

Centrum měst jako infrastruktura každodennosti

Proč jednorázové akce a nová
dlažba samy o sobě město neoživí.

**Živé centrum měst nevzniká z krásně
upraveného veřejného prostoru, ale
z opakované každodenní přítomnosti lidí,
smíšených funkcí a sdílené identity.**



Ing. Vít Zeman / FUTURInvest spol. s.r.o.

Urbánní ekonom, garant skupiny územního
plánování a člen skupiny HIAH, expert pro SFPI,
MMR, FB, NSZM, zakladatel aplikace HOPR
M: 601 372 372
Email: vit.zeman.ji@gmail.com

Diagnóza problému: Náměstí jako reprezentativní kulisa

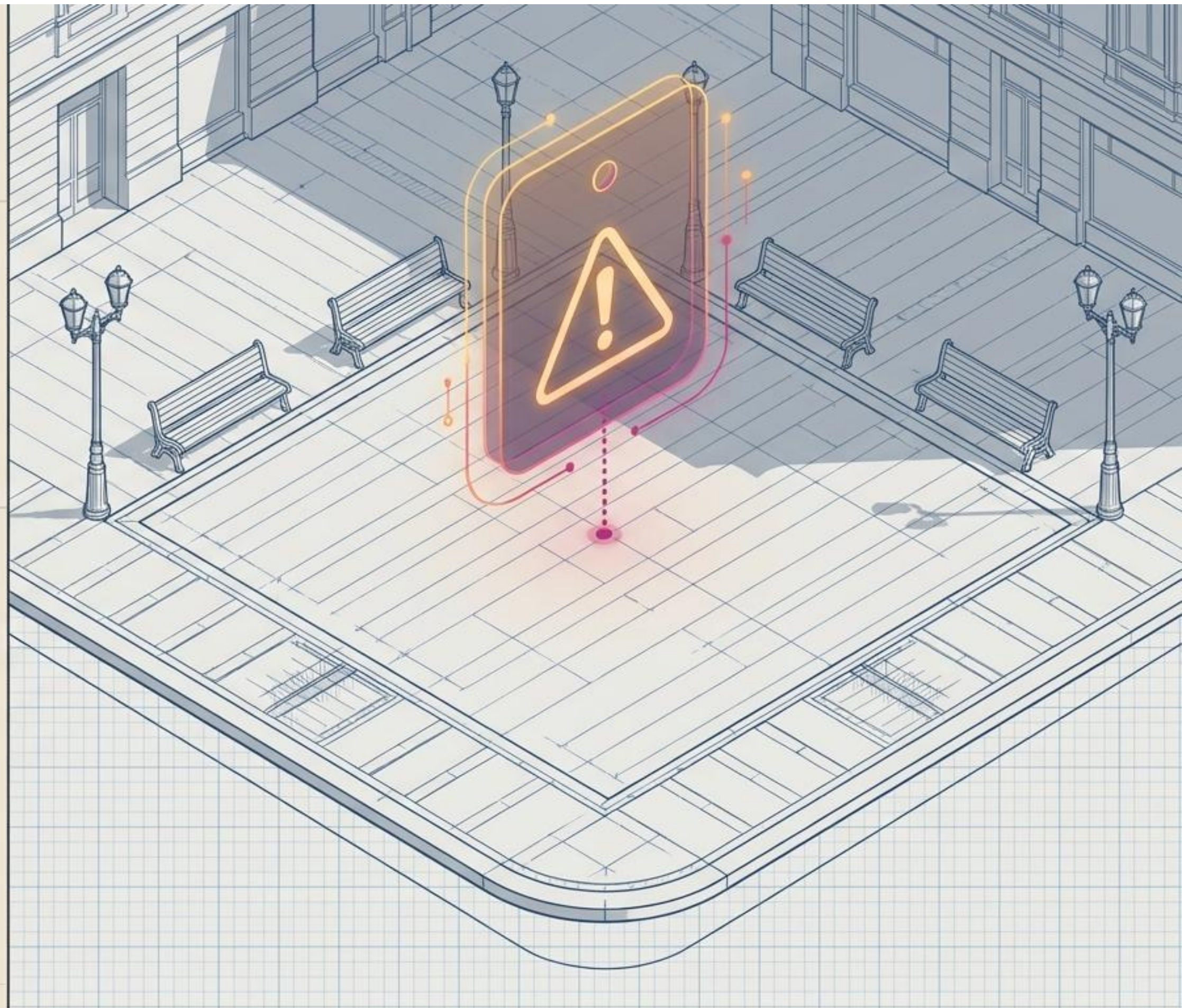
Mnoho historických měst dnes naráží na paradox. Centrum je architektonicky, památkově a symbolicky nejhodnotnější částí města, avšak pro část obyvatel přestává být místem běžného života.

Centrum neztrácí pouze návštěvnost. Ztrácí funkci každodenního městského prostředí. Lidé tam nechodí, nebo jen účelově a zřídka.

Diagnostic Box

Klíčový omyl: Problém se interpretuje jako estetický deficit (chybí nová dlažba nebo lavičky).

Skutečnost: Jde o deficit funkční. Lidé v centru nebydlí, nepracují a nevyřizují běžné služby.



Co se v historickém jádru ve skutečnosti rozpadá

1

Rezidentní základna: Klesá počet stálých obyvatel, roste podíl krátkodobého ubytování a prázdných domů.

2

Každodenní důvody návštěvy: Mizí běžné služby, drobný retail, školy a ordinace. Ztrácí se opakovaný rytmus.

4

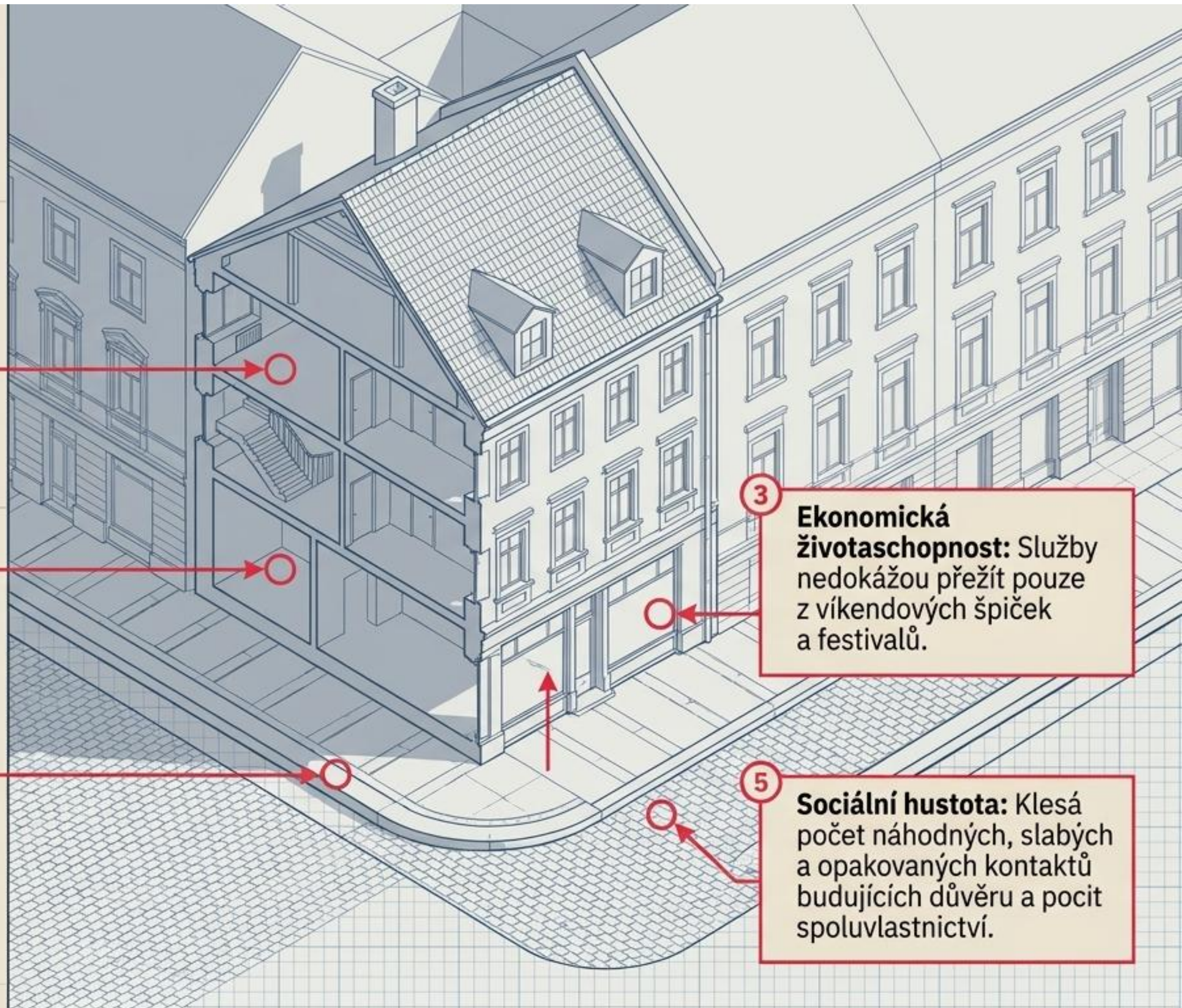
Mentální dostupnost: Obyvatelé vnímají centrum jako místo „pro turisty“ a slavnosti, ne jako přirozenou součást svého dne.

3


Ekonomická životaschopnost: Služby nedokážou přežít pouze z víkendových špiček a festivalů.

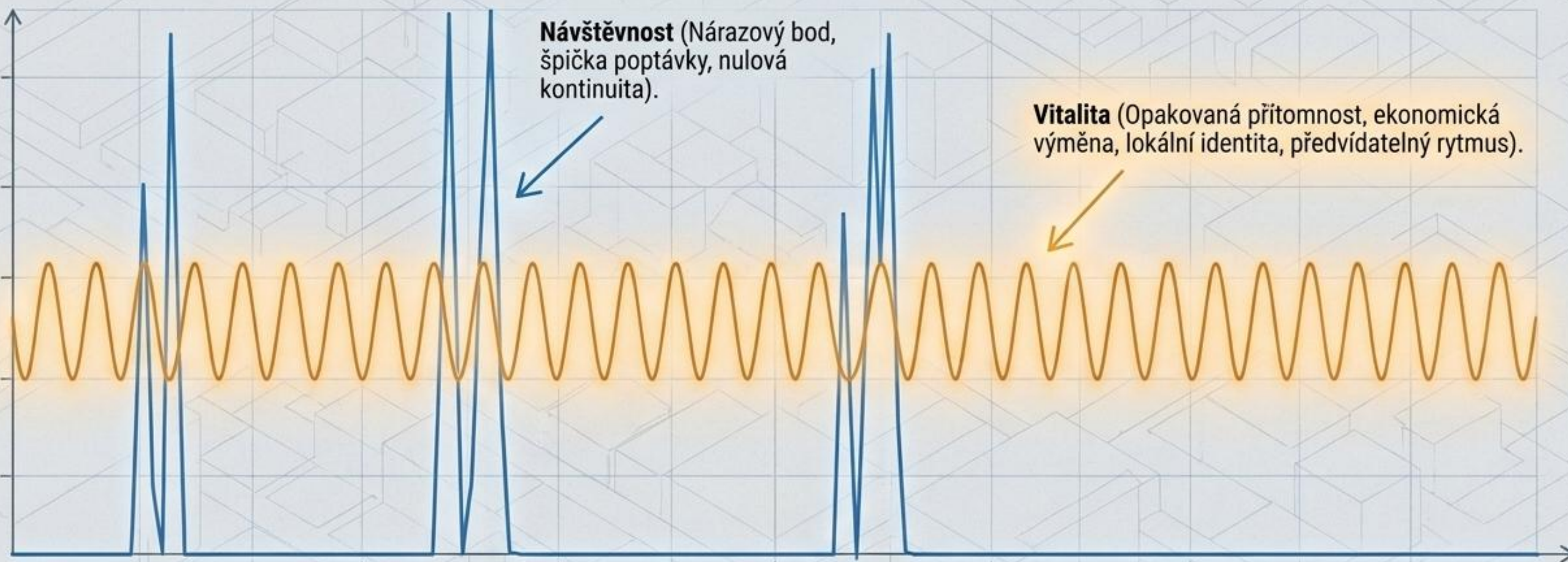
5

Sociální hustota: Klesá počet náhodných, slabých a opakovaných kontaktů budujících důvěru a pocit spoluvlastnictví.



Typické politické záměny: Iluze vs. Skutečnost

Zkratka	Proč selhává 	Nutný funkční mechanismus
„Uděláme rekonstrukci náměstí.“	Zlepší se vzhled, ale nevznikne důvod k návštěvě.	Bydlení v centru, běžné služby, aktivní parter.
„Přivedeme lidi akcemi.“	Akce vytváří špičky, prostor se pak opět vyprázdní.	Celoroční kalendář, komunitní programy, institucionální kotvy.
„Zlepšíme marketing.“	Marketing zvyšuje povědomí, ale nenahrazuje nabídku.	Konkrétní důvody návratu (práce, školy, lokální obchod).
„Vyřešíme parkování.“	Sníží bariéru, ale neobnoví sociální strukturu.	Řízení dostupnosti všemi módy (pěší, cyklo, MHD).
„Centrum je turisticky atraktivní.“	Turismus vytlačuje každodennost místních.	Vyvážení turismu s rezidentním životem.



Návštěvnost není totéž co Vitalita

Festival nebo trh umí vytvořit momentální koncentraci lidí. Zásadní rozdíl je ale v kontinuitě. Město může mít plné náměstí při akci, a přesto zcela mrtvé centrum v pondělí dopoledne nebo v lednu mimo sezónu.



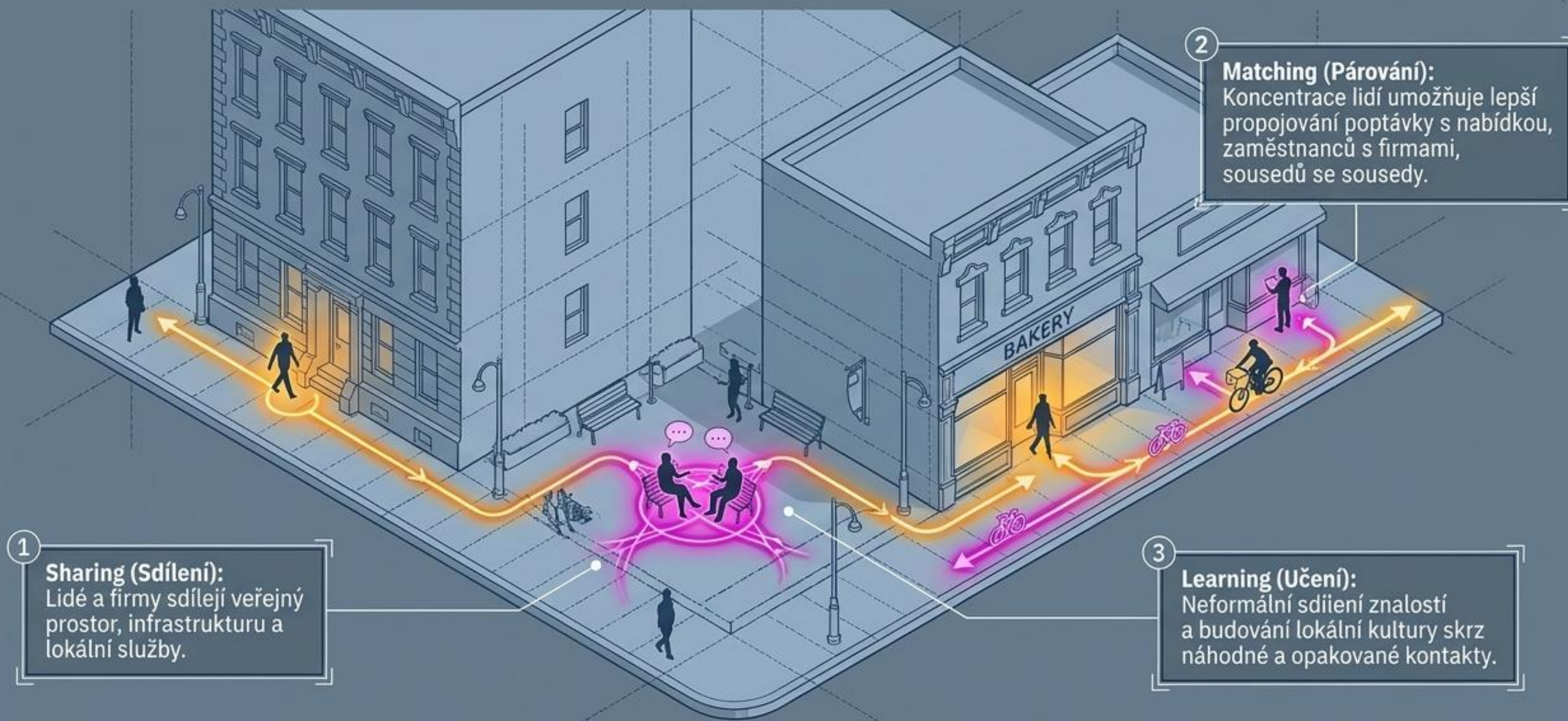
Město není kulisa. Je to trh interakcí v prostoru a čase.

V urbání ekonomii je město systém, který zvyšuje produktivitu tím, že umožňuje lidem, firmám a institucím být blízko sebe. Historické centrum má mimořádnou hodnotu, protože koncentruje symbolický kapitál a pěší dostupnost.

Zákon dostupnosti (Alain Bertaud):

Územní plánování se posuzuje podle toho, zda zlepšuje fungování městského trhu. Dostupnost není jen doprava (MHD/parkování). Jde o zkracování času nutného k tomu, aby se lidé potkávali, směňovali a sdíleli. Pokud centrum ztratí rezidenty a služby, je sice fyzicky dostupné, ale sociálně a ekonomicky odpojené.

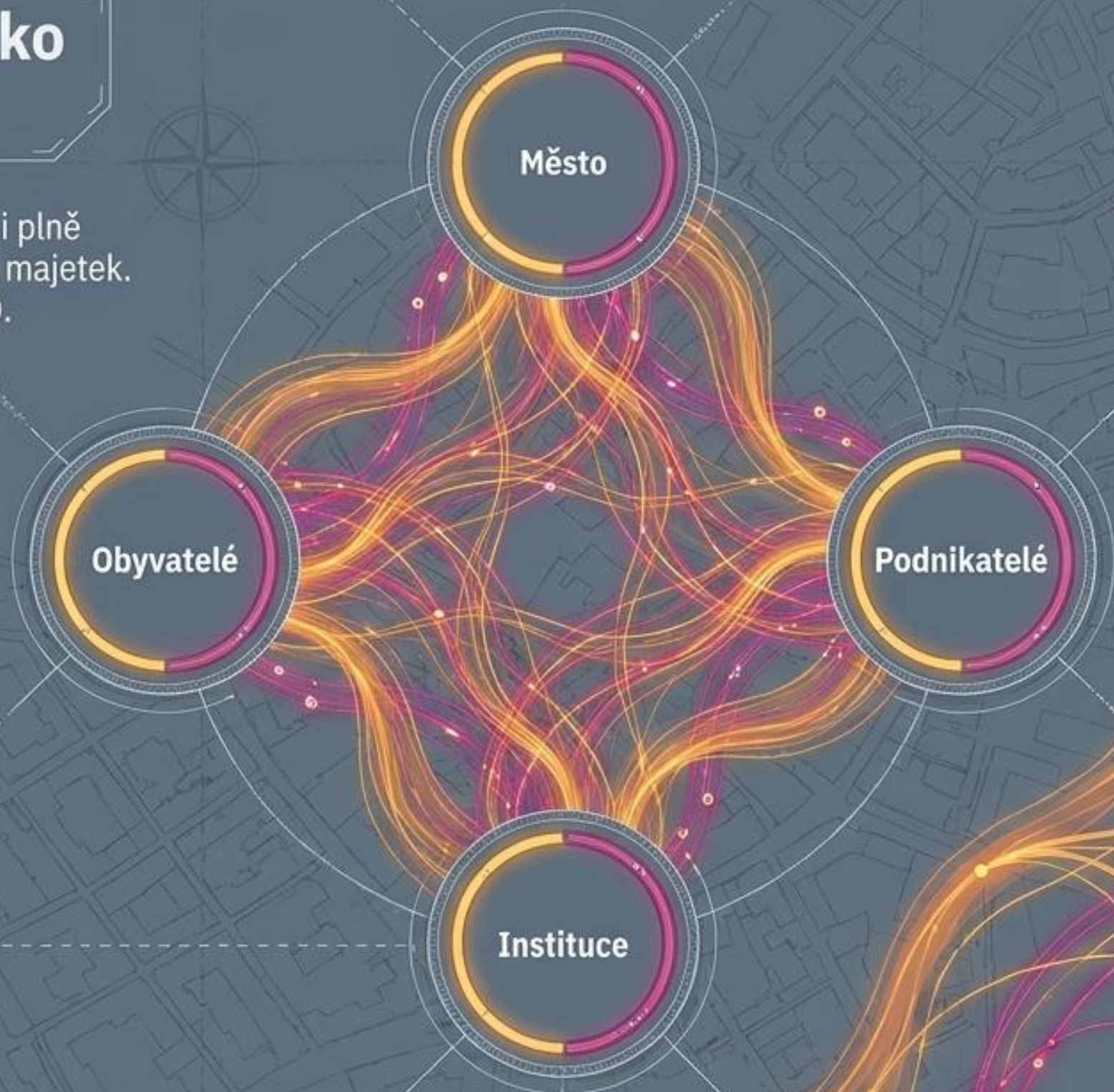
Motor aglomerace: Jak vzniká „život mezi budovami“



Jane Jacobs a Jan Gehl: Kvalita města se láme v životě mezi budovami. Veřejný prostor se nestává živým tím, že je esteticky dokončený, ale tím, že je opakovaně sociálně používaný.

Veřejný prostor jako sdílený statek

Prostor historického centra není ani plně soukromý, ani čistě administrativní majetek. Je to „společný statek“ (commons).



Elinor Ostrom framework

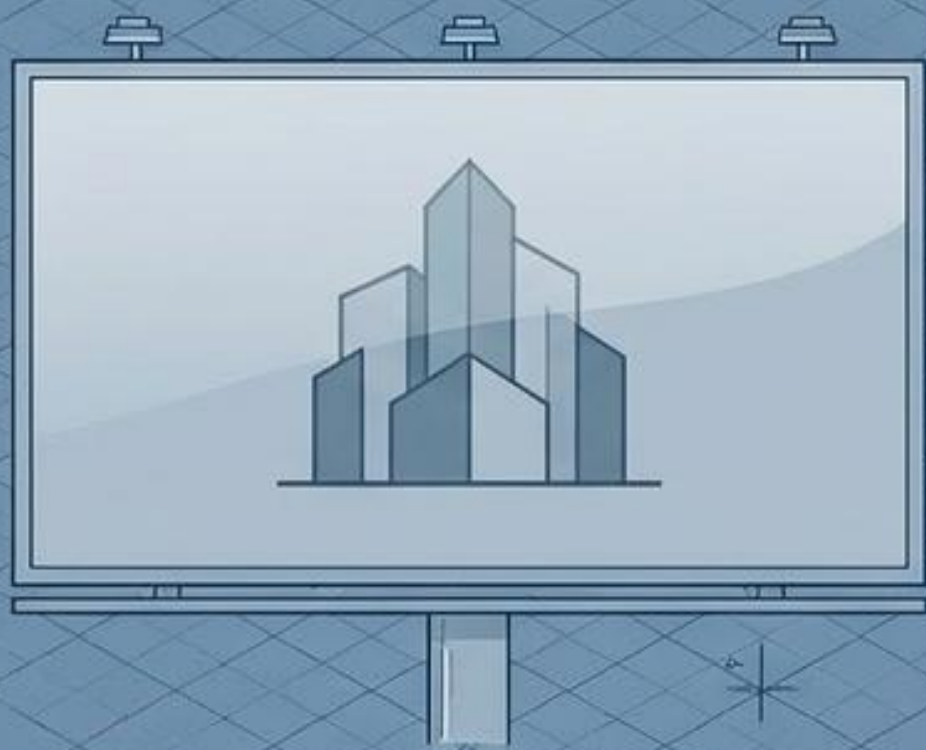
Dlouhodobě udržitelné prostory nevznikají pouze nařízením shora.

Vyžadují důvěru a sdílená pravidla.

Závisí na spolupráci a spoluzodpovědnosti všech aktérů v území.

Nutnost opakované interakce a lokálního zapojení.

Identita není slogan. Je to infrastruktura vztahu k místu.



Marketingová identita:

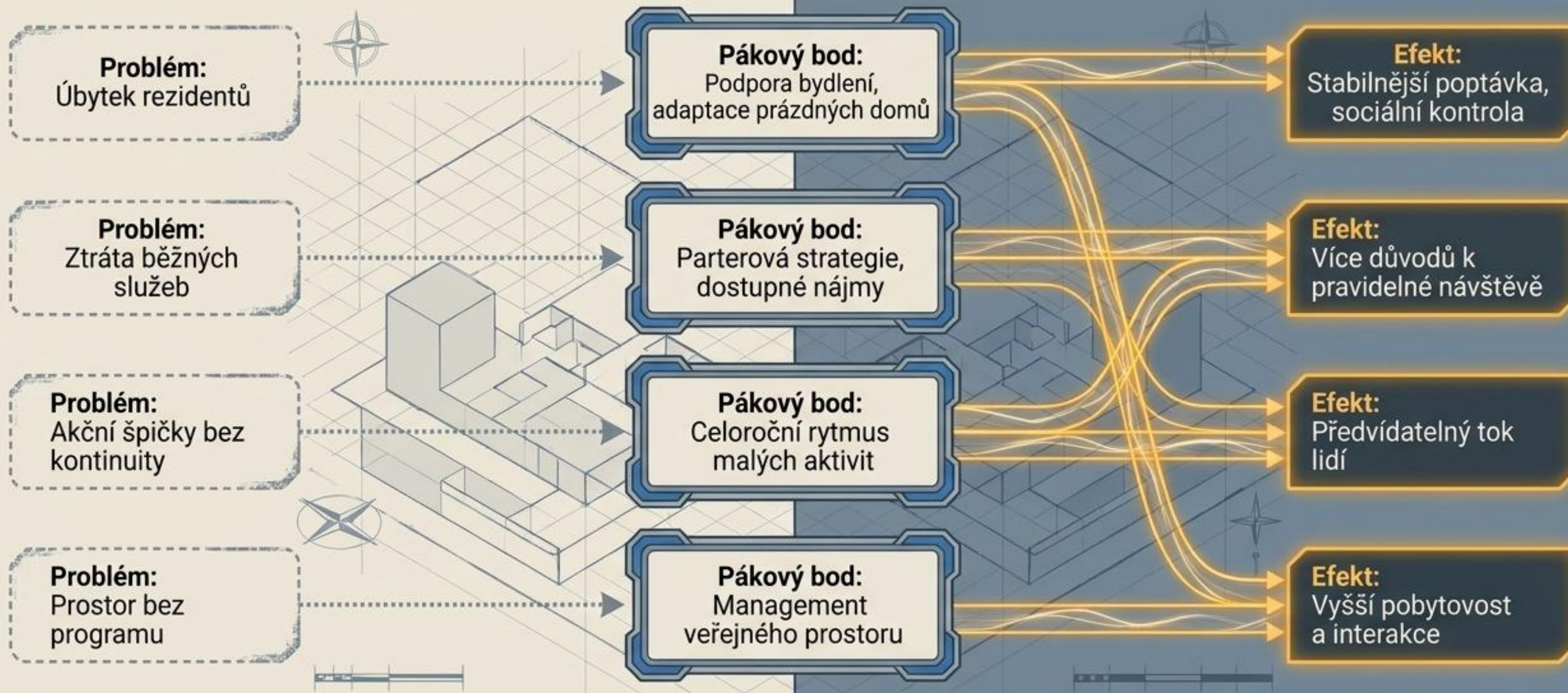
- Pracuje s obrazem navenek.
- Založena na vizuálu a sdělení.
- Miří na turisty nebo investory.
- Rychlá, ale povrchní.



Funkční identita:

- Pracuje s opakovaným vztahem obyvatel k místu.
- Založena na osobní zkušenosti, rytmu a zapojení.
- Vrací centrum místním obyvatelům.
- Vzniká pomalu skrz každodenní rutinu (škola, nákup, setkání).

Kauzální model: Od estetiky k systémové nápravě



Rozhodovací pravidlo: Každý zásah do centra musí zvyšovat pravděpodobnost opakované každodenní přítomnosti. Pokud ne, jde jen o událostní intervenci.

Od projektu k systému: Doporučený postup pro města

1. Diagnostika:

Zmapovat skutečnou každodenní funkci centra (prázdné domy, pěší toky).

2. Oddělení dat:

Rozlišit návštěvnost (turismus/špičky) a vitalitu (běžný den).

3. Strategie parteru a bydlení:

Uřčit nezbytné služby a formy bydlení pro funkční strukturu.

4. Celoroční rytmus:

Nastavit síť malých, pravidelných událostí a institucionálního zapojení.

5. Propojení s prostorem:

U každé investice do dlažby definovat, kdo a proč ji bude denně používat.

6. Management centra:

Zřídit mezioborovou správu (kultura, majetek, doprava, podnikání).

Nové městské KPI: Měřte chování, ne pouze stavby

Vanity Metrics

~~Počet festivalů~~

~~Délka nových
cyklostezek~~

~~Plocha nové
dlažby~~

~~Počet laviček~~

~~Celkový
rozpočet akcí~~



Rezidentní funkce: Počet trvale obydlených bytů vs. počet prázdných domů. (Bez rezidentů nevzniká stabilní poptávka).



Zdraví parteru: Obsazenost provozoven a struktura služeb. (Slouží běžnému životu, nebo jen sezónní spotřebě?).



● Běžný život ● Sezónní

Vitality Indicators



Pobytořost: Délka pobytu, večerní a týdenní rytmus. (Rozlišuje pouhý průchod od skutečného života).



Sociální vazby: Počet zapojených škol, spolků a lokálních podnikatelů. (Měří schopnost vytvářet spoluzodpovědnost).




Active partnerships



Skutečná dostupnost: Pěší dostupnost, režim zásobování, cyklo a MHD. (Dá se centrum používat běžně, nikoli jen výjimečně?).



An architectural rendering of a city center, showing a dense cluster of buildings and a network of roads. The roads are highlighted with glowing orange and yellow lines, suggesting a focus on infrastructure. The buildings are rendered in a light blue color, and the overall scene is set against a dark background. The rendering is presented in a perspective view, showing the layout of the streets and the arrangement of the buildings.

Závěr: Oživení není estetický projekt, ale obnova funkce.

**Historické centrum neožije
proto, že bude hezčí. Ožije tehdy,
když bude znovu potřebné.**

Potřebnost centra nevzniká z nové dlažby.
Vzniká ze smíšených funkcí, dostupného bydlení,
běžných služeb a opakované zkušenosti obyvatel,
že centrum je jejich vlastní město.

Vitalitu nelze koupit jednou investicí. Lze ji však systematicky pěstovat prostřednictvím infrastruktury každodennosti.