

Koncepce kulturních aktivit Moravské zemské knihovny 2026 - 2030

Moravská zemská knihovna: silná národní instituce s mezinárodním významem a nástroj vzdělané a kulturní občanské společnosti

Moravská zemská knihovna v Brně (MZK), jejímž zřizovatelem je Ministerstvo kultury České republiky, patří mezi přední paměťové instituce a plní knihovnické, výzkumné, metodické a kulturně-společenské funkce s regionálním, národním a nadnárodním významem.

Moravská zemská knihovna je s téměř pěti miliony dokumentů druhou největší knihovnou v České republice. K dispozici má 798 studijních míst, ročně ji navštíví 400 000 uživatelů a její čtenáři realizují ročně téměř 1,5 milionu virtuálních návštěv.

MZK jako kulturně-společenská instituce zajišťuje programy pravidelných přednášek pro veřejnost, zpřístupňuje své fondy formou tematických výstav, kooperuje s domácími a zahraničními institucemi na výstavních prezentacích a konferenčních akcích. V rámci pozice krajské knihovny v druhém největším městě České republiky se podílí na společenském a kulturním životě kraje a města.

Záměr:

Účelem koncepce je definovat klíčová témata kulturních aktivit Moravské zemské knihovny.

Prostřednictvím cíle pojmenovat hlavní roli základních témat, nástroje jejich plnění a počet realizací s hodnotícími ukazateli. Záměrem koncepce je definování profilových tematických okruhů kulturních aktivit včetně způsobu jejich naplňování, podpora čtenářství a literární kultury, zapojení různých věkových skupin a posílení role knihovny jako komunitního centra.

Krátkodobým cílem (rok 2027) je najít vhodný nástroj ke sběru dat o složení publika navštěvující kulturní aktivity MZK a definovat mechanismy, které budou motivovat návštěvníky kulturních aktivit k registraci v MZK.

Koncepce navazuje na Koncepci Moravské zemské knihovny 2021 – 2027 a také na Koncepci rozvoje knihoven v České republice na léta 2021 – 2027 s výhledem do roku 2030, které vymezuje knihovny jako pilíře občanské společnosti, vzdělanosti a kultury.

Kulturními aktivitami rozumíme akce konané uvnitř a vně budovy MZK, organizované zaměstnanci MZK i externími partnery otevřené pro veřejnost. Nejedná se o akce, které nejsou propagovány navenek.

Analytická část:

SWOT analýza MZK

Silné stránky	Slabé stránky	Vnitřní faktory
● bohatá nabídka služeb, kulturního a vzdělávacího programu ● silná značka MZK (= silné jméno ve službách veřejnosti) ● rozsáhlý fond včetně cenných sbírek a soukr. knihoven ● právo povinného výtisku ● vysoký počet studijních míst ● volný vstup do budovy ● volný vstup na akce a výstavy ● spolupráce a partnerství s kulturními a akademickými institucemi, spolupráce s osobnostmi ● vlastní galerijní prostor ● konferenční sál s moderní promítací a nahrávací technikou ● vhodné prostory pro pořádání akcí (uvnitř budovy i vně) ● architektonicky zajímavá budova ● trolejbusová zastávka u budovy MZK	● neznalost uživatelských potřeb a očekávání (nedostatek dat, absence jejich analýzy) ● nedostatečné finanční ohodnocení zaměstnanců a zaměstnankyň ● obvyklé překračování vlastních personálních kapacit ● konzervatismus zaměstnanců ● nedostatečné skladovací prostory výstavního fundusu ● nevhodná dispozice a nedostatečné vybavení Galerie ● zastaralý výstavní prostor cyklu Oči Brna ● omezená kapacita konferenčního sálu ● nekonzertní prostory ● nejednotnost v představě o základních úkolech knihovny ● poloha	

Příležitosti	Hrozby	
• spolupráce s brněnskou kulturní sférou (instituce a osobnosti) • posílení role knihovny jako komunitního centra • prohloubení spolupráce mezi zaměstnanci, kteří zajišťují kulturní aktivity • akcelerace plnění cílů prostřednictvím zapojení do projektové spolupráce • zvyšující se podíl nových technologií na realizaci výstavních projektů • užití nabytých kontaktů • vývoj umělé inteligence • zapojení externích partnerů do organizace kulturního provozu • zapojení uživatelů do organizace kulturních aktivit • rostoucí poptávka po netradičních aktivitách	• snížení provozní dotace, resp. její reálné hodnoty • přemíra aktivit = ztráta dramaturgické linky • omezení výstavních prostor • rostoucí poptávka po netradičních aktivitách • velký akcent na lokálnost • nedostatečná propagace • ztráta smyslu knihovny jako instituce • ztráta schopnosti reakce na uživatelské potřeby • ztráta postavení PO MK	

Strategická část:

1. Témata kulturních aktivit:

A) Literatura

A.1.) Cíle:

- Podporovat čtenářství a literární kulturu
- Proměnit knihovnu ve zřetelného aktéra na literárním poli
- Poskytnout přehled o současné světové literatuře v kontextu práce zahraničních knihoven, resp. jazykových oblastí literatury anglické, americké, německé, rakouské, španělské a frankofonní
- Prezentace významných literárních osobností, ilustrátorů a překladatelů
- Prezentace díla Milana Kundery prostřednictvím světových osobností, nakladatelství a překladatelů spjatých s osobností Milana Kundery
- Být aktivní součástí literárních aktivit realizovaných ve městě Brně, např. Rezidence Café Kaprál a další

A.2.) Nástroje = typy a formy aktivit

- Autorská čtení, scénická čtení, přednášky, besedy, čtenářské kluby, filmové projekce, workshopy, tematické výstavy, festivaly, performance

A.3.1.) Ukazatel = počet realizovaných akcí za rok/ počet návštěvníků na jedné akci

* kulturní aktivity se realizují v průběhu deseti měsíců (leden - červen, září - prosinec)

- Programové oddělení: 5 / 80
- Knihovna Milana Kundery: 2 / 50
- Knihovna Milana Kundery: Čtenářský klub: 10 / 15
- Zahraniční knihovny: 3 / 30
- Zahraniční knihovny: Čtenářské kluby (anglický, německý, španělský a francouzský): 20/ 10
- Oddělení marketingu a komunikace: 4 / 150 (Blind date, Měsíc čtenáře, Den brněnských knihoven, Knihy v Brně)
- Rezidence: 2/10

A.3.2.) Ukazatel = dosažení poměru pořádaných akcí

- 30% - čtenářské kluby, 30% - autorská a scénická čtení, přednášky, besedy, 20% - festivaly, 10% - Oči Brna, tematické výstavy, 10% - workshop, performance, filmová projekce

B) Věda

B.1.) Cíle:

- Popularizace vědy prostřednictvím odborníků na dané téma
- Podpora zájmu o vědu a poznávání napříč generacemi
- Propagace nových technologií pro zpřístupňování digitalizovaného obsahu
- Spolupráce s vědci, univerzitami, muzei a dalšími institucemi
- Podpora značky MZK jako vědecko-výzkumné organizace

B.2.) Nástroje = typy a formy aktivit

- Přednášky, besedy, křest knihy, festivaly, workshopy, filmové projekce, tematické výstavy

B.3.1) Ukazatel = počet realizovaných akcí za rok/ počet návštěvníků na jedné akci

- Cyklus popularizace přírodních věd: 12 / 80
- Programové odd.: 2 / 80
- Oddělení starých tisků: 1 / 50
- Hudební oddělení: 1 / 40
- Sekce vývoje, inovací a digitalizace: 3 / 40
- Oddělení marketingu a komunikace: 3 / 150 (Festival vědy, Týden pro digitální Česko a další)

B.3.2.) Ukazatel = dosažení poměru pořádaných akcí

- 70% - přednášky, besedy, 20% - festivaly, workshopy, 10% - tematické výstavy, filmové projekce

C) Společnost

C.1.) Cíle:

- Vytvořit prostor pro diskusi o aktuálních společenských tématech (identita, etnicita, umělá inteligence, sociální sítě, digitalizace, udržitelnost, ekologie, atd.)
- Diskutovat o významu svobody slova, vyznání a demokratických hodnotách
- Otevírat diskusi k současnému významu historických výročí na lokální, státní i nadregionální úrovni
- Podpora kritického myšlení
- Posílit občanskou angažovanost, empatii a mezilidské porozumění
- Spolupracovat s institucemi zabývající se lidskými právy a sociálními tématy

C.2.) Nástroje = typy a formy aktivit

- Autorská čtení, přednášky, besedy, filmové projekce, tematické výstavy, workshopy, festivaly, performance, koncerty, šachové turnaje

C.3.1.) Ukazatel = počet realizovaných akcí za rok/ počet návštěvníků na jedné akci

- Cyklus popularizace přírodních věd: 2 / 80
- Programové oddělení: 8 / 80
- Programové oddělení: šachové turnaje: 10 / 40
- Zahraniční knihovny: 5 / 30
- Knihovna Milana Kundery: 2 / 50
- Oddělení marketingu a komunikace: 2/ 150 (Open House Brno a další)

C.3.2.) Ukazatel = dosažení poměru pořádaných akcí

- 60% - autorská čtení, přednášky, besedy, filmová projekce, 20% - workshopy, performance, festivaly, koncerty, 10% - tematické výstavy, 10% - šachové turnaje

D) Osobnosti

D.1.) Cíle:

- Připomínat významné osobnosti spojené svým životem a dílem s jihomoravskou metropolí, kteří se podíleli a podílí na vizuální a kulturní tváři města Brna prostřednictvím cyklu Oči Brna
- Přiblížit návštěvníkům knihovny inspirativní osobnosti z různých oblastí (literatura, věda, umění, historie, film, společnost)
- Prezentace skupin a týmů jako ukazatele kolektivního úspěchu

D.2.) Nástroje = typy a formy aktivit

- Autorská čtení, scénická čtení, přednášky, besedy, filmové projekce, tematické výstavy, workshopy, festivaly, koncerty, performance

D.3.) Ukazatel = počet realizovaných akcí za rok/ počet návštěvníků na jedné akci

- Programové odd.: 5 / 80
- Knihovna Milana Kundery: 2 / 50

D.3.2.) Ukazatel = dosažení poměru pořádaných akcí

- 50% - přednášky, besedy, 30% - tematické výstavy, 10% - workshopy, festivaly, koncerty, performance, 10% - autorská čtení, scénická čtení

E) Film

E.1.) Cíle:

- Rozšířit kulturní nabídku knihovny pro cizojazyčné publikum
- Podpořit zájem o četbu prostřednictvím filmových adaptací
- Prohloubení spolupráce se zahraničními institucemi celostátního i lokálního charakteru v kontextu práce zahraničních knihoven

E.2.) Nástroje = typy a formy aktivit

- Filmové projekce, besedy, přednášky, tematické výstavy, workshopy, festivaly, soutěže

E.3.) Ukazatel = počet realizovaných akcí za rok/ počet návštěvníků na jedné akci

- Programové oddělení: 1 / 80
- Zahraniční knihovny: Movie Monday: 10 / 20
- Zahraniční knihovny: 2 / 20
- Oddělení marketingu a komunikace: 1 / 150 (4FF)

E.3.2.) Ukazatel = dosažení poměru pořádaných akcí

- 80% - filmové projekce, 10% - besedy, přednášky tematické výstavy, 10% - festivaly, soutěže, workshopy

2. Cílové skupiny:

Interní: zaměstnanci MZK

Externí:

- kulturní obec města Brna
- vysokoškolští studenti
- zahraniční studenti
- široká veřejnost
- odborná, akademická veřejnost

3. Měření a zpětná vazba:

- Počet návštěvníků na jednotlivých akcích a vernisážích, jednotlivý i roční ukazatel (leden)
- Počet uskutečněných kulturních aktivit a výstav, roční ukazatel (leden)
- Sledování akcí podle typu podle pořadatele (MZK x externí)
- Mediální ohlas
- Zavedení externí a interní evaluace kulturních aktivit
- Dramaturgická rada MZK

4. Navazující dokumenty, s nimiž je koncepce v souladu:

- Výstavní plán MZK
- Návod na organizaci akcí
- Pravidla pro pořádání akcí v MZK
- Pravidla pro užívání Konferenčního sálu
- Limit počtu akcí
- Komunikační minimum akcí MZK
- Plánovací tabulka aktivit (Plánované akce) a tabulka návštěvnosti (Akce pro veřejnost)
- Propagační plán galerijních výstav MZK

Zpracovala:

Jitka Matušková

Vedoucí Programového a výstavního oddělení MZK

3.11.2025