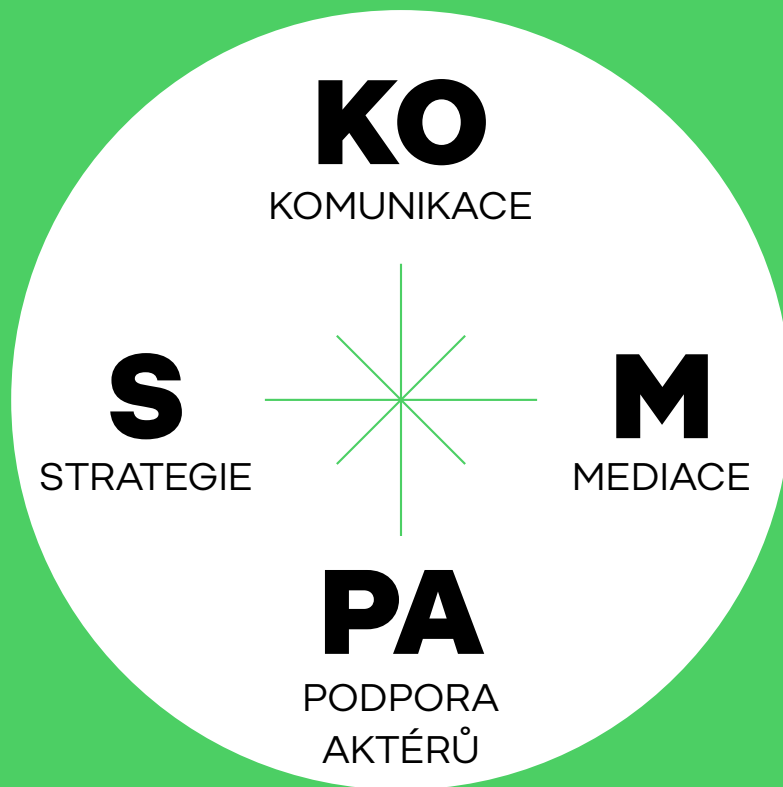


KULTURNÍ KOMPAS

— pilotní verze —

— červen 2021 —



Manuál rozvoje lokální kultury
v městských částech hl. m. Prahy

Úvodní slovo

Mezi důležité cíle hlavního města patří rozšiřovat kulturní nabídku z centra i do dalších částí, podporovat místní aktéry v jejich záměrech a rozvíjet autentičnost města, kde hlavní roli hrají místní obyvatelé. Jinými slovy „rozvíjet lokální kulturu“.

Pokud je úřad městské části otevřený a vstřícný směrem k místním aktérům — od veřejnosti přes spolky až po podnikatele, výrazně to posiluje vztah k místu a spokojenost místních obyvatel, kteří za kulturním programem nemusí dojíždět.

Role městské radnice není produkovat bohatou škálu kulturní nabídky z vlastních kapacit, ale naopak najít vhodné způsoby, jak podporovat místní aktéry, aby tuto kulturní nabídku vytvářeli sami.

Magistrát hlavního města si je vědom velkých rozdílů ve velikosti, možnostech a potřebách jednotlivých městských částí, způsobených množstvím finančních prostředků, personální kapacitou či dostupnou infrastrukturou. Proto skrze svou příspěvkovou organizaci Kreativní Praha přináší tento Kulturní KOMPAS — sadu jednoduchých a v praxi ověřených kroků, které mohou fungovat jako návod pro rozvoj lokální kultury pro malé i velké městské části s rozdílným zázemím.

Zkusme společnými silami podpořit rozvoj kultury v lokalitách (zpřístupnit pořádání sousedských slavností, koncertů, sportovních akcí, burz, bleších trhů apod.) a posunout Prahu zase o kus blíže její vizi kulturní metropole a dobrého místa pro život. Pokud chceme rozvíjet kulturu i jinými prostředky než jen přerozdělováním peněz, pracujme společně a systematicky. Kulturní KOMPAS je návodem, jak na to.

MgA. Hana Třeštíková, radní hl. m. Prahy
pro oblast kultury, památkové péče, výstavnictví a cestovního ruchu

Obsah

Co je Kulturní KOMPAS?	3
Komu je Kulturní KOMPAS určen?	4
Jak fungují standardy Kulturního KOMPASU?	4
Musí MČ postupovat podle Kulturního KOMPASU?	4
Slovníček pojmů	5
1. standard ZNALOST	6
2. standard KOMUNIKACE	9
3. standard MEDIACE	11
4. standard PODPORA AKTÉRŮ	13
5. standard STRATEGIE	16
Kontakty	19

Co je Kulturní KOMPAS?

Kulturní KOMPAS nabízí sadu jednoduchých a často finančně nenáročných kroků, které úřad městské části může realizovat a podpořit tím rozvoj kultury a komunitního života na svém území.

Kulturní KOMPAS tvoří pět standardů:

1. ZNALOST (výchozí předpoklad)
2. KOMUNIKACE
3. MEDIACE
4. PODPORA AKTÉRŮ
5. STRATEGIE

předpoklad	ZNALOST	znalost místního prostředí, aktérů a publika
KO	KOMUNIKACE	schopnost informovat aktéry
M	MEDIACE	koordinace městské části a aktérů (termínů, obsahu, podpory apod.), případně koordinace mezi aktéry navzájem
PA	PODPORA AKTÉRŮ	finanční i nefinanční podpora aktérů
S	STRATEGIE	základní rozvaha/strategie

Cílem Kulturního KOMPASU je shrnout tyto základní rozvojové kroky, ukázat příklady dobré praxe, motivovat a inspirovat.

Komu je Kulturní KOMPAS určen?

Kulturní KOMPAS je určen zástupcům úřadů městských částí (politickým reprezentantům a úředníkům), v jejichž gesci je kultura, spolkový život a sousedské vztahy. Nicméně největší přínos by měl mít pro místní aktéry — měl by snížit bariéry při zjišťování potřebných informací (zejména o poskytované finanční a nefinanční podpoře) a poskytnout kontakty na zodpovědné osoby. Nastavení standardů ušetří čas často přetíženému úřadu, otevře ho směrem k místním aktérům a zprehlední kulturní možnosti a prostředí všem zúčastněným (MČ, aktérům i občanům).

Jak fungují standardy Kulturního KOMPASU?

Standardy nemají pevně dané pořadí, MČ může začít pracovat či rozvíjet jakýkoli z nich. Základním předpokladem je však realizovat výchozí standard — ZNALOST. Při práci na rozvoji lokální kultury je klíčové znát dané prostředí, potřeby, aktéry a publikum. Teprve od této ZNALOSTI se mohou odvíjet další kroky.

Musí MČ postupovat podle Kulturního KOMPASU?

Standardy Kulturního KOMPASU nejsou pro městské části závazné, ale doporučující. Mají ukázat směr, proto se nazývají KOMPAS. Vycházejí ze zkušenosti reprezentantů městských částí¹ a opírají se o odborné kapacity Kreativní Prahy².

1 *Kultura v lokalitách hl. m. Prahy: shrnutí strukturovaných rozhovorů se zástupci MČ*, Kreativní Praha, 2020.

2 Kreativní Praha je příspěvkovou organizací hl. m. Prahy, jejímž jedním z pilířů je rozvoj komunitní kultury. Pro více informací viz Kontakty.

Slovníček pojmů

lokální kultura / kultura v lokalitách / komunitní kultura — kultura s lokálním dopadem vztahující se ke konkrétnímu území s ambicí posilovat v tomto území kulturní nabídku a rozvíjet komunitu a dobré sousedské vztahy; jedná se o aktivity jako je např. sousedská slavnost, turnaj, bleší trh, burza, masopust, piknik, tematické dny MČ a řada dalších lokálních akcí s přesahem do sportu, sociálních služeb, ekologie aj.

velká městská část — správní obvod; Praha má 22 městských částí s rozšířenou působností, tedy tzv. velkých MČ

malá městská část — městská část bez přenesené působnosti; Praha má 35 tzv. malých městských částí

místní aktér — nezisková organizace (z oblasti kultury, sportu, sociálních služeb, ...), aktivní občan nebo místní podnikatel se zájmem o zapojení se do místního dění

zábor — zvláštní užívání komunikace / veřejného prostoru

komunitní koordinátor/ka — pracovní pozice (ideálně) zakotvená v úřadu MČ; osoba pracující především v terénu, která dbá na udržování kontaktů a znalosti o potřebách a problémech kulturní obce, která podporuje budování vztahů a partnerství napříč touto obcí, a která zpřístupňuje členům kulturní obce potřebné informace a kontakty ze strany úřadu

1. standard ZNALOST

Městská část jako znalec prostředí, aktérů a jejich možností, publika a jeho potřeb.

První investicí do rozvoje místní kultury a komunity by vždy měla být ambice dobře rozpoznat, jak na tom lokální kultura aktuálně je — jaká je výchozí situace. MČ by při mapování měla hledat odpovědi na tyto otázky: Jaká je poptávka po kulturních akcích? Jaká je jejich návštěvnost, jaká je jejich typologie, jaké je spektrum akcí? Které cílové skupiny se nedaří nějakým způsobem zapojit či oslovit? Které cílové skupiny jsou naopak dobře saturovány? Jaké spolky a aktéři zde působí? Jaké mají potřeby? Komunikujeme spolu na pravidelné bázi? Na jaké problémy v kultuře především narážíme? Je hlavním problémem nezájem publika? Nedostatek financí? Nedostatečné kapacity?

Přínos pro kulturní aktéry:

- Když MČ ví, kdo na poli lokální kultury působí, a tuto svou znalost s místními aktéry sdílí, je to velký benefit. (MČ může aktéry kontaktovat, zná jejich nabídku a potřeby, může je propojit ke spolupráci s ostatními apod.)
- Když má MČ informace o možnostech, kapacitách a přístupnosti své infrastruktury, může aktérům pomoci, když poptávají prostory ke své činnosti.
- Když MČ zná místní publikum (včetně specifických skupin obyvatel jako jsou např. senioři, cizinci apod.), může aktérům pomoci lépe nastavit jejich nabídku.

Agenda MČ:

- Zmapovat místní aktéry, infrastrukturu a ideálně i publikum.

STANDARD ZNALOST

- MČ má seznam aktérů, spolků, organizací a podniků, které v kultuře působí, zná jejich nabídku a programy, a ví, jak se s aktéry zkontaktovat.
- MČ má základní představu o potřebách a poptávce ze strany obyvatel; ví, kde je případný nesoulad mezi kulturní nabídkou a poptávkou.
- MČ ví, jaké prostory (vnitřní a vnější) slouží kulturním účelům a jak se zkontaktovat s jejich majiteli; ví však také, jaké typy prostor pro kulturní účely schází.

pro velkou MČ:

- + MČ dělá pravidelné kvalitativní šetření potřeb, poptávky a spokojenosti veřejnosti s kulturní nabídkou.
- + MČ má databázi prostor sloužících pro kulturní účely, včetně informací o jejich kapacitě a možnostech a podmínkách využití.
- + MČ ví, která veřejná prostranství mohou sloužit a slouží kulturním účelům, zná jejich možnosti a limity.
- + Základní soupis kulturní infrastruktury je obsažen v ÚAP (Územně analytických podkladech).

Příklady dobré praxe

- Nejpodrobnější a nejkomplexnější možnou cestou se při získávání znalosti vydala například v roce 2020 MČ Praha 6.³ Mapování s oficiálním názvem *Analýza kulturního prostředí Městské části Praha 6* se zaměřilo na definici kulturního profilu MČ, analýzu finančních a nefinančních nástrojů podpory kultury a popis profilů jednotlivých lokalit MČ.

- Rozsahem menší MČ Praha-Slivenec nepotřebuje složité metodologické postupy, bohatě si vystačí s tím, že dlouhodobě kombinuje otevřenost a znalost místních poměrů. Na webu MČ je to přehledně prezentováno v sekci *Kultura a sport*, kde potenciální zájemci o zapojení najdou potřebné informace.⁴ A slivenecké názvy tamních spolků Klub Švestka či Rodinné centrum Pecka ukazují, že netřeba postupovat vždy suše a konzervativně.

³ Analýza kulturního prostředí MČ Praha 6. Dostupné z: <<https://www.praha6.cz/analyza>>

⁴ Oficiální web MČ Praha-Slivenec. Dostupné z: <<https://www.praha-slivenec.cz/kultura-a-sport/>>

2. standard KOMUNIKACE

Městská část jako poskytovatel informací pro místní aktéry.

Poskytování informací o možnostech pro pořádání kulturních akcí a komunitních aktivit je zásadní podmínkou pro fungující lokální kulturu. V praxi to však bývá jednou z největších bariér v komunikaci úřadu směrem k místními aktérům.

Místní aktér většinou v prvé řadě hledá, jaké spolky v dané lokalitě fungují, jaká je dostupná infrastruktura (vnitřní prostory, veřejná prostranství), kde je možné zveřejnit informace o akci, zda je možné žádat o finanční podporu, v jaké výši a na jaký typ aktivit, a na koho se může obrátit na místním úřadě. Zveřejnit tyto základní informace je jednoduchým krokem, který ušetří mnoho času pracovníkům úřadu i samotným místními aktérům.

Přínos pro kulturního aktéra:

- Potřebné základní i komplexní informace jsou snadno k nalezení.
- Dostupnost informací usnadňuje zapojit se do kulturního života, zpřehledňuje situaci a usnadňuje rozhodování.
- Přímý kontakt na úřednici/úředníka odpovědnou/ného za kulturní akce urychluje a zpřehledňuje komunikaci.

Agenda MČ:

- Shromáždit všechny potřebné informace na jedno místo — na webové stránky MČ.
- Informovat o finanční i nefinanční podpoře.
- Informovat o prostorových možnostech v místě.
- Poskytnout kontakt na úřednici/úředníka pro kulturu.

STANDARD KOMUNIKACE

- MČ má jasně určenou konkrétní osobu na místním úřadě, která je zodpovědná za agendu kulturní a komunitní kultury (nad rámec administrace žádostí o dotace).
- MČ poskytuje pod jednou záložkou na svém webu:
 - informace o aktérech (spolky, podnikatelé, školy a aktivní obyvatelé),
 - informace o prostorách (vnitřních a vnějších), včetně jejich možností a limitů,
 - informace o finanční a nefinanční podpoře,
 - kontakt na osobu, se kterou je možné vše výše uvedené konzultovat.

pro velkou MČ:

- + MČ zřizuje pozici komunitního koordinátora/koordinátorky — má vyčleněny personální kapacity na samostatnou agendu komunikace a mediace na poli kultury v MČ.

Příklady dobré praxe

- Komunikovat komplexní informace směrem k aktérům v oblasti kultury se rozhodlo například město Liberec.⁸ V pražském prostředí se přehlednější komunikaci s aktéry věnuje Praha 7 v rámci projektu *Art District 7*.⁹ Přístup těchto dvou radnic může sloužit jako dobrá inspirace pro větší MČ.
- Z menších MČ kulturní dění přehledně a přístupně komunikuje například MČ Praha 22. Pod jednou záložkou na svém webu sdružuje základ informací ke kultuře, stránky jsou zároveň bezbariérové pro občany se specifickými potřebami (např. se zrakovými problémy).

5 *Kreativní Liberec*. Dostupné z: <<http://kreativni-liberec.cz>>

6 Oficiální web MČ Praha 7. Dostupné z: <<https://www.praha7.cz/temata/art-district-7>>

7 Oficiální web MČ Praha 22. Dostupné z: <<https://www.praha22.cz/volny-cas/>>

3. standard MEDIACE

Městská část jako mediátor a koordinátor aktérů a jejich nabídky.

Rolí MČ je vytvářet příznivé prostředí pro rozvoj kultury a komunitního života, nikoli být hlavním organizátorem a iniciátorem kulturních aktivit.

Kromě poskytování informací (standard KOMUNIKACE) může MČ kulturním aktérům velmi pomoci v roli MEDIÁTORA. MČ tedy funguje jako podpůrný článek, který monitoruje situaci v lokalitě (poptávku a nabídku kulturního programu, potřeby jednotlivých aktérů), místní aktéry mezi sebou propojuje a směřuje je správným směrem v souladu s dlouhodobějšími cíli MČ.

Přínos pro kulturního aktéra:

- MČ působí jako partner, který vytváří příznivé prostředí pro rozvoj kulturní nabídky v lokalitě.
- Prostřednictvím MČ je možné se setkávat s ostatními aktéry (spolky, aktivními občany, podnikateli, zástupci škol apod.).
- Příležitost seznámit se se záměry MČ i plány ostatních aktérů.
- Možnost aktivně navázat spolupráci a koordinovat svou nabídku s ostatními aktéry.

Agenda MČ:

- Zařadit koordinaci a komunikaci s místními aktéry do agendy některého ze zaměstnanců úřadu.
- Vést pravidelnou komunikaci s místními aktéry, propojovat je mezi sebou a jejich aktivity provazovat se záměry MČ v oblasti rozvoje kultury.

STANDARD MEDIACE

- MČ má zaměstnance/zaměstnankyni zodpovědnou za agendu komunitní kultury (nad rámec administrace žádostí o dotace).
- MČ pravidelně komunikuje s místními aktéry, propojuje je navzájem a směřuje a provazuje jejich nabídku a aktivity se svými rozvojovými záměry.

pro velkou MČ:

- + MČ zřizuje pozici komunitního koordinátora/koordinátorky — vyčleňuje personální kapacity na samostatnou agendu komunikace a mediace na poli kultury v lokalitě.
- + MČ organizuje pravidelná setkání s místními aktéry (1-2krát ročně) s cílem představit své vlastní záměry, zjistit plány místních aktérů, propojovat aktéry mezi sebou a koordinovat jejich programovou nabídku.

Příklady dobré praxe

- Pro zřízení pozice komunitního koordinátora/koordinátorky se rozhodla například Praha 10. Tento zaměstnanec na plný úvazek má mimo jiné v agendě organizaci pravidelných setkání s místními spolky, zjišťování jejich potřeb a obecně tvorbu podpůrného prostředí pro rozvoj kultury v Praze 10.
- Další možnou inspirací je Praha 17, která šla cestou poradního sboru starost(k)y. Do tohoto poradního sboru může se svými podněty vstoupit zvolený zástupce z každého volebního okrsku.⁸
- Pravidelně se setkávat s místními aktéry se rozhodla například i MČ Praha-Zbraslav, která udržuje pravidelný kontakt s místními organizacemi a obyvateli, zjišťuje jejich potřeby a plány.

⁸ Oficiální web MČ Praha 17 - Řepy. Dostupné z: <<https://www.repy.cz/mesto-a-urad/vedeni-mestske-casti/poradni-sbor>>

4. standard PODPORA AKTÉRŮ

Městská část jako poskytovatel finanční a nefinanční podpory.

Rolí MČ není zajišťovat veškerou kulturní produkci, ale především vytvářet příznivé prostředí pro konání akcí, které iniciují místní aktéři — spolky, jednotlivci, podnikatelé. Proto je klíčové, aby MČ měla definované podpůrné nástroje, které reagují na konkrétní potřeby místa, a především jeho obyvatel.

Pro místní aktéry může být často nefinanční podpora akce stejně důležitá jako podpora finanční. Nejčastěji se jedná o možnost využít vnitřní prostory a veřejná prostranství pro konání akcí, možnost využít propagačních plochy MČ (vývěsní tabule, inzerce v místním zpravodaji, web a sociální sítě MČ) či např. o zapůjčení mobiliáře a techniky.

Přínos pro kulturního aktéra:

- Jakákoli forma podpory snižuje bariéru pro aktivní zapojení se do tvorby kulturního programu.
- Spektrum podpory od MČ může být velmi široké: od financí přes specifikaci vnitřních prostor k využití na kulturní akce, poskytování informací o vhodnosti veřejných prostranství až po pomoc s propagací (online i offline) či provozování půjčovny s mobiliářem.

Agenda MČ:

- Definovat nástroje pro podporu kultury. (Ideálně v provázanosti s konkrétními potřebami aktérů, které MČ zjistila skrze výchozí standard ZNALOST).

STANDARD PODPORA AKTÉRŮ

- MČ vyčleňuje finanční prostředky do dotačních programů na podporu rozvoje kultury a komunitního života. Finanční podpora vychází z podporovaných směrů definovaných v rozvaze/strategii (viz standard STRATEGIE).
- MČ je otevřena místním aktérům a reaguje na jejich potřeby.
- MČ pomáhá s propagací (online — web a sociální sítě MČ; offline — místní zpravodaj, vývěsní tabule, ...) s cílem oslovit cílové skupiny konkrétních akcí.
- MČ nabízí k využití dostupné vnitřní prostory — pro místní obyvatele a spolky pro konání neziskových akcí za zvýhodněné ceny.

pro velkou MČ:

- + MČ aktivně pracuje s veřejnými prostranstvími — definuje vhodná veřejná prostranství pro konání kulturních akcí a je nápomocná při vyřizování záboru veřejného prostranství.
- + MČ zapůjčuje potřebné vybavení (stoly, židle, stánky, podium, mikrofony, reproduktory, projekční plátno apod.).

Příklady dobré praxe

- Podívat se na kulturu zeširoka se nebojí MČ Praha 5. Vypisuje proto mimo jiných např. dotační okruhy zaměřené na „zahraniční prezentaci“ nebo „rozvoj občanské společnosti a společensky odpovědných subjektů“.
- MČ Praha 10 vedle standardních dotačních okruhů vytváří tzv. Zásobník projektů, kde mohou získat podporu i aktivity na pomezí kultury a ekologie.

- MČ Praha 14 vytvořila ceník pronájmů vnitřních prostor, který je cenově vstřícnější pro místní aktéry a neziskové aktivity.
- Aby usnadnily proces žádosti o zábor veřejného prostranství, vytvořily MČ Praha 7⁹ a Praha 10¹⁰ manuály pro místní aktéry. Tyto příručky mají pozitivní vedlejší efekt, že aktéry motivují k pořádání akcí ve veřejném prostoru.
- Místní aktéry lze podpořit také nákupem potřebného vybavení. Městské části Praha 8, Praha 14¹¹, Praha 20, Praha-Ďáblice, Praha-Zbraslav a další provozují půjčovny s vybavením k pořádání kulturních akcí.
- Praha – Dolní Počernice¹² zřídila na svém webu jednoduchý formulář, kde mohou aktéři vyplnit informace o své akci a ta se zobrazí do veřejného kalendáře. MČ tak má téměř samoobslužný systém, jak podporovat aktéry v propagaci.

9 *Manuál pro organizátory aktivit ve veřejném prostoru.* Automat, 2015. Dostupné z: http://zazitmestojinak.cz/zazit-mesto-normalne/wp-content/uploads/_manual-nahled_hq.pdf

10 *Praha 10. Veřejná prostranství.* Manuál pro jejich využívání. ÚMČ Praha 10, 2019. Dostupné z: https://praha10.cz/Portals/0/Verejna-prostranstvi-Praha10_MANUAL_19-10-09.pdf?ver=2019-12-12-104516-813

11 Půjčovna příspěvkové organizace Praha 14 Kulturní. Dostupné z: <http://praha14kulturni.cz/pujcovna/>

12 Oficiální web MČ Praha – Dolní Počernice. Dostupné z: <https://praha-dolnipocernice.cz/pridat-novou-akci>

5. standard STRATEGIE

Městská část jako autor či koordinátor základní rozvahy/strategie.

Aktérům, podnikatelům a veřejnosti pomáhá, když ví, kam vedení MČ směřuje své aktivity a co chystá. Lépe tak vědí, na co se mohou připravit a s čím počítat. Komunitně formulovaná strategie by měla být tím procesem/dokumentem, kde se aktéři o záměrech MČ nejen dozví, ale kdy mohou také spoluvytvářet jejich obsah, a také se propojovat a koordinovat s dalšími aktéry.

Velikost lokality nehraje roli v tom, zda se MČ specificky věnuje tématu kultury či zda využívá koncepční a strategické materiály. I městské části s 1500 obyvateli tyto dokumenty vytváří a používají.¹³

Přínos pro kulturního aktéra:

- Když je jasné, jaká témata a oblasti MČ podporuje či bude podporovat, snáze se plánuje vlastní činnost.
- Možnost zapojit se do plánovacího procesu – ideálem je, když tvorba strategie probíhá participativně.
- Kulturní komise skrze své zápisy informuje o svých aktivitách, plánech a postojích.

Agenda MČ:

- Participativně, tedy se zapojením veřejnosti, vypracovat rozvalu/strategii.
- Rozvalu/strategii pravidelně vyhodnocovat a aktualizovat.
- Zřídit kulturní komisi a dbát, aby vedla koncepční práci.

STANDARD STRATEGIE

- MČ má vypracovanou rozvahu, která vychází ze znalosti území a aktuální situace.¹⁴
- Rozvaha je projednána napříč politickým spektrem, s kulturními aktéry, zástupci spolků a podnikatelů, či je přímo s nimi společně formulována.
- MČ minimálně jednou za dva roky svou rozvahu aktualizuje.
- MČ zřizuje kulturní komisi, ve které dlouhodobě působí někdo z těch, kdo se účastnili tvorby rozvahy. (Ideálně se na její tvorbě podílí celá kulturní komise.)

pro velkou MČ:

- + V případě velké MČ je rozvaha nahrazena strategií, která obsahuje analýzu, syntézu (např. formou SWOT analýzy) a návrh. Strategie tedy obsahuje konkrétní cíle a na ně navazující nástroje (projekty, aktivity), které k vytyčeným cílům vedou.
- + Ve strategii je nastaveno, jak se s ní má dále pracovat (jak ji implementovat a aktualizovat).
- + MČ každoročně vypracuje akční plán navázaný na rozpočet následujícího roku, který ze strategie vychází.¹⁵ Na výstupy strategie je navázán grantový systém.

Příklady dobré praxe

- Skvělým příkladem koncepčního přístupu v menší městské části je ideová koncepce *Pojetí kultury na Praze 22*. Srozumitelně pojmenovává hodnoty, východiska a rozvojové cíle kultury v této městské části. Inspirativní je také práce tamní kulturní komise, která po každé kulturní akci hodnotí její pozitiva, negativa a formuluje doporučení pro příště.

- Příkladem strategického plánování ve větším měřítku a v rámci složitějších vztahů může být Jihlava, která si nechala zpracovat široce participovanou strategii rozvoje kultury s přesahem do cestovního ruchu.¹⁶

¹³ Mokrý, J. *Podpora kultury v městských částech v Praze*. Diplomová práce. AMU, 2016.

¹⁴ Rozvaha je vypracována v rámci kapacit úřadu či za pomoci externího dodavatele/konzultanta.

¹⁵ Alternativou standardu samostatné rozvahy/strategie je dobré zpracování tématu kultury v komplexním strategickém plánu městské části.

¹⁶ *Strategie pro kulturu, volný čas a cestovní ruch ve městě Jihlavě 2017-2024*. Kvas, 2017.
Dostupné z: <https://www.jihlava.cz/assets/File.ashx?id_org=5967&id_dokumenty=517033>

Kontakty

Kreativní Praha, z. ú.

Kreativní Praha je zapsaný ústav založený hlavním městem za účelem podpory rozvoje kultury a kreativních odvětví na jeho území.

Agenda Kreativní Prahy stojí na třech pilířích:

- koncepční práce v kultuře a datová podpora,
- podpora kulturních a kreativních odvětví,
- podpora a rozvoj komunitní kultury / kultury v lokalitách.

Máte dotazy, připomínky, podněty ke Kulturnímu KOMPASU nebo ke kultuře obecně? Chcete využít našich kapacit ke konzultaci vašich specifických témat a otázek? Neváhejte se na nás obrátit na info@kreativnipraha.eu nebo přímo:

MgA. Andrea Bártová Švandová
andrea.bartova@kreativnipraha.eu | 775 678 218

Mgr. Linda Krajčovič Synková
linda.krajcovic@kreativnipraha.eu | 776 327 393

Projekt Kulturní KOMPAS – Manuál rozvoje lokální kultury v MČ HMP zaštitila
MgA. Hana Třeštíková, radní pro oblast kultury, památkové péče, výstavnictví
a cestovního ruchu.

Autorky a koordinátorky projektu:

MgA. Andrea Bártová Švandová a Mgr. Linda Krajčovič Synková

Editorka a konzultantka: MgA. Klára Mišunová

Konzultant: Ing. Petr Peřinka

Redakce a grafika: studio Datle



Kreativní
PRAHA