentaryzacji (scontrum).** Oznakowany RFID księgozbiór jest znacznie łatwiejszy i szybszy do skontrolowania, co ogranicza czasochłonne prace techniczne.
- **Rozbudowa sieci książkomatów.** Rozszerzanie sieci pięciu działających książkomatów tak, aby w każdym rejonie dzielnicy użytkownicy uzyskali całodobową możliwość korzystania ze zbiorów — w pierwszej kolejności kolejne urządzenie powinno domknąć pokrycie terenu. Wszystkie nowe książkomaty w technologii RFID.
- **Książkomat jako narzędzie dostępności.** Książkomaty znoszą bariery tam, gdzie placówki mieszczą się na piętrach bez windy lub mają bariery architektoniczne, a szybka

zmiana lokalu nie jest jeszcze możliwa — zapewniają dostęp do zbiorów niezależnie od ograniczeń lokalowych.

- **Więcej czasu dla czytelnika.** Efektem całego filaru jest przesunięcie czasu pracy z czynności technicznych na obsługę, doradztwo i budowanie relacji.
- **Poszerzenie zasobów cyfrowych.** Sukcesywne zwiększanie puli kodów dostępu do platform e-booków i audiobooków (Legimi, Empik Go) oraz wprowadzenie e-prasy — w odpowiedzi na rosnący popyt czytelników na zbiory dostępne zdalnie.
- **Specjalizacja księgozbioru placówek.** Modernizacja zbiorów poprzez zaprojektowanie specjalizacji: każda placówka zachowuje podstawowy księgozbiór, lecz zyskuje wyróżniający ją profil — np. fantastyka, duchowość i rozwój, biblioteczka dla rodziców, biografie, warszawiana, literatura piękna i poezja, oferta międzypokoleniowa czy zbiory z dużą czcionką dla seniorów — wraz z dopasowanymi do niego wydarzeniami.
- **Selekcja i optymalizacja zbiorów.** Biblioteka dzielnicowa nie jest archiwum; świadoma selekcja i specjalizacja optymalizują wykorzystanie środków, a zarazem przyciągają czytelników poszukujących konkretnych gatunków i dziedzin.

Filar II. Przestrzeń jako „trzecie miejsce” i dostępność

Przestrzeń biblioteki powinna być organizowana wokół stref, a dostępność traktowana jako standard jakości w trzech wymiarach: architektonicznym, cyfrowym i informacyjnym.

Moje pomysły na realizację tych zamierzeń to:

- Reorganizacja wnętrza w strefy (cisza i praca własna, dzieci, młodzież, spotkania) z elastycznymi, ruchomymi meblami, laptopami zamiast komputerów.
- Sukcesywne remonty i modernizacja lokali w placówkach sieci — poprawa estetyki, komfortu oraz dostępności przestrzeni dla wszystkich czytelników.
- Nowe, wygodne wyposażenie: meble, sofy i fotele oraz przytulne miejsca do odpoczynku i swobodnej lektury, budujące domową atmosferę „trzeciego miejsca”.
- Dostępność architektoniczna oraz oferta dla osób ze szczególnymi potrzebami (audiobooki, duża czcionka, pętle indukcyjne, sufity akustyczne).
- Dostępność cyfrowa serwisów i zasobów zgodna z wytycznymi WCAG.
- Godziny otwarcia dopasowane do rytmu mieszkańców, w tym wieczory i soboty.

Filar III. Relacje, lojalność i wspólnota

Uważam, że aby biblioteka była rzeczywistym centrum wspólnoty, musi budować relacje głębiej niż dotąd. Głębsze relacje pozwalają szybciej i trafniej rozpoznawać potrzeby, a zaspokojone potrzeby budują lojalność.

- **Zasada Pareta w praktyce.** Lepiej zbudować głęboką więź i znakomicie obsłużyć węższą, lojalną grupę niż zgadywać potrzeby i nastawiać się wyłącznie na rekordy ilościowe. Trwała lojalność jest cenniejsza niż jednorazowy zasięg.
- **Poznanie potrzeb.** Systematyczne badanie oczekiwań czytelników i otoczenia oraz szybkie, konkretne odpowiadanie na nie.

- **Budowanie i utrzymanie lojalności.** Działania nastawione na powracających czytelników, relacje osobiste i poczucie przynależności do wspólnoty biblioteki.
- **Współtworzenie.** Projektowanie oferty wspólnie z mieszkańcami, zgodnie z ideą kultury uczestnictwa.
- **Pozyskiwanie młodych czytelników.** Aktywne poszukiwanie skutecznych sposobów docierania do młodych odbiorców i budowania ich trwałej więzi z biblioteką — od oferty i języka komunikacji po formy uczestnictwa dopasowane do tej grupy wiekowej.
- **Rozwój wolontariatu młodzieżowego.** Wzmacnianie i rozwijanie wolontariatu, sukcesywnie budowanego od połowy 2023 roku i mającego w przeważającej części charakter młodzieżowy. Stanowi on naturalny pomost do młodych czytelników, dlatego jeszcze silniej nastawiamy się na współpracę ze szkołami Targówka w tym zakresie.
- **Rozwój kapitału społecznego poprzez inkubację lokalnych talentów i inicjatyw.** Biblioteka aktywnie wspiera rozwój twórczego potencjału mieszkańców oraz promuje wartościowe idee i postawy społeczne. Poprzez udostępnianie przestrzeni, zaplecza organizacyjnego oraz eksperckiej wiedzy, instytucja pełni funkcję platformy dla prezentacji lokalnych talentów, realizacji oddolnych projektów oraz wymiany wiedzy wewnątrz wspólnoty.

Filar IV. Oferta programowa i profesjonalne wydarzenia

Chciałabym zbudować ofertę międzypokoleniową. Stąd projektowanie i organizacja wydarzeń będzie opierała się na przemyślanych standardach operacyjnych, stanowiąc profesjonalną kompetencję instytucji. Profesjonalnie prowadzone wydarzenia budują wizerunek, przyciągają nowych odbiorców i przekładają się na promocję czytelnictwa.

Temu celowi mają służyć:

- **Programy dla wszystkich pokoleń:** dzieci, młodzież, dorośli, seniorzy oraz nowi mieszkańcy i grupy dotąd nieobecne.
- **Aktywizacja seniorów.** Rozbudowa oferty dla osób starszych — zajęcia aktywizujące oraz spotkania międzypokoleniowe łączące seniorów z dziećmi i młodzieżą — a także wyjście biblioteki na zewnątrz: docieranie z książką i wydarzeniami do seniorów, którzy nie mogą sami dotrzeć do placówki. Wszystkie placówki sieci mają być „Miejscem przyjaznym Seniorom” — niezależnie od tego, czy formalnie uzyskały oficjalnie przyznawany tytuł o tej nazwie.
- **Profesjonalna organizacja i prowadzenie wydarzeń** — od koncepcji, przez realizację, po ewaluację i komunikację. Powiązanie wydarzeń z promocją czytelnictwa i pozyskiwaniem nowych czytelników.
- **Włączanie się w wydarzenia lokalne i ogólnopolskie.**

Filar V. Marketing, promocja i wizerunek

Chciałabym, aby działania marketingowe nabrały szerszego wymiaru. Przed rokiem 2023 w Bibliotece promocja ograniczała się do klasycznych działań bibliotecznych rozumianych jako promocja księgozbioru i spotkania autorskie. Od połowy roku 2023 zaczęto wdrażać kampanie promocyjne oraz wybrane (bezkosztowe) działania marketingowe. Przy dużej konkurencyjności

w obszarze edukacyjno-kulturalnym to dziś stanowczo jest niewystarczające. Bibliotekę chciałabym promować nowocześnie, wykorzystując pełen zestaw narzędzi marketingowych, w tym online — dziś z rozmachem działa tak nawet najmniejsza działalność gospodarcza.

Uważam, że profesjonalny marketing realnie zwiększa czytelnictwo i liczbę nowych zapisów, pozwala na budowanie pozytywnego wizerunku, a nawet przewagi konkurencyjnej.

Dlatego marketing należy rozwijać w sposób mocny, profesjonalny i strategiczny — jako trwałą kompetencję instytucji, prowadzoną planowo i w oparciu o cele, a nie doraźnie.

Ten cel będę realizować poprzez:

- **Nowoczesny marketing wielokanałowy.** Pełne wykorzystanie narzędzi promocji, w tym mediów społecznościowych i komunikacji online, której znaczenie narzuca rynek.
- **Marketing bezkosztowy.** Wobec braku budżetów reklamowych kluczowe są umiejętności zespołu i narzędzia bezpłatne — promocja musi być skuteczna mimo ograniczeń finansowych.
- **Wizerunek i obecność w mediach.** Pokazywanie biblioteki i jej nowoczesnych usług w materiałach ATL, prezentowanie rozwojowej zmiany roli bibliotekarzy — od wypożyczania książek po profesjonalne prowadzenie wydarzeń.
- **Promocja nowych placówek.** Planowane otwarcia (np. biblioteka w galerii) będą trudniejsze marketingowo niż Metroteka — nie są pierwsze w swoim rodzaju, a część odbiorców wciąż nosi w głowie obraz „smutnej”, przestarzałej biblioteki. Tym istotniejsza jest przemyślana, profesjonalna kampania zmieniająca to postrzeganie i przyciągająca osoby dotąd niekorzystające z bibliotek oraz media.
- **Długofalowość kampanii.** Promocja czytelnictwa i wizerunku biblioteki prowadzona jest długofalowo, a nie akcyjnie: kampanie uruchamiane są z wyprzedzeniem (niekiedy zanim powstanie placówka), konsekwentnie podtrzymywane i wznowiane przy otwarciach kolejnych bibliotek (np. pierwsza biblioteka na Osiedlu Wilno, planowana biblioteka w Galerii Rembielińska). Łączą cel wizerunkowy z produktowym i przynoszą mierzalne, utrzymujące się wzrosty. Metroteka jako pierwsza w Polsce biblioteka w metrze, zrealizowana w nowatorskiej, parametrycznej aranżacji zabudowy, była przy tym aktem twórczości, który stał się punktem wyjścia do rozbudowy oferty zajęć kreatywnych.

Filar VI. Kompetencje i rozwój zespołu

Najważniejsze dla funkcjonowania biblioteki są zasoby ludzkie i rozwój kompetencji pracowników. Obok stałych szkoleń bibliotecznych i okołobibliotecznych brakuje dziś profesjonalnego przygotowania z organizacji wydarzeń i marketingu — kompetencji, których starsi bibliotekarze nie mieli w programach studiów, a młodszy opanowali w wąskim zakresie. Wydarzenia bywały kiedyś domeną domów kultury; dziś są wymogiem rynku, skoro biblioteka ma być centrum kultury, edukacji i wspólnoty.

Planuję:

- **Systematyczne szkolenia i coaching.** Stały program rozwoju kompetencji z organizacji wydarzeń oraz marketingu, uzupełniony indywidualnym coachingiem pracowników.

- **Wystąpienia publiczne i kontakt z mediami.** Szkolenia z występów przed kamerą, nagrań i wywiadów z dziennikarzami — bez tych umiejętności trudno promować bibliotekę na szeroką skalę i dbać o jej wizerunek.
- **Integrację zespołu.** Szkolenia wspólne, służące nie tylko nauce, lecz także integracji środowiska bibliotekarzy, tak aby działali razem jako zespół. Przy otwarciach nowych placówek i wdrażaniu nowoczesnych rozwiązań obowiązuje zasada „wszystkie ręce na pokład”.
- **Budowanie poczucia wartości zawodowej.** Rozwój kompetencji buduje dumę i pewność zawodową bibliotekarzy oraz oddala obawy o przyszłość zawodu — również w obliczu sztucznej inteligencji. Bibliotekarze pokazują, że są potrzebni i nowocześni.

Filar VII. Transformacja cyfrowa i sztuczna inteligencja

Technologia ma upraszczać dostęp i poszerzać kompetencje czytelników. Filar obejmuje zarówno usługi cyfrowe, jak i odpowiedzialne podejście do AI. Będę zwracała uwagę na bezpieczeństwo, w tym danych klientów i informacji. Biblioteka bada podatności, mityguje ryzyka i gwarantuje bezpieczeństwo informacji i danych klientów związanych z procesem wypożyczania księgozbioru, czy też uczestnictwa w naszych wydarzeniach. Zamierzamy kontynuować polityki zabezpieczania obiektów i księgozbioru przed kradzieżami oraz deklarujemy troskę o dane osobowe i inne kluczowe informacje przetwarzane w bibliotece.

We wprowadzaniu tych założeń pomocne będą:

- Katalog online i konto czytelnika w aplikacji mobilnej; dostęp do e-booków i audiobooków oraz e-prasa.
- Publiczny, bezpieczny dostęp do narzędzi sztucznej inteligencji oraz warsztaty kompetencji AI.
- Wewnętrzna polityka korzystania z AI oraz podnoszenie kompetencji zespołu, zgodnie z dobrymi praktykami branżowymi.
- Traktowanie AI jako narzędzia wspierającego pracę bibliotekarza, a nie zagrożenia dla zawodu – rozpoznanie możliwości i zagrożeń.

Filar VIII. Partnerstwa, współpraca i pozyskiwanie zasobów

Z samych dotacji organizatora i środków inwestycyjnych biblioteka nie rozwinie się w zakładanym tempie. Motorem rozwoju jest szeroka sieć partnerstw — od poziomu dzielnicy, przez Warszawę i kraj, po współpracę międzynarodową — oraz aktywna dywersyfikacja źródeł finansowania i pozyskiwanie zasobów. Współpracę traktuję jako świadome mapowanie interesariuszy i zarządzanie nimi — rozpoznawanie kluczowych grup (mieszkańców, dzielnicy, miasta oraz partnerów instytucjonalnych), ich potrzeb i wzajemnych korzyści, a następnie odpowiadanie na nie. Mapa partnerstw obejmuje sześć obszarów na czterech poziomach:

Poziom	Partnerzy	Cel współpracy
Dzielnica oświata	— placówki oświatowe (przedszkola, szkoły)	Wspólne projekty edukacyjne i czytelnicze, projekty grantowe w partnerstwie

Autor: Grażyna Strzelczak – Batkowska

Poziom	Partnerzy	Cel współpracy
Dzielnica — kultura	instytucje kultury w dzielnicy	Wspólne wydarzenia i sieciowanie oferty kulturalnej
Dzielnica — sport i NGO	instytucje sportu oraz wybrane organizacje pozarządowe	Programy łączące kulturę z aktywnością i działaniami społecznymi
Warszawa	Instytucje miejskie	Wspólne inicjatywy, wymiana doświadczeń, projekty miejskie
Polska	Biblioteki krajowe	Wymiana dobrych praktyk, wspólne przedsięwzięcia, benchmarking
Świat	Instytucje biblioteczne za granicą	Współpraca międzynarodowa, inspiracje i projekty partnerskie

Pozyskiwanie środków będą realizować poprzez:

- **Projekty grantowe w partnerstwie.** Ze szkołami i instytucjami dzielnicowymi projektowane są specjalnie przygotowane projekty grantowe realizowane wspólnie — zwiększają skalę działań i szanse na dofinansowanie.
- **Dywersyfikację finansowania i zasobów.** Aktywne pozyskiwanie wsparcia finansowego spoza budżetu dzielnicy oraz środków rzeczowych — przede wszystkim książek, a także innych dóbr materialnych np. materiałów do warsztatów i zajęć (szczegóły w rozdziale 8).
- **Zrównoważony rozwój.** Energooszczędna infrastruktura, „biblioteka rzeczy” oraz edukacja ekologiczna.

6. Cele strategiczne i mierniki ich realizacji

Potrzebuję zestawu prostych, mierzalnych wskaźników do konsekwentnej realizacji mojej koncepcji. Wartości docelowe odnoszą się do końca pięciolatki (2031); punkt odniesienia (rok bazowy 2025) należy uzupełnić danymi sieci.

Obszar	Miernik	Cel 2031
Modernizacja sieci	Odsetek księgozbioru oznakowanego RFID	100%
	Placówki wyposażone w samoobsługę (self-check)	Przynajmniej połowa sieci
	Pokrycie rejonów dzielnicy książkami	1 w każdym rejonie według podziału dzielnicowego
Relacje i lojalność	Wskaźnik utrzymania lojalności czytelników	systematyczny wzrost rok do roku
Oferta i wydarzenia	Liczba profesjonalnie zorganizowanych wydarzeń rocznie i frekwencja	systematyczny wzrost frekwencji rok do

Autor: Grażyna Strzelczak – Batkowska

Obszar	Miernik	Cel 2031
		roku; lojalność na poziomie minimum 50%
Marketing wizerunek i	Zasięg komunikacji online oraz liczba wystąpień medialnych	utrzymanie efektywności bliskiej „po otwarciu Metroteki”
	Utrzymujący się wzrost wypożyczeń rok do roku (efekt kampanii długofalowych)	utrzymujący się trend wzrostu rok do roku
Zespół	Odsetek pracowników przeszkolonych z organizacji wydarzeń i marketingu	100%
Czytelnictwo	Liczba aktywnych czytelników i nowych zapisów	utrzymujący się trend wzrostu rok do roku
Jakość	Wynik badania satysfakcji	minimum zasada Pareto

7. Harmonogram i plan operacyjny wdrożenia

Kierunki rozwoju zamienię w konkretny plan działania. Logika jest prosta: skalować rozwiązania już sprawdzone (RFID, książkomaty, profesjonalny marketing) i równolegle budować kompetencje zespołu. Liczby placówek i książkomatów podano jako propozycję do potwierdzenia rzeczywistymi danymi sieci.

7.1. Działania do zrealizowania w latach 2026–2031:

Etap I:

Fundament i przyspieszenie modernizacji

- Diagnoza potrzeb mieszkańców i analiza danych dzielnicy w podziale na placówki.
- RFID: kontynuacja po udanym pilotażu — oznakowanie księgozbioru w kolejnych placówkach (etap I) oraz wdrożenie czytników i stanowisk self-check (etap II).
- Książkomaty: instalacja co najmniej jednego kolejnego urządzenia, aby każdy rejon dzielnicy uzyskał dostęp. Dalsza rozbudowa sieci; wszystkie nowe urządzenia w technologii RFID.
- Nowa placówka (np. biblioteka w galerii): otwarcie z pełnym pakietem nowoczesnych rozwiązań i przemyślaną kampanią.
- Zespół: uruchomienie programu systematycznych szkoleń i coachingu; szkolenia marketingowe z organizacji wydarzeń.
- Marketing: realizacja koncepcji marketingowej i obecności online; szkolenia z wystąpień publicznych i kontaktu z mediami.
- Finansowanie: składanie wniosków o dofinansowanie spoza budżetu podstawowego.

Autor: Grażyna Strzelczak – Batkowska

Etap II: Rozwój kompetencji

- Relacje: wdrożenie narzędzi badania potrzeb i budowania lojalności czytelników.
- Zespół: coaching wizerunkowy i medialny.
- Zespół: utrwalenie kompetencji eventowych i marketingowych; model „wszystkie ręce na pokład” przy otwarciach.

Utrwalenie i jakość

- RFID i self-check: pełne wdrożenie w całej sieci; standaryzacja procesów scontrum.
- Marketing: dojrzała, wielokanałowa komunikacja; biblioteka rozpoznawalna medialnie.
- Relacje i lojalność: pomiar oraz wzrost wskaźników utrzymania i lojalności czytelników.

7.2. Wdrożenie RFID – kontynuacja działań

Wdrożenie obejmuje całą sieć etapami. W każdym etapie najpierw oznakowywany jest księgozbiór (naklejenie etykiet RFID), a następnie instalowane są czytniki i stanowiska samoobsługowe. Podział placówek jest propozycją do potwierdzenia.

Etap	Zakres prac	Placówki	Termin
Pilotaż	Oznakowanie księgozbioru + stanowisko self-check (zrealizowano)	1 placówka	2025
Etap I	Znakowanie etykietami RFID księgozbioru, następnie czytniki i 1 self-check	4 placówki	2026
Etap II	Znakowanie RFID, czytniki, 1 self-check	4 placówki	2027
Etap III	Znakowanie RFID, czytniki, self-checki	4 placówki	2028
Etap IV	Znakowanie RFID, czytniki, self-checki	pozostałe	2029
Cała sieć	Samoobsługa standardem; ujednolicenie; przeprowadzone procesy scontrum	wszystkie	2030–2031

7.3. Rozbudowa sieci książkomatów

Celem jest dostęp do książkomatu w każdym rejonie dzielnicy. Wszystkie nowe urządzenia pracują w technologii RFID i pełnią także funkcję dostępnościową tam, gdzie placówki mieszczą się na piętrach bez windy.

Okres	Liczba (narastająco)	Cel
Stan obecny	5	Działająca sieć książkomatów w technologii RFID

Okres	Liczba (narastająco)	Cel
2026	co najmniej 6	Co najmniej jedno nowe urządzenie — start domykania pokrycia rejonów
2027	rozbudowa	Dalsze domykanie pokrycia rejonów dzielnicy
2028	rozbudowa	Książkomat dostępny w każdym rejonie dzielnicy
2029–2031	optymalizacja	Dogęszczanie według potrzeb, serwis i wymiana urządzeń

7.4. Plan szkoleń i coachingu

Obok stałych szkoleń bibliotecznych chcę rozwinąć kompetencje dotąd niedostępne w wystarczającym zakresie: organizację wydarzeń, marketing, wystąpienia publiczne oraz pracę zespołową.

Obszar	Forma	Częstotliwość	Adresaci
Organizacja i prowadzenie wydarzeń	Warsztaty z praktyką przy realnych wydarzeniach	kwartalnie	cały zespół
Marketing i media społecznościowe	Szkolenia i warsztaty narzędziowe	cyklicznie	zespół + promocja
Wystąpienia publiczne i kontakt z mediami	Trening medialny, nagrania, symulacje wywiadów	min. raz w roku	kierownicy, reprezentanci
Integracja zespołu	Szkolenia wspólne, sieciowanie placówek	min. 2× w roku	cała sieć
Kompetencje cyfrowe i AI	Szkolenia oraz wdrożenie polityki AI	cyklicznie	cały zespół
Coaching indywidualny	Sesje 1:1 wspierające rozwój i wdrożenia	systematycznie	wg potrzeb
Kompetencje społeczne i poznawcze	Szkolenia wspólne, sieciowanie placówek	min. 2× w roku	cała sieć

7.5. Plan działań marketingowych

Marketing wedle mojej koncepcji będzie realizowany przede wszystkim narzędziami bezkosztowymi, w oparciu o kompetencje zespołu i wykracza poza klasyczną promocję czytelnictwa.

Obszar	Działania	Oczekiwany efekt
Online i social media	Regularne treści, kampanie, komunikacja wydarzeń	Zasięg, nowi czytelnicy, zapisy
Wideo i film	Materiały o nowoczesnych usługach i nowej roli bibliotekarzy	Zmiana postrzegania, wizerunek
Relacje z mediami	Współpraca z dziennikarzami, wystąpienia, wywiady	Rozpoznawalność, szeroki zasięg
Promocja nowych placówek	Kampanie otwarcia (np. biblioteka w galerii)	Zainteresowanie osób dotąd niekorzystających
Długofalowe kampanie	Wieloletnie kampanie wizerunkowe i produktowe („Tu tworzyMY”, „CzytajMY razem”, „Grajmy razem”), wznawiane przy otwarciach	Trwały wzrost wypożyczeń i zapisów
Marketing bezkosztowy	Narzędzia bezpłatne, kompetencje i zaangażowanie zespołu	Skuteczność mimo braku budżetu reklamowego

7.6. Odpowiedzialność za realizację planów i koncepcji

Gwarancją sukcesu realizacji koncepcji może być zaangażowanie całego Zespołu.

Poniższy planowany przeze mnie podział ról jest adekwatny do struktury organizacyjnej sieci. Kluczowa zasada: przy otwieraniu nowych placówek i wdrażaniu rozwiązań obowiązuje model „wszystkie ręce na pokład”.

Obszar	Realizator wiodący	Wsparcie
Wdrożenie RFID i książkomatów	Koordynator ds. rozwoju / IT	Kierownicy placówek
Relacje i lojalność czytelników	Kierownicy placówek	Cały zespół
Wydarzenia i oferta programowa	Koordynator wydarzeń	Bibliotekarze
Marketing i wizerunek	Osoba/zespół ds. promocji	Dyrekcja, reprezentanci
Szkolenia i coaching	Dyrekcja / HR	Trenerzy zewnętrzni

8. Finansowanie, dofinansowania i pozyskiwanie zasobów

Poza dotacją organizatora oraz środkami inwestycyjnymi planuję dywersyfikację źródeł finansowania, systematyczne ubieganie się o dofinansowania oraz pozyskiwanie zasobów rzeczowych. Marketing będę realizować przede wszystkim narzędziami bezkosztowymi, w oparciu o kompetencje zespołu.

Najważniejsze źródła finansowania, na których planuję się skupić:

Źródło	Charakter	Przykłady / uwagi
Dotacja organizatora	Podstawowe	Działalność bieżąca i wkłady własne — niewystarczające do dynamicznego rozwoju
Dotacje inwestycyjne	Podstawowe	Inwestycje infrastrukturalne (modernizacja placówek, wdrożenie RFID, zakup książkomatów)
Dofinansowania i granty	Pozyskiwane aktywnie	NPRCz 3.0, MKiDN, Instytut Książki, NCK, fundusze unijne, programy miejskie, fundacje
Granty partnerskie	Projektowane wspólnie	Projekty realizowane ze szkołami i instytucjami dzielnicowymi
Środki rzeczowe (dary)	Pozyskiwane aktywnie	Przede wszystkim książki, a także materiały do warsztatów i zajęć, sprzęt i wyposażenie
Sponsoring i biznes	Uzupełniające	Wsparcie finansowe i rzeczowe, współorganizacja wydarzeń
Budżet obywatelski	Partycypacyjne	Finansowanie i jednocześnie angażowanie mieszkańców