

Advokační skupina KULTURNÍ FABRIKY A CENTRA

Výsledky doplnění a zvážení SWOT analýzy

Srpen 2016

Výsledky jsou souhrnem z jednání advokační skupiny Brněnského kulturního parlamentu v červnu 2016 a on-line vážení SWOT ze srpna 2016. První tabulka je finálním výsledkem vážení, následující tabulky zobrazují podrobně počty hlasů a hlasujících. Další informace o strategickém plánování v kultuře jsou k dispozici na kulturniparlament.brno.cz.

Silné stránky	Slabé stránky
<ol style="list-style-type: none">1. Dostatek vzdělaných mladých lidí - s tím souvisí nadšení, kreativita a hravost.2. Propojování žánrů, odvětví a subjektů, také nezávislost, nezřizovanost, decentralizovanost a flexibilita.3. Umíme dobře pracovat s veřejným prostorem.4. Otevřenost vůči skupinám diváků i různým subjektům, firmám a dalším kulturním organizacím.5. Inovativnost - vysoké nároky na efektivnost.6. Dostatek brownfields.7. Sdílení a pomoc mezi subjekty.8. Zdravá konkurence.9. Kulturní fabriky jsou teď trendy.	<ol style="list-style-type: none">1. Nevyjasněná pozice kulturních center vůči městu.2. Neexistuje jasná a transparentní kulturní politika města.3. Nabídka by měla být pestřejší (necílit jen na studenty, ale i na rodiny, seniory a děti).4. Podfinancování kulturních center.5. Všechny nové brněnské projekty jsou ve škatulce, nejsou dostatečně inovativní.6. Chybí platforma pro sdílení mezi kulturními centry.7. Malá schopnost plně využít prostory.
Příležitosti	Hrozby
<ol style="list-style-type: none">1. Spolupráce mezi sebou navzájem, se soukromým sektorem, univerzitami i zahraničím.2. Duše města a vztah k městu, atmosféra.3. Nová strategie města v oblasti kultury a KKP.4. Oživování veřejných prostor.5. Rozšiřování nabídky kulturních center ve spolupráci s městem (turismus, rozvoj pro lokalitu, dobrovolnictví).6. Role města jako iniciátora, který sbírá informace a pomáhá se sítováním.7. Potencionální klastrování - když se subjekty sdruží, lépe se jim žádá, ale i žije.8. Cizinci žijící v Brně jako cílová skupina.9. Role města: dávat peníze na to, aby děti na kulturu chodily a učily se ji mít rády.	<ol style="list-style-type: none">1. Střídající se politické reprezentace, změna politických programů (na Magistrátě i v městských částech).2. Neexistence legislativních podmínek pro kulturní a kreativní centra.3. Administrativní náročnost podnikání v kulturních a kreativních centrech.4. U zřizovaných insitucí omezení v rozpočtovém určení a nemožnost nabízet ostatním kulturním subjektům zvýhodněné nájmy apod.5. Chybí kvalitní zpětná vazba - příklad divadelní kritiky.6. Necitlivé zásahy města - je zde riziko, že rekonstruované budovy budou po nějaké době převedeny někomu jinému.7. Nárazový turistický ruch - chybí tlak na kvalitu.8. Mýtus, že kvalitní kultura musí být ztrátová.

	<p>9. Nezáměr publika, neinformovanost, nesetkává se nabídka s poptávkou.</p> <p>10. Velká nabídka kulturních akcí, ale protože se lidé špatně orientují v nabídce, tak ve výsledku nechodí nikam.</p>
--	--

Počty hlasů a hlasujících *

Silné stránky

	Setkání - počet hlasů celkem**	Setkání - počet hlasujících	Dotazník - počet hlasů celkem	Dotazník - počet hlasujících	Počet hlasů celkem	Počet hlasujících celkem***
Dostatek vzdělaných mladých lidí - s tím souvisí nadšení, kreativita a hravost.	/	/	27	16	27	16
Propojování žánrů, odvětví a subjektů, také nezávislost, nezřizovanost, decentralizovanost a flexibilita.	/	/	25	16	25	16
Otevřenost vůči skupinám diváků i různým subjektům, firmám a dalším kulturním organizacím.	/	/	19	16	19	16
Umíme dobře pracovat s veřejným prostorem.	/	/	20	16	20	16
Inovativnost - vysoké nároky na efektivnost.	/	/	19	16	19	16
Sdílení a pomoc mezi subjekty.	/	/	15	16	15	16
Dostatek brownfields.	/	/	18	16	18	16
Zdravá konkurence.	/	/	11	16	11	16
Kulturní fabriky jsou teď trendy.	/	/	1	16	1	16

Slabé stránky

	Setkání - počet hlasů celkem**	Setkání - počet hlasujících	Dotazník - počet hlasů celkem	Dotazník - počet hlasujících	Počet hlasů celkem	Počet hlasujících celkem***
Neexistuje jasná a transparentní kulturní politika města.	/	/	20	16	20	16

Nabídka by měla být více pestrá (necílit jen na studenty, ale i na rodiny, seniory a děti).	/	/	20	16	20	16
Nevyjasněná pozice kulturních center vůči městu.	/	/	21	16	21	16
Podfinancování kulturních center.	/	/	18	16	18	16
Chybí platforma pro sdílení mezi kulturními centry.	/	/	9	16	9	16
Malá schopnost plně využít prostory.	/	/	9	16	9	16
Všechny nové brněnské projekty jsou ve škatulce, nejsou dostatečně inovativní.	/	/	10	16	10	16

Příležitosti

	Setkání - počet hlasů celkem**	Setkání - počet hlasujících	Dotazník - počet hlasů celkem	Dotazník - počet hlasujících	Počet hlasů celkem	Počet hlasujících celkem***
Spolupráce mezi sebou navzájem, se soukromým sektorem, univerzitami i zahraničím.	/	/	24	16	24	16
Duše města a vztah k městu, atmosféra.	/	/	23	16	23	16
Nová strategie města v oblasti kultury a KKP.	/	/	22	16	22	16
Rozšiřování nabídky kulturních center ve spolupráci s městem (turismus, rozvoj pro lokalitu, dobrovolnictví).	/	/	20	16	20	16
Role města jako iniciátora, který sbírá informace a pomáhá se síťováním.	/	/	20	16	20	16
Oživování veřejných prostor.	/	/	21	16	21	16
Potencionální klastrování - když se subjekty sdruží, lépe se jim žádá, ale i žije.	/	/	15	16	15	16
Role města: dávat peníze na to, aby děti na kulturu chodily a učily se ji mít rády.	/	/	11	16	11	16

Cizinci žijící v Brně jako cílová skupina.	/	/	13	16	13	16
--	---	---	----	----	-----------	----

Hrozby

	Setkání - počet hlasů celkem**	Setkání - počet hlasujících	Dotazník - počet hlasů celkem	Dotazník - počet hlasujících	Počet hlasů celkem	Počet hlasujících celkem***
Neexistence legislativních podmínek pro kulturní a kreativní centra.	/	/	24	16	24	16
Střídající se politické reprezentace, změna politických programů (na Magistrátě i v městských částech).	/	/	29	16	29	16
U zřizovaných institucí omezení v rozpočtovém určení a nemožnost nabízet ostatním kulturním subjektům zvýhodněné nájem apod.	/	/	15	16	15	16
Chybí kvalitní zpětná vazba - příklad divadelní kritiky.	/	/	15	16	15	16
Mýtus, že kvalitní kultura musí být ztrátová.	/	/	11	16	11	16
Nárazový turistický ruch - chybí tlak na kvalitu.	/	/	13	16	13	16
Administrativní náročnost podnikání v kulturních a kreativních centrech.	/	/	16	16	16	16
Necitlivé zásahy města - je zde riziko, že rekonstruované budovy budou po nějaké době převedeny někomu jinému.	/	/	15	16	15	16
Nezájem publika, neinformovanost, nesetkává se nabídka s poptávkou.	/	/	10	16	10	16
Velká nabídka kulturních akcí, ale protože se lidé špatně orientují v nabídce, tak ve výsledku nechodí nikam.	/	/	10	16	10	16

* Hlasující mohli během setkání hodnotit jednotlivé výroky dle důležitosti na škále *dva kladné hlasy, jeden kladný hlas, žádný hlas, jeden záporný hlas*. Při on-line vážení byly výroky hodnoceny na škále *velmi dle ité, dle ité, nevím, nedle ité*. V obou případech škála odpovídá bodům 2, 1, 0, -1. Výsledky jsou součtem těchto bodů.

** Jsou-li sloupce **Setkání - počet hlasů celkem** a **Setkání - počet hlasujících** prázdné, znamená to, že se při setkání dané advokační skupiny z časových důvodů vážení SWOT neodehrálo.

*** **Počet hlasujících celkem** označuje součet hlasujících osob během setkání a on-line. Hlasoval-li někdo dvakrát, je také dvakrát započten.