REGIONÁLNÍ ROZVOJ MEZI TEORIÍ A PRAXÍ

3/2020

CIVITAS PER POPULI

Obsah

ÚVOD 3

SHLUKOVÁ ANALÝZA: CESTA K ODHALENÍ PODNIKATELSKÉ MIGRACE NA VENKOV? 4

PŘÍMĚSTSKÝ PARK JAKO NÁSTROJ ROZVOJE PŘÍMĚSTSKÉ KRAJINY 17

VÝZNAM POUTNÍCH MÍST A CEST V SOUČASNOSTI 34

VYUŽÍVÁNÍ SOCIÁLNÍCH SÍTÍ MÍSTNÍMI SAMOSPRÁVAMI: GEOGRAFICKÝ KONTEXT 58

ÚVOD

EDITORIAL

Vážení a milí čtenáři,

Relativně klidné léto již je bohužel za námi, i když ani ono nebylo právě šťastné. S lítostí a smutkem v srdci jsme se v polovině srpna rozloučili s doslova renesančním vědcem a znalcem přírody, vývoje ve čtvrtohorách, ekologie, malakologie, zoologie a dalších oborů RNDr. Vojenem Ložkem, Dr.Sc., který nás opustil v požehnaných 95 letech. Dovolujeme si tedy vložit vzpomínku na něj z pera kolegy dr. Michaela Pondělíčka.

Dr. Vojen Ložek se do vědecké činnosti zapojil již jako gymnazijní student a v roce 1939 publikoval svůj první odborný článek o výskytu plžů v okolí Prahy a za svůj život vědecky publikoval nejméně 1500 x a v různých registrech je jeho knih, článků a kapitol publikací slušná řada.
Jeho vědecká činnost byla různorodá a trvala prakticky 80 let, až do jeho smrti. Vojen Ložek byl inspirací pro řadu badatelů, výzkumníků a pedagogů, a take sběratelem zkušeností, pověstí a zapomenutých znalostí, zcela po vzoru profesora Julia Komárka (nestora české vědy), na kterého v mnoha věcech navazoval. Nelze říci, že by v Československu a střední Evropě některé locality neznal. Orientoval se jak na Brdech, tak v Českém nebo Moravském krasu, pravidelně navštěvoval lokality v Podyjí, ale I zapomenuté lokality na východním Slovensku a v centru Šumavy. Znal a uvědomoval si řadu souvislostí, které nám unikají, netrpěl slavomamem ani pýchou, prostě věděl své.
Jeho přednáška pro Přírodovědeckou fakultu UK Vývoj přírody ve Čtvrtohorách, byla souvisle inovována a rozšiřována po celých 53 let. Autora bavilo v rámci přednášky tahat studenty po Českém krasu, kde počítal kolik studentů, který rok spadne cestou přes Bubovické vodopády do vody (tato "zábava" před 10 lety skončila mizením vody v Krasu při změně klimatu, kterou bral jako normální děj).
Z našeho pohledu se zasloužil o rozvoj a rekonstrukci české krajiny, podporoval ochranu klenotů přírody a venkovské kultury ve všech směrech a byl zejména v propagaci přírody neúnavný. Škoda je dobrého člověka…

S podzimem se k nám bohužel vrátila druhá vlna pandemie Covid 19, jejíž průběh a dopady zdají se být větší, než tomu bylo v první vlně na jaře. I přes tyto nepříznivé podmínky, zůstává naše redakce a autoři článků činní, a proto k vám v tuto chvíli přicházíme s letošním již třetím číslem časopisu regionální rozvoj mezi teorií a praxí. Aktuální číslo přináší čtyři články z nejrůznějších oblastí regionálního rozvoje. Jako první je zařazen článek Jana Píši z Fakulty sociálně ekonomické univerzity J. E. Purkyně v Ústí nad Labem s názvem Shluková analýza: cesta k odhalení podnikatelské migrace na venkov? Další článek s názvem Příměstský park jako nástroj rozvoje příměstské krajiny napsali Dorotea Cimburová a Zdeněk Ent z Institutu plánování a rozvoje hlavního města Prahy. Třetí zařazený článek napsala čerstvá absolventka Vysoké školy regionálního rozvoje a Bankovního institutu – AMBIS Renata Richterová a věnuje se Významu poutních míst a cest v současnosti. Autory posledního článku tohoto čísla jsou Martin Kebza, Leona Findžová a Anna Váňová ze Západočeské univerzity v Plzni a jeho název zní Využívání sociálních sítí místními samosprávami: geografický kontext.

Jménem redakce Vám přeji inspirativní čtení a zejména pevné zdraví v této nelehké době!
Vladimíra Šilhánková
Hradec Králové, září 2020

SHLUKOVÁ ANALÝZA: CESTA K ODHALENÍ PODNIKATELSKÉ MIGRACE NA VENKOV?

CLUSTER ANALYSIS: THE WAY TO REVEALING RURAL ENTREPRENEURIAL IN-MIGRATION?

Mgr. Jan Píša

Fakulta sociálně ekonomická Univerzity J. E. Purkyně v Ústí nad Labem
Moskevská 54, Ústí nad Labem 400 96
e-mail: jan.pisa@ujep.cz

Klíčová slova:
Podnikatelská migrace na venkov, shluková analýza, český venkov, kvantitativní hodnocení

Keywords:
Rural entrepreneurial in-migration, cluster analysis, Czech rural, quantitative evaluation

Abstrakt:
Podnikatelská migrace na venkov je jedním z jevů napomáhajících oživení ekonomické aktivity malých, spíše odlehlých obcí. Dosavadní výzkumy se soustředí na její dopady z pohledu lokálního rozvoje, anebo motivační faktory, které jsou příčinou pro změnu bydliště jednotlivých migrantů. Případové studie zaměřené na výzkum v rámci lokalit, nebo mikroregionů však málokdy nabízí možnost zhodnocení významu a rozsahu tohoto jevu na úrovni větších územních celků. Tento článek se pomocí shlukové analýzy pokouší alespoň částečně zhodnotit souvislost migračních trendů a dynamiky podnikatelské aktivity napříč českým venkovem, který se v tomto ohledu zdá být značně heterogenní. Současně jsou diskutovány bariéry, které poněkud znesnadňují aplikaci vybrané metody, stejně jako jiných způsobů kvantitativního zkoumání podnikatelské migrace.

Abstract:
Rural entrepreneurial in-migration is one of the phenomena which help to revive the economic activity of small, rather remote rural localities. Current research focuses on its effects from the local development view or motivation factors that are the cause of the migration processes in individual cases. However, case studies focused on research within localities or micro-regions rarely offer the possibility of evaluating the significance and extent of this phenomenon at the level of larger spatial units. Using cluster analysis, this article tries to, at least partially, evaluate the connection between migration trends and the dynamics of business activity across the Czech rural space, which seems to be quite heterogeneous in this respect. At the same time, barriers which make the application of the selected method, as well as other ways of quantitative research in entrepreneurial in-migration more problematic are discussed.

Úvod

Podnikatelská migrace na venkov je dílčí kategorií zahraniční literaturou zakotveného fenoménu amenitní migrace (např. Moss, 2006; Gosnell a Abrams, 2011) - specifické formy přesunu městských obyvatel z města do venkovských oblastí. Někteří z těchto migrantů, motivovaní nechutí dále žít ve městě, nebo naopak přitahovaní idylou venkova, mohou být významným impulzem pro zvýšení dynamiky socioekonomických procesů některých venkovských obcí. Kromě lokálního působení, motivačních faktorů a různorodých dopadů této migrace je možné a s ohledem na nejrůznější strategie rozvoje venkova rovněž potřebné zkoumat také její prostorové rozložení.
Tato studie si klade za cíl využít dostupná statistická data a dosavadní zjištění empirických studií zaměřených na podnikatelskou migraci na venkov a alespoň částečně plošně odhalit tento proces napříč venkovskými obcemi v Česku. Ty budou prostřednictvím shlukové analýzy rozčleněny do několika kategorií dle předem stanovených ukazatelů a kritérií s ohledem na bariéry shrnuté v části 2. Zároveň bude naznačena možnost přemostění od zdánlivě nahodile vybraných, idiografických případových studií až ke všeobecně platnému, i když značně generalizovanému teoretickému rámci pro další potenciální výzkumy. Na základě těchto obecně stanovených cílů a zvolené výzkumné metody lze stanovit následující výzkumné otázky: Lze na základě shlukové analýzy spolehlivě identifikovat obce s vysokým potenciálem pro podnikatelskou migraci na venkov? A dále podrobněji: Jaké je prostorové rozložení těchto obcí v rámci Česka? Jaké jsou bariéry kvantitativního výzkumu při použití vybraných ukazatelů?

V následujících řádcích je stručně definována podnikatelská migrace na venkov a její příčiny i dopady. Kapitola 2 obecně popisuje překážky znesnadňující samotný výzkum migračních trendů a oslabující validitu výzkumných závěrů. Dále je popsána metodika samotné shlukové analýzy a souvisejících postupů při přípravě dat a následné interpretaci a vizualizaci výsledků. Čtvrtá část popisuje jednotlivé shluky a jejich prostorové rozložení. Tyto výsledky jsou v závěru shrnuty v obecné rovině ve vztahu k problematice podnikatelské migrace, a především stanoveným výzkumným otázkám.

1. Podnikatelská migrace na venkov

Předkládaná analýza je pokusem o zevšeobecnění dosavadních poznatků o tzv. podnikatelské migraci na venkov, která je v rámci českých rurálně zaměřených studií poměrně okrajovým tématem. Faktor podnikání v souvislosti se stěhováním na venkov se částečně skrývá pod označením amenitní migrace, která spočívá v přesunu z měst na venkov motivovaném snahou o zlepšení prostředí pro život (Chipeniuk, 2005). Obecněji se na kontraurbanizaci, nebo na amenitní migraci soustředí celá řada již dříve publikovaných výzkumů, důraz na podnikatelskou aktivitu nově příchozích migrantů z města je však buď zcela opomenut (výjimkou je například Novotná, 2013), nebo je spíše okrajovou záležitostí (např. Bernard, 2009). V jiných případech je podnikatelská aktivita migrantů chápána jako jedna z možných strategií umožňujících adaptaci migranta na venkovské prostředí, nebo je rozlišující vlastností odlišných typů amenitních migrantů (např. Šimon, 2014; Bartoš a Kušová, 2005; Bartoš a kol., 2011).
Mezi těmito typy jsou z hlediska dynamiky venkovských lokalit zvláště významnou skupinou původně městští migranti zakládající podniky v novém místě bydlení. Jejich dovednosti, znalosti a kreativita (Atterton a kol., 2012) se tak stávají novým zdrojem lidského, sociálního i finančního kapitálu (Gkartzios a Scott, 2014), anebo způsobem, kterým jsou některé lokální příležitosti zužitkovány (obdobně hovoří např. Woods, 2011 v souvislosti s tzv. novým

paradigmatem rozvoje venkova). Důležitost podnikatelské migrace nespočívá pouze v ekonomických benefitech přímo vyplývajících z pracovní aktivity, jako je například tvorba pracovních míst, daňové výnosy plynoucí obci, či zvýšení nabídky zboží a služeb na obvykle omezeném venkovském trhu (Newbery a kol., 2017). Důsledky lze hledat i v dalších oblastech od změny image obce, fyzické rekonstrukce objektů pro bydlení a podnikání a změnách sociální struktury lokální komunity. Právě otázka společenského začlenění původem městských obyvatel na venkov se zdá být poměrně problematická a hledisko ekonomických benefitů plynoucích z podnikatelských aktivit se velmi často střetává s názory na cizorodost zaměření nových firem a mnohdy i s prostou závistí ze strany místních starousedlíků. Socioekonomické faktory podnikatelské a amenitní migrace z města na venkov jsou shrnuty autorem ve dvou článcích (Píša, 2019; Píša a Hruška, 2019) zaměřených na percepci venkovského života ze strany samotných migrantů a jejich přínosy pro lokální rozvoj s ohledem na vykonávanou podnikatelskou činnost. Výzkumy Bartoše a kol. (2011), Novotné a kol. (2013) a Šimona (2014) jsou založeny na kvalitativním výzkumu případových studií, stejně jako zmíněné autorské studie. Zatímco v případě Šimona je pro výběr případových studií využita analýza dostupnosti venkovských sídel, Bartoš a kol. využívá pro vymezení oblastí pro následující výzkum spíše soubor specifických geografických znalostí nežli statistická kritéria s ohledem na nemožnost rozlišit různorodé kontraurbanizační procesy z důvodu chybějících agregátních dat. Vymezení zájmových oblastí tedy vychází z předpokladu, že odlehlost a zaostalost některých venkovských oblastí paradoxně zvyšuje potenciál pro migrační trendy motivované snahou o změnu životního stylu, což je v souladu s obecným vnímáním rurální idyly, které shrnuje např. Woods (2011). Jedním dechem je však třeba dodat, že rozdílné sociální skupiny vnímají rurální idylu (tedy v podstatě to, jak má venkov vypadat) různě, na základě širokého spektra faktorů, které však spíše souvisí s charakteristikami a zkušenostmi jednotlivce nebo skupiny, která venkov konstruuje, nežli s realitou venkovského života (Bell, 2006; Short, 2006). Bartoš a kol. (2011, str. 62) výstižně popisuje možný rozhodovací proces potenciálního migranta: „*Přitažlivost venkova, spočívající na jeho určité „zaostalosti“, může být ale při praktickém rozhodování o změně bydliště převážena nevýhodami socioekonomického rázu“.*

Z předchozího autorova výzkumu vyplývá, že pohnutky českých amenitních migrantů sice často souvisí s idylickými představami o životě na venkově a zároveň snahou o přerušení některých vazeb na město, zejména však s ohledem na původní pracovní místo (v podstatě úzce v souladu s koncepcí push a pull faktorů a snahou o změnu životního stylu – např. Halliday a Coombes, 1995). Samotná vzdálenost od města emigrace, ale i jiných měst v rozhodování o výběru lokality tedy nehrála žádnou roli, snad pouze s ohledem na nechuť žít v suburbiu (Píša, 2019), jejichž existence s faktorem blízkosti k velkým městům jistě souvisí. I proto se v rámci výzkumů zaměřených na jednotlivé migrační trendy jeví jako výhodnější jejich definice z hlediska funkčního, nikoli s ohledem na jejich převažující prostorové směřování. Pak lze klíč v rozlišení suburbanizace od jiných forem migrace z města spatřovat v síle vazby nových obyvatel venkova na město (Šimon a Ouředníček, 2010). Směřování migrantů ve smyslu výběru venkovské lokality je sice ovlivněno pozitivním vztahem a idylickým vnímáním určitého regionu pramenícího z jeho image (North a Smallbone, 2007), ale praktické faktory (dostupnost a cena nemovitostí, klid méně turisticky a atraktivních lokalit) mají v konečném zúčtování často větší hodnotu (Carson a kol., 2018). Vnímání celého regionu je tak nadřazeno percepci jednotlivých lokalit v jeho rámci. V tomto směru se hodí uvést příklad z rozhovoru s migrantkou na Litoměřicko (interview provedené v rámci výzkumu amenitní migrace na venkov – Píša, 2019): *„Chtěli jsme určitě do jižních Čech. To je takový prostě pro Pražáky - že jsme chtěli mít farmu v jižních Čechách. Pak jsme jezdili po těch jižních Čechách a tam jsme zjistili dvě věci: Jednak že ta půda je tam rozebraná, protože tam hodně často opravdu farmařej ty rody, který to dostaly v tý restituci, protože tam nebyly Sudety. Další věc je, že je to tam hodně drahý. (…) Vždycky jsem říkala: Já nepůjdu do severních Čech, to nejde. Mně chcete poslat do uhelný*

haldy? A vůbec jsem neměla o tom Středohoří ponětí. (…) Pak jsme tam s přítelem jeli na čundr. A najednou jsme zjistili, že je to tady vlastně hezký a že chceme někam sem.“ Obdobné výpovědi tedy podrobněji objasňují uvažování o cílové destinaci migračního procesu na úrovni domácností. Přestože lze souhlasit, že odlehlost některých rurálních oblastí doprovázená často relativně vysokou přírodní atraktivitou může zvyšovat potenciál pro sledované druhy migrace na venkov, reálné rozložení venkovských destinací je výsledkem spolupůsobení mnoha faktorů.

2. Bariéry kvantitativního výzkumu podnikatelské migrace na venkov

Předchozí odstavce náznakem shrnuly některé aspekty fungování fenoménu podnikatelské migrace na venkov, a to zejména se zaměřením na dosavadní české studie. Ve vztahu k možnostem statistického odhalení tohoto jevu lze snadno podlehnout skepsi vyplývající z mnoha faktorů, které jsou do jisté míry vzájemně provázány a znesnadňují tak prvotní výběr vstupních dat.

Mezi těmito překážkami nelze opomenout otázku vymezení venkova. Přístupů k vymezení rurálních oblastí je celá řada (shrnuje je například Hruška, 2014), nicméně v rámci zjednodušení a s ohledem na dostupnost dat a obvykle používanou administrativní a zákonnou hranici je v předkládané analýze za venkovskou lokalitu považována každá obec do 3000 obyvatel (v případě tohoto výzkumu zohledňuji střední stav od roku 2008 do 2018). Proti tomuto vymezení by mohl hovořit kromě striktní hranice založené na jediném faktoru rovněž fakt, že se většina socioekonomických procesů plynoucích z eventuální podnikatelské aktivity migrantů odehrává na úrovni vesnice (venkovského sídla), nikoli obce. V praxi tak častokrát dochází k agregaci dat několika vesnic, do jedné administrativní a statistické jednotky, kterou je obec.

Dalším důležitým problémem ovlivňujícím výsledky předkládané analýzy je zohlednění faktoru vzdálenosti, nebo dostupnosti z hlediska času i prostoru. Proti zohledňování tohoto kritéria v rámci statistických analýz prováděných za jiným účelem, než je samotné vymezení dopravní dostupnosti konkrétních míst, služeb, či regionálních center lze postavit tři skupiny argumentů. S ohledem na snahu o vymezení cílů podnikatelské migrace je třeba jmenovat následující empirické a metodologické připomínky: (1) Nelze přesně stanovit, vůči kterým centrům/městům by měla být vzdálenost, nebo odlehlost venkovských obcí poměřována. Pokud podnikatelský migrant z definice vytváří pracovní místo sám pro sebe, odpadá potřeba denní dojížďky za prací. Má tedy následně význam počítat dostupnost center na základě počtu obyvatel, nebo jejich administrativně-správního postavení? A dále: i když se soustředíme na český venkov, funkční regiony mohou být zvláště v případě příhraničních oblastí vymezovány vůči dojížďkovým centrům v zahraničí. (2) Z velmi omezených empirických dat o podnikatelské migraci získaných vlastním výzkumem lze hrubě odhadovat výrazný rozptyl vzdáleností imigračních venkovských sídel od regionálních center různého významu. Z ostatních českých zdrojů se z tohoto hlediska čerpat nedá, protože vlastnímu výzkumu předchází vymezení zkoumaného prostoru na základě jeho odlehlosti, která je chápána jako vstupní omezení zčásti definující konkrétní podobu popisovaného migračního trendu. (3) Při využití dat vázaných na územní jednotky je jejich distribuce sama o sobě ovlivněna polohou dané obce, včetně funkčních vztahů vůči potenciálním cílům dojížďky.

Z uvedené argumentace snad částečně vyplývá potřeba navržení zobecňující kvantitativní studie na základě empirických poznatků získaných pomocí případových studií. Může se zdát, že případová studie mají spíše idiografický charakter, nicméně i přes jejich prostorovou omezenost by se měly pokoušet zjištěné poznatky alespoň částečně generalizovat tak, aby byly aplikovatelné i mimo původně zkoumaný prostor (podrobně se tímto vztahem zabývá např. Kofroň 2012). Skrze kvantitativní metody je tak v případě dostupnosti adekvátních dat možné regionální poznatky pomyslně roztáhnout do širšího prostorového rámce, čímž výzkum získává

nový, více nomotetický charakter, který lze následně opětovně ověřovat pomocí dalších empirických studií.

3. Shluková analýza

Základní metodou využitou v této studii je shluková analýza. Ta je provedena s pomocí tří proměnných vybraných na základě definice podnikatelské migrace na venkov, dřívějších empirických studií a pragmatické potřeby aktuálních a prostorově co nejpodrobnějších dat. Jedná se o (1) index podnikatelské aktivity (IPA), (2) migrační saldo (oba ČSÚ, 2019) a (3) počet dokončených bytů v rodinných domech (ČSÚ, 2020). Aby mohla být zhodnocena dynamika zkoumaného procesu, veškeré ukazatele byly vypočteny z dat za několik let. IPA je podílem počtu podnikatelských subjektů připadajících na střední stav obyvatelstva obce v roce 2018 a v roce 2008. V přehledové tabulce popisující shluky (Tabulka 1) je vyjádřen v procentech. Migrační saldo je hodnoceno jako jeho průměrná hrubá míra (HMMS). Za každý rok v období 2009–2018 byl spočítán rozdíl přistěhovalých do obce a vystěhovalých z obce přepočtených na střední stav obyvatelstva vynásobený tisícem. Údaje za jednotlivé roky byly následně zprůměrovány. Nakonec byl zprůměrován počet dokončených bytů v rodinných domech v letech 2009–2018 a rovněž přepočten na tisíc obyvatel ze středního stavu obyvatelstva mezi těmito roky. Výběr venkovských obcí je proveden s ohledem na průměrný počet obyvatel mezi roky 2008 a 2018 (obce do 3000 obyvatel). Z výběru byly z důvodu srovnatelnosti dat vynechány vojenské újezdy a obce vyčleněné z těchto újezdů v roce 2015 a 2016.

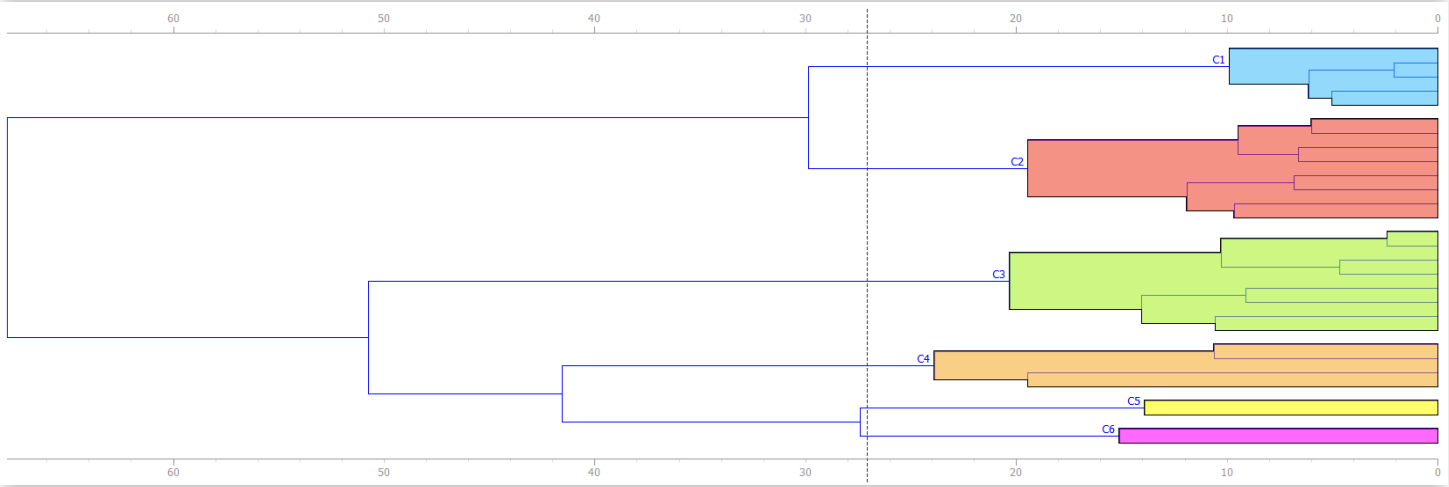
Volba úvodních dvou ukazatelů vyplývá z definice zkoumaného fenoménu, třetí slouží jako vodítko umožňující částečně rozlišit migrační trendy směřující do venkovských obcí (obcí se středním stavem obyvatel mezi roky 2008 a 2018 do 3000). Na základě empirických výzkumů (Píša a Hruška, 2019; Bartoš a kol., 2011) lze odhadovat, že většina podnikatelských migrantů pro své bydlení využívá již dříve existující venkovské stavby, na rozdíl od suburbanitů, kteří i v důsledku rapidního populačního nárůstu obcí přilehlých velkým městům mnohdy využívají nový bytový fond. Ačkoli případové studie Novotné a kol. (2013), Bartoše a kol. (2011) nebo Šimona (2014) zohledňují potenciál pro další hledání migrantů na venkov podle odlehlosti daných oblastí, v rámci této analýzy bylo vzhledem k argumentům shrnutým v kapitole 2 upřednostněno faktor vzdálenosti opomenout, neboť je částečně podepsán pod rozdílnou prostorovou distribucí všech tří zkoumaných proměnných. Vzdálenost je tak zohledněna pouze jako popisná proměnná.

Zkoumané ukazatele (IPA, HMMS a údaje o počtech dokončených bytů) byly navíc doplněna o dva popisné ukazatele - střední stav obyvatelstva za období 2008–2018 a vzdušná vzdáleností každé venkovské obce od nejbližšího krajského města, vygenerováná pomocí programu ArcMap. Pro následnou vícerozměrnou statistickou analýzu byl použit software Orange s freewarovou licencí, kde byla mezi shlukovými analýzami[1] zvolena metoda hierarchického shlukování založeného na eukleidovských vzdálenostech mezi ukazateli vztaženými k jednotlivým obcím. Samotné shlukování (Hierarchical Clustering) spočívající v seřazení jednotlivých prvků (v našem případě venkovských obcí) do hierarchické struktury bylo provedeno pomocí Wardovy metody, u které je kritériem pro vymezení shluků celkový součet druhých mocnin odchylek každého objektu od těžiště shluku, do kterého náleží a vnitřní heterogenita shluku je minimální s ohledem na zvolenou kvalitu shlukování (počet shluků)(Kučera 2008). Výsledek v podobě šesti shluků je graficky znázorněn na obrázku číslo

[1] Shluková analýza je proces, díky němuž je možné objektivně seskupovat jedince na základě jejich podobnosti, nebo odlišnosti (Řezanková, 2003 na základě Roberta Tryona, 1939).

1. Wardova metoda je příkladem divizního shlukování založeného na rozkladu celkového vzorku všech objektů na jednotlivé shluky na základě jejich vzájemné odlišnosti. V případě této analýzy vykazuje nejvyšší kvalitu shlukování oproti ostatním metodám hierarchického shlukování. Počet shluků byl zvolen na základě relativně vysoké interpretovatelnosti a zároveň dostatečné podrobnosti výsledků. Přidávání většího množství klastrů již nenapomáhalo lepší interpretaci, omezování jejich počtu by naopak neumožnilo dostatečně podrobnou analýzu heterogenity zkoumaného vzorku. Při omezení počtu shluků by tedy byly sloučeny skupiny obcí, které jsou výrazně odlišné z hlediska interpretace hodnot zkoumaných proměnných. Jednotlivé shluky a jejich vzájemné rozdíly jsou popsány v části 4. Výsledky shlukové analýzy byly opět převedeny do formy datové tabulky (nástroj Data Table) a exportovány do Excelu (nástroj Save Data). Základní deskriptivní údaje o celém souboru a o jednotlivých shlucích vypočetl nástroj Analýza dat – Popisná statistika.
Datová tabulka obsahující tři základní ukazatele, názvy a čísla obcí a údaj o příslušnosti obce ke konkrétnímu shluku byla stejným postupem převedena opět do programu ArcMap, který jsem tentokrát nevyužil k analýze, ale k vizualizaci pomocí kartogramu (Obrázek 2).
Prostorové rozmístění obcí ve vyznačených shlucích je předmětem částečné interpretace uvedené v části 4, která může sloužit například jako podklad pro další, testovací, případové studie.

Obrázek 1: *Dendrogram shluků*



Zdroje: Autor na základě ČSÚ (2019, 2020)

4 Výsledky

Na základě provedené statistické analýzy byly venkovské obce v Česku rozděleny do šesti shluků, které se liší v konfiguraci jednotlivých zkoumaných faktorů. Tabulka 1 nabízí zjednodušený popis rozdílů mezi shluky. Obecně se intenzita podnikatelské činnosti na českém venkově zvyšuje ruku v ruce s pomalým nárůstem počtu obyvatel a bytových jednotek, nicméně jednotlivé shluky se vzhledem k těmto ukazatelům výrazně liší. Rozdíly a jejich interpretace jsou popsány v následujících odstavcích:

Tabulka 1: *Popis shluků ($\bar{x}$ = průměr, σ^2 = rozptyl)*

	IPA $\bar{x}$	IPA σ^2	HMMS $\bar{x}$	HMMS σ^2	dokončené byty $\bar{x}$	dokončené byty σ^2
C1	19,529	829,871	91,478	1061,996	32,448	70,338
C2	16,250	660,922	27,947	164,332	10,754	12,524
C3	68,608	1106,469	2,213	102,655	1,893	2,635
C4	8,062	290,462	11,437	74,954	3,764	2,604
C5	-10,245	197,480	1,760	46,524	1,255	0,731
C6	17,793	146,789	-1,284	29,332	1,682	1,113
CELKEM	12,858	764,952	6,491	143,146	3,029	9,713

	vzdálenost $\bar{x}$	vzdálenost σ^2	střední stav $\bar{x}$	střední stav σ^2
C1	15,0289	11,3007	633,508	205624
C2	23,2887	194,94	545,728	263627
C3	32,3445	171,468	280,808	61679
C4	27,7885	170,776	608,822	302017
C5	32,2082	167,931	589,357	367479
C6	31,3941	173,344	666,479	367998
CELKEM	29,7726	179,186	583,724	317801

Zdroje: Autor na základě ArcČR® 500 (2019) a ČSÚ (2019, 2020)

C1 – Cíle intenzivní suburbanizace

První shluk sestává z malého počtu obcí obvykle v nejbližším zázemí Prahy, které rostou z hlediska počtu nově vystavěných bytů v rodinných domech i dle míry migračního salda ve srovnání s obcemi z ostatních klastrů zdaleka nejrychleji. Změna IPA je mírně nad průměrem všech venkovských obcí, proto lze pozorované trendy přisuzovat ještě intenzivnější suburbanizaci než v případě shluku C2. Modelovou lokalitou v rámci této skupiny obcí by mohla být, vzhledem k podobnosti s průměrnými hodnotami celého shluku, například Bašť v okrese Praha-Východ, shluk je však s ohledem na malé množství obcí poměrně heterogenní, co týká intenzity tří zkoumaných jevů. Dobrým příkladem je Herink, kde je dynamika migrace a výstavby rodinných domů ze všech obcí Česka ve zkoumaném období nejintenzivnější. Trend je snadno pozorovatelný i při srovnání leteckých snímků z let 2003 a 2016 (obrázek 2).

Obrázek 2: *Zástavba obce Herink v letech 2003 (vlevo) a 2016 (vpravo)*

Zdroj: Mapy.cz (2020)

C2 – Cíle slabší suburbanizace

Vzdálenost od krajských měst je relativně krátká, čemuž odpovídá intenzivní bytová výstavba a migrace. Počet podniků roste o něco rychleji, ve srovnání s celostátní úrovní tohoto ukazatele, nicméně tempo růstu neodpovídá velmi vysokému migračnímu saldu. Popisná data lze s největší pravděpodobností přisuzovat trendu suburbanizace, jež se v tomto případě projevuje poměrně rychlým nárůstem počtu rodinných domů. Vzhledem k dostupnosti funkčních center (nejen krajských měst, ale i jiných obcí s vyšším počtem obyvatel) není potřeba vytvářet podnikatelské subjekty tak velká, jako v případech shluků 3 a 6 a lze ji přisuzovat spíše nárůstu tlaku na lokální služby v důsledku rostoucího počtu obyvatel, který je v těchto obcích ve srovnání s průměrem českého venkova i tak poměrně nízký. Podobně jako v případě ostatních shluků, lze i zde sledovat značnou vnitřní heterogenitu. Rozptyl hodnot změny indexu podnikatelské aktivity je široký. Proto zde nalezneme obce s více než dvojnásobným nárůstem počtu podnikatelských subjektů, ale i s výrazným poklesem ekonomické aktivity mezi roky 2008 a 2018. Do shluku ovšem spadají také obce více vzdálené od velkých měst, u kterých má jejich zařazení a intenzita jednotlivých ukazatelů odlišné odůvodnění. K nejodlehlejším z hlediska vzdálenosti od krajských měst patří skupina horských obcí s atraktivním prostředím pro bydlení. Příkladem jsou Borová Lada a Nové Hutě na Šumavě, nebo Boží Dar a Loučná pod Klínovcem v Krušných horách. Příslušnost ke klastru je v případě těchto obcí dána relativně vysokou intenzitou výstavby rodinných domů (často v podobě ucelených projektů nových čtvrtí rodinných domů).

C3 – Potenciální cíle podnikatelské migrace

Shluk číslo 3 nejlépe odpovídá charakteru zkoumaného jevu. Dochází současně k prudkému nárůstu počtu podnikatelských subjektů, který je signifikantní pro všechny obce shluku a u většiny současně průběžně narůstá počet přistěhovalých. Počet migrantů i nových podniků se vzhledem k malé velikosti obcí v tomto shluku projevuje výrazněji, než v případě ostatních typů a nárůst počtu rodinných domů je jen pozvolný, nebo nulový. Hledání prostorových vzorců je v případě tohoto početně relativně malého shluku poměrně složité a rozmístění obcí se zdá být nahodilé, o čemž vypovídá i velmi vysoký rozptyl vzdáleností od krajských měst, které jsou však v průměru těsně největší ze všech šesti klastrů. Koncentrace zástupců skupiny C3 je napříč kraji poměrně rozmanitá. Nejvíce obcí z tohoto shluku (126) se nachází na Vysočině, která je zároveň krajem s druhým největším počtem s dlouhodobým stavem obyvatel do 3000. Přesto podíl zástupců tohoto klastru tvoří 18,6 % venkovských obcí Vysočiny, což je téměř dvojnásobná koncentrace oproti zastoupení v celém Česku (9,5 %). Zhruba 60 % (339) obcí tohoto shluku se vyznačuje dlouhodobým migračním přírůstkem (pozitivní průměrnou hrubou měrou migračního salda), takže lze tvrdit, že migrační přírůstek jde ruku v ruce s růstem podnikatelské aktivity. U zbytku obcí je situace komplikovanější a příčnou rapidního nárůstu IPA je v rámci malého množství konkrétních případů spíše razantní pokles počtu obyvatel, nežli nárůst počtu podniků (např. Rovná u Sokolova).

C4 – Nevyhraněné obce

Čtvrtý shluk slučuje nevyhraněné obce, které jsou s ohledem na tři vybrané proměnné formovány kombinací různých migračních trendů (obecně suburbanizace, kontraurbanizace), nebo mají převládající procesy relativně nízkou intenzitu ve srovnání s ostatními shluky. To do značné míry znemožňuje obecnou interpretaci vývojové trajektorie shluku jako celku, který je nadprůměrný z hlediska migrační bilance i bytové výstavby, nicméně lehce pokulhává s ohledem na podnikatelskou aktivitu.

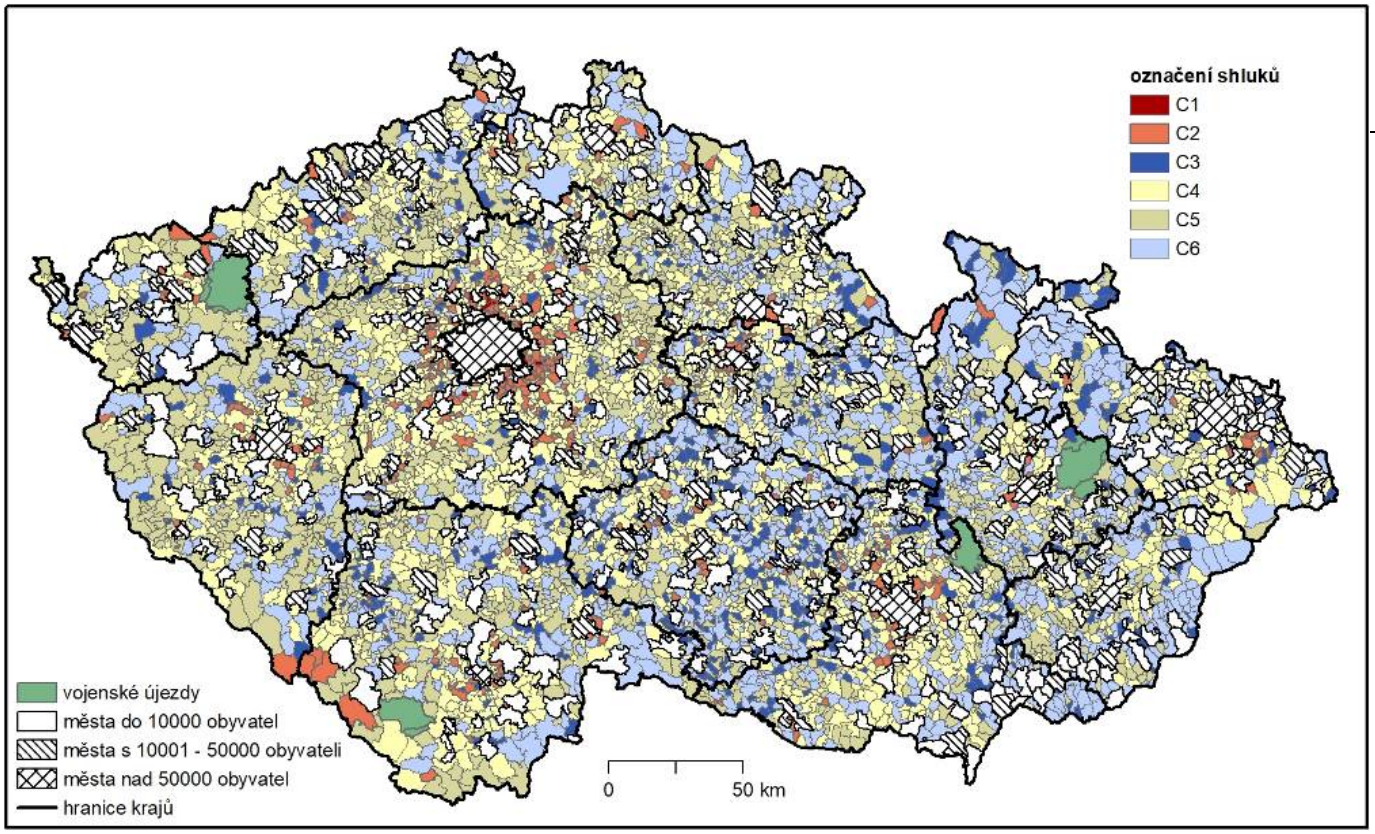
C5 – Podnikatelsky upadající obce

Indikátor míry podnikatelské aktivity z dlouhodobého hlediska upadá, což lze vysvětlit dvěma způsoby. Část obcí v pátém shluku zaznamenává zároveň absolutní úbytek počtu

podnikatelských subjektů i poměrně silný migrační úbytek (nejintenzivnější propad je patrný například u horských obcí známých díky cestovnímu ruchu (Jáchymov, Pernink, Abertamy, Janské Lázně, Železná Ruda). Zejména u jmenovaných obcí lze tento úpadek připisovat poklesu významu maloobchodu často ztělesňovaným ve formě vietnamských tržnic poblíž státní hranice. U druhé skupiny se tyto indikátory poněkud rozcházejí a relativní úbytek podnikatelských subjektů připadajících na populaci obci je způsoben nárůstem přistěhovalých. Jejich příchod však v tomto případě neznamená oživení podnikatelské aktivity v obci. Dále zde nalezneme i malou část relativně podnikatelsky rostoucích obcí, které lze spíše považovat za odlehlé hodnoty daného shluku vzhledem k vývoji IPA.

C6 – Podnikatelsky rostoucí, migračně upadající obce
Poslední shluk se vyznačuje nadprůměrným nárůstem počtu podniků připadajících na množství obyvatel, nalezení souvislosti s intenzitou migračních proudů je však poměrně komplikované a lze shrnout do dvou modelových skupin možných interpretací, které se v některých případech vzájemně překrývají: (1) IPA je u velké části obcí spíše nepřímo úměrný migračnímu saldu, takže IPA roste na základě úbytku nepodnikavých obyvatel. (2) Menší skupina obcí se podobá většině shluku číslo 3, kde je nadprůměrná hodnota HMMS doprovázena rovněž relativně vysokými hodnotami IPA. I tento klastr tedy disponuje jistým potenciálem pro nalezení modelových lokalit podnikatelské migrace na venkov

Obrázek 2: *Kartogram prostorové distribuce shluků*



Zdroje: Autor na základě ArcČR® 500 (2019) a ČSÚ (2019,2020)

Závěr

Pomocí hierarchického shlukování byly na základě tří vybraných veřejně dostupných statistických ukazatelů venkovské obce Česka rozčleněny do šesti kategorií. Jednotlivé shluky se do určité míry vzájemně prolínají, a proto nelze jejich popis považovat za obecně platný pro veškeré obce té či oné skupiny, ale spíše jako popis průměrné modelové obce (nebo několika obcí), která je pro daný shluk typická. Vzdálenost jednotlivých obcí od center nebyla vybrána mezi vstupní kritéria, a to z důvodu snahy o zamezení zkreslení výsledků prostřednictvím tohoto ukazatele. Ostatně, prostorové rozložení jednotlivých shluků částečně samo vypovídá o (ne)závislosti mezi třemi zohledňovanými ukazateli a přilehlostí, nebo odlehlostí zástupců jednotlivých klastrů. Zatímco u prvních dvou je rozložení poměrně snadno interpretovatelné procesem rezidenční suburbanizace, ostatní shluky se zdají být rozložené vesměs nahodile.

Je tedy patrné, že shluky se silným nárůstem počtu obyvatel prostřednictvím migrace a s dynamickou výstavbou nových rodinných domů (C1, C2) jsou spíše přilehlé velkým městům a ostatní shluky jim spíše vzdálené. Hlavním cílem této práce však bylo plošné odhalení lokalit podnikatelské migrace na venkov napříč všemi venkovskými obcemi Česka. Tento potenciál do určité míry může naplňovat většina obcí shluku C3, ale obdobné znaky v menší intenzitě vykazuje i shluk C6. Zde jsou u vysokého podílu obcí nadprůměrné až velmi vysoké nárůsty počtu podnikatelských subjektů v souladu s rostoucím migračním saldem, počet nově vzniklých bytů v rodinných domech však současně roste pouze velmi pomalu. Oba tyto shluky se zásadně liší průměrným počtem obyvatel připadajících na venkovskou obec. To lze přičíst faktu, že změna podílu podniků připadajících na obyvatele obce se projevuje výrazněji u malých než v případě populačně větších obcí. Přestože jsou tedy veškeré indikátory relativně vztažené k dlouhodobé populaci jednotlivých obcí, velikost hraje důležitou roli. Malé a spíše odlehlé vesnice však mohou mít pro tento druh migrace na venkov poněkud vyšší potenciál z důvodu jejich malebnějšího charakteru (Bartoš a kol., 2011; Píša, 2019).

Orientačně identifikovat obce s vyšší pravděpodobností výskytu podnikatelských migrantů na venkov tedy lze, nicméně příslušnost k daným klastrům (zejména C3) je třeba chápat spíše jako indikátor potenciálu jejich výskytu než jako jeho potvrzení. Je třeba mít na paměti, že se v rámci každého shluku vyskytuje celá řada obcí na pomezí několika skupin a určitá část odlehlých obcí. Proto při případném stanovování dalších případových studií nelze nahodile vybírat z řad příslušného shluku, ale pečlivě prozkoumat hodnoty jednotlivých zkoumaných ukazatelů a následně se přesvědčit o správnosti jejich interpretace skrze podnikatelskou migraci pomocí doplňkových metod (například dohledáváním podnikatelských subjektů pomocí internetových rejstříků, mapových portálů, webů obcí, novinových článků, sociálních sítí apod.). Prostorové rozložení se zdá být nahodilé a souvisí spíše s velikostí obcí, proto mezi zastoupení jednotlivých shluků vévodí kraj Vysočina, kde téměř polovinu obcí tvoří kategorie do 199 obyvatel (ČSÚ, 2017). Malé prostorové shluky takových obcí nalezneme spíše v příhraničních oblastech jednotlivých krajů (zejména Vysočiny a sousedních krajů).

Z šetření vyplývá celá řada bariér znemožňujících kvalitnější, podrobnější a více vypovídající zpracování. (1) Jedním z problémů je příslušnost prostorových dat k obcím, nicméně z případových studií vyplývá, že se migranti rozhodují v rámci nižšího měřítka jednotlivých sídel. Místní části v podobě vesnic sdružených do jedné obce tedy mohou zůstat tomuto druhu výzkumu skryté, i když význam migrace pro ně může být poměrně velký. Dále (2), intenzita ukazatelů nevypovídá nic o jeho vlivu na lokální prostředí v pozitivním ani negativním slova smyslu. Zatímco činnost některých podnikatelských migrantů může v rámci lokální komunity vyvolat značný ohlas a pozitivně působit na rozvoj dané oblasti, nebo naopak vyvolávat sousedské konflikty, jiní migranti mohou působit spíše v ústraní. (3) I v oblastech nespadajících do shluků s vysokým potenciálem výskytu tohoto druhu migrantů nelze jejich vliv vyloučit. Paradoxně, zvláště pokud jde o malé venkovské lokality, může přísun malého počtu aktivních

obyvatel alespoň částečně pomoci řešit problémy spojené s obecným úbytkem obyvatel i podniků. (4) Podnikatelské subjekty působící na venkově nemusí být v dané obci registrovány, proto se jejich existence ve statistických datech neprojevuje.
Obecně tedy lze shrnout, že kvantitativní výzkum tohoto typu jevu naráží na řadu nesnází v podobě nesouladu mezi kvalitou a kvantitou, částečně přetrvávající nesrovnatelnost poměřovaných administrativních jednotek anebo nedostatečnou podrobnost či přesnost dostupných statistických dat. Výsledkem této práce je tak naznačení pravděpodobného prostorového rozmístění podnikatelských migrantů v rámci prostoru, ovšem s ohledem na celou řadu možných výjimek, nebo nedostatků vyplývajících z výzkumného designu. Lze však říci, že výběr výzkumných lokalit pro kvalitativní výzkum amenitní a podnikatelské migrace pouze na základě odlehlosti od velkých měst se vzhledem k výsledkům této analýzy jeví jako příliš zjednodušující.

Použité zdroje:

ArcČR® 500 verze 3.3. [online databáze] 2019. Dostupné z: https://www.arcdata.cz/produkty/geograficka-data/arccr-500

ATTERTON, Jane, BRYDEN, John a JOHNSON, Thomas G. Rural economic transformations in the UK and US. In: *Rural transformations and rural policies in the US and UK*. London: Routledge, 2012, 137-157.

BARTOŠ, Michael a KUŠOVÁ, Drahomíra. Amenitní migrace jako specifická forma globální migrace obyvatel a její vliv na kvalitu života. *Životne prostredie.* 2005, 39(6), 315–318.

BARTOŠ, Michael, KUŠOVÁ, Drahomíra, TĚŠITEL, Jan, NOVOTNÁ, Marie, KOPP, Jan, MACHÁČEK, Jaroslav, MOSS, Laurence, A.G. a GLORIOSO, Romella. *Amenitní migrace do venkovských oblastí České republiky*. Kostelec nad Černými lesy: Lesnická práce, 2011. 196 s. ISBN: 978-80-87154-49-6.

BELL, David. Variation on the Rural Idyll. In: *Handbook of Rural Studies.* London: Sage, 2006, 149–160. ISBN: 978-0761973324.

CARSON, Doris Anna, CARSON, Dean Bradley a EIMERMANN, Marco. International winter tourism entrepreneurs in northern Sweden: understanding migration, lifestyle, and business motivations. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2018, 18(2), 183-198.

ČSÚ. *Malý lexikon obcí České republiky – 2017*. [online] 2017. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/maly-lexikon-obci-ceske-republiky-2017

ČSÚ. *Data pro Místní akční skupiny (MAS).* [online] 2019. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/data_pro_mistni_akcni_skupiny_mas

ČSÚ. *ČSÚ a územně analytické podklady*. [online] 2020. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/csu_a_uzemne_analyticke_podklady?fbclid=IwAR1BPEhH5g0I_sw8kVL9fFzbHT7WJeU-IsjDxNC_SzjWJ6oE_ORJteN2pzM

GKARTZIOS, Menelaos a SCOTT, Mark. Placing housing in rural development: exogenous, endogenous and neo-endogenous approaches. *Sociologia Ruralis*, 2014, 54(3), 241-265.

GOSNELL, Hannah a ABRAMS, Jesse. Amenity migration: diverse conceptualizations of drivers, socioeconomic dimensions, and emerging challenges. *GeoJournal*, 2011, 76(4), 303-322.

HALLIDAY, Joyce a COOMBES, Mike. In search of counterurbanisation: some evidence from Devon on the relationship between patterns of migration and motivation. *Journal of Rural Studies*, 1995, 11, 433-446.

HRUŠKA, Vladan. Proměny přístupů ke konceptualizaci venkovského prostoru v rurálních studiích. *Sociologický časopis/Czech Sociological Review*, 2014, 50(4), 581-601.

CHIPENIUK, Raymond. Planning for rural amenity migration. *Plan Canada*, 2005, 45(1), 15–17.

KOFROŇ, Jan. Kvalitativní metody jako nástroj nomotetického poznání, aneb má se česká geografie co učit. *Geografie*, 2012, 117(3), 308-328.

KUČERA, Jiří. *Shluková analýza*. [online] 2008. Dostupné z: https://is.muni.cz/th/172767/fi_b/5739129/web/web/autor.html.

MAPY.CZ. *Aktuální letecká mapa a letecká mapa z roku 2003*. [online] 2020. Dostupné z: www.mapy.cz.

MOSS, Laurence. *The amenity migrants: Seeking and sustaining mountains and their cultures*. Cambridge: CABI, 2006. 329 s. ISBN: 978-0851990842.

NEWBERY, Robert, SIWALE, Juliana a HENLEY, Andrew. Rural entrepreneurship theory in the developing and developed world. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 2017, 18(1). 3-4.

NORTH, David a SMALLBONE, David. Developing entrepreneurship and enterprise in Europe's peripheral rural areas: Some issues facing policy-makers. *European Planning Studies*, 2006, 14(1), 41-60.

NOVOTNÁ, Marie. Formy podnikání amenitních migrantů na venkově. *Trendy v podnikání 2013: Recenzovaný sborník příspěvků mezinárodní vědecké konference*. 2013.

NOVOTNÁ, Marie, PREIS, Jiří, KOPP, Jan a BARTOŠ, Michael. Changes in migration to rural regions in the Czech Republic: Position and perspectives. *Moravian Geographical Reports*, 2013, 21(3), 37–54.

PÍŠA, Jan. The lawn grew too quickly! Perception of rural idyll by Czech amenity migrants. *GeoScape*, 2019, 13(1), 55-67.

PÍŠA, Jan, HRUŠKA, Vladan. Entrepreneurial in-migration and rural development in Czechia: A challenge of integrating the local and extra-local in rural planning. *Geographia Polonica*, 2019, 92(3), 347-363.

ŘEZANKOVÁ, Hana. Klasifikace pomocí shlukové analýzy. In: *Analýza dat*, 2003, 119-135.

SHORT, Brian. (2006) Idyllic Ruralities. In: *The Handbook of Rural Studies*. London: SAGE, 2006, 133–148. ISBN: 978-0761973324.

ŠIMON, Martin. Exploring Counterurbanisation in a Post-Socialist Context: Case of the Czech Republic. *Sociologia ruralis,* 2014, 54(2), 117–142.

ŠIMON, Martin, OUŘEDNÍČEK, Martin. Migrace na venkov a kontraurbanizace: Přehled konceptů a diskuze jejich relevance pro výzkum v Česku. In: *Geografie pro život ve 21. století: Sborník příspěvků z XXII. sjezdu České geografické společnosti pořádaného Ostravskou univerzitou v Ostravě 31. srpna – 3. září 2010*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2010, 738-743.

TRYON, Robert. *Cluster analysis*. Ann Arbor, Michigan: Edwards Brothers, 1939, 122 s.

WOODS, Michael. *Rural*. London: Routledge, 2011. ISBN: 978-0415442404.

Poděkování
Rád bych touto cestou poděkoval Interní grantové agentuře UJEP za finanční podporu při práci na projektu UJEP-SGS-183-02-05 „Podnikatelská migrace z měst na venkov: její význam pro rozvoj venkovských oblastí a reflexe v plánování venkova“.

PŘÍMĚSTSKÝ PARK JAKO NÁSTROJ ROZVOJE PŘÍMĚSTSKÉ KRAJINY

PERIURBAN PARK AS A TOOL OF DEVELOPMENT OF PERIURBAN LANDSCAPE

Ing. Dorotea Cimburová, Ing. arch. Zdeněk Ent

Institut plánování a rozvoje hlavního města Prahy
Sekce plánování města, Kancelář krajiny a zelené infrastruktury
Vyšehradská 58, 128 00 Praha 2
email: ent@ipr.praha.eu

Klíčová slova:
příměstský park, příměstská krajina, územní plánování, krajinářská architektura, IPR Praha

Keywords:
Periurban Park, periurban landscape, regional planning, landscape architecture, Prague Institute of Planning and Development

Abstrakt:
Příměstský park je v Evropě osvědčeným nástrojem rozvoje příměstské krajiny, který pomocí koordinované správy území překlenuje správní hranice a sdružuje místní aktéry. V příspěvku je věnována pozornost konceptu příměstského parku a na několika příkladech evropských příměstských parků jsou představeny hlavní principy takové správy území. Detailněji se text věnuje oblasti kolem soutoku Vltavy a Berounky na jihozápadě Prahy, kde Institut plánování a rozvoje hl. m. Prahy (IPR Praha) připravuje založení Příměstského parku Soutok. Cílem projektu je vedle ochrany krajiny také koordinace a podpora místních projektů, budování identity parku, rozvíjení a vzdělávání místní komunity a především tvorba krajiny, kde ekologické hodnoty jsou v rovnováze s ekonomickými a kulturně-sociálními potřebami území.

Abstract:
A Periruban Park is a recognised tool for the development of periurban landscape in Europe. With the help of coordinated management, it crosses administration borders and connects local stakeholders. This paper focuses on the concept of Periurban Park. Using several Periurban parks from Europe as an example, it presents the main principles of this type of management. In detail, the paper focuses on the area around the confluence of Vltava and Berounka Rivers, located in the south-west of the capital city of Prague. Here, the Prague Institute of Planning and Development is preparing an establishment of the Periurban Park Confluence. Apart from landscape protection, the goals of the project are coordination and support of local projects, building of the park's identity, development and education of the local community and especially creating a landscape where natural values are in balance with economical and socio-cultural needs of the area.

1. Příměstský park jako nástroj péče o krajinu

Více než 80 % evropské populace žije ve městech a v jeho blízkém okolí. Zájmem měst by proto mělo být vytvářet a zajišťovat kvalitní životní prostředí, které má významný pozitivní vliv na urbanizované prostředí a jeho obyvatele. Příměstská krajina, ležící v bezprostřední blízkosti urbanizovaného prostředí, nese hodnoty, tzv. ekosystémové služby, které mohou právě kvalitu života ve městě podstatně zvýšit. V zájmu měst by proto mělo být takovou krajinu rozvíjet a chránit. Jako manažerský nástroj, který vede k zajištění hodnot příměstské krajiny, se v Evropě využívá příměstského parku.

Příměstský park je nástrojem správy a rozvoje přírodního a zemědělského území příměstských oblastí. Díky koordinované a integrované správě, jejíž podstatou je dohoda mezi místními aktéry, je zajištěn vyvážený a udržitelný rozvoj oblasti jako celku napříč vlastnickými i administrativními hranicemi. Příměstský park také přináší kontrolu nad rozrůstáním měst do vlastního krajinného zázemí a napojuje veřejný prostor na okolní volnou krajinu.

Příměstský park není formou klasické ochrany ve smyslu legislativně chráněných přírodních parků, ale vede k integrovanému rozvoji území v ekologické, sociální i ekonomické oblasti. K vyhlášení příměstského parku dochází většinou ve velkých městech a jejich aglomeracích, přičemž rozloha území i počet místních stakeholderů může být různý. Jedná se tedy o volný nástroj, který je možný přizpůsobit podmínkám dané metropole. Příměstský park se osvědčil např. v Barceloně, Lille, Miláně, Lisabonu nebo ve Vídni (viz dále).

Příměstské parky mají vlastní výkonnou správu a systém finančních i regulačních nástrojů. Nezávislý řídící orgán a management sdružuje všechny místní aktéry, kteří mu předkládají své vstupy a řídící orgán je dále využívá ke konkrétním akcím (investičním záměrům, místním opatřením, podpoře podnikatelských záměrů, žádostem o granty apod.). Koordinací, vzájemnou informovaností a synergií dílčích záměrů dochází k naplňování společně definované vize území.

Příměstské parky fungují jako spojnice urbanizovaného prostředí s okolní volnou krajinou. Jsou jedním z hlavních prvků zelené infrastruktury velkoměst, která má díky soustavě jednotlivých prvků (na regionální úrovni také další přírodní oblasti, dálkové rekreační stezky, obhospodařovaná lesní a zemědělská půda apod.) mnohostranný pozitivní vliv na zdraví a kvalitu života lidí a celkově na dobrý stav ekosystémů.

Život ve městě má na zdraví lidí významný vliv. Často jde o přelidněné prostředí s přemírou hluku a znečištěného ovzduší, které může u obyvatel vyvolávat nadměrný stres. Přírodní prostředí naopak neblahé vlivy eliminuje a přispívá tak ke zlepšení života ve městě. Příměstské parky v blízkosti měst proto vytvářejí zdravé prostředí pro volný čas, rekreaci a kontakt s přírodou, a to především díky komplexnosti jimi poskytovaných služeb. Těmi může být zlepšení kvality ovzduší, zmírnění přehřívání zastavěného území, uchovávání vodních zdrojů, absorpce uhlíku, zadržování a zpomalení otoku dešťových vod nebo zachování biologické rozmanitosti.

Kromě těchto tzv. regulačních ekosystémových služeb jsou příměstské parky důležité pro místní hospodářský rozvoj. Do oblasti přivádějí turistický ruch a napomáhají rozvoji venkovských oblastí a udržitelného hospodaření (např. komunitní zemědělství). Turistický ruch může podpořit lokální produkci, obchod, gastronomii a další služby související s ekoturismem. Kromě prostoru pro venkovní rekreaci, odpočinek a relaxaci je příměstský park také místem pro rozvoj kulturních a společenských aktivit, vzdělávání a zvyšování povědomí o místním kulturním a přírodním dědictví. Tím dochází k posilování sounáležitosti s územím a podpoře místní komunity. Celkově příměstské parky přispívají k atraktivitě metropolí, které jsou díky nim příznivější pro život.

Tabulka 1: *Sedm aspektů správně fungujícího příměstského parku*

1. Politika a regulace	Do běžných praktik místního rozvoje je nutné zařadit politiku a plánovací nástroje příměstských parků. Základním nástrojem je také definování krajiny pomocí *land use* a zónování oblasti, které pomohou správně specifikovat charakteristiky a regulace pro každou zónu v parku.
2. Správa a management	Nezávislá správní struktura se jeví na základě dosavadních zkušeností jako nejefektivnější.
3. Životní prostředí	Příměstský park by měl být součástí širší ekologické sítě a měl by plnit ekologickou i sociální roli. Pro správné fungování ochrany je důležitá znalost místních podmínek životního prostředí.
4. Sociální a komunikační aspekt	Příměstský park vytváří nový model vztahu občanů k životnímu prostředí a je místem pro sociálně-rekreační aktivity. Pravidelné monitorování návštěvníků a jejich zpětná vazba je důležitá pro každodenní fungování parku.
5. Kulturní aspekt	Kulturní dědictví dané oblasti je jedním z klíčových faktorů pro založení a rozvoj parku. Prostředí a zázemí parku je možné využívat k různým kulturním aktivitám například pro školy, širokou veřejnost nebo pro pořádání speciálních kurzů a výzkumů.
6. Financování a ekonomie	Finanční nezávislost je předpokladem pro rozvoj parku. Neměla by se zaměřovat jen na ekonomické podnikání, ale měla by být orientována především sociálně a environmentálně.
7. Infrastruktura a dostupnost	Příměstské parky by měly přispívat k vytvoření městské infrastruktury, při minimálním narušení přírodních a kulturních hodnot. Cesní síť by měla být součástí integrované infrastruktury uvnitř a vně parku. Pro lepší dostupnost je dobré vytvořit mezi parkem a okolní krajinou hustou síť pěších a cyklistických tras, uvnitř parku vytvořit tematické okruhy. Důležité části parku by měly být bezbariérové.

Zdroj: PERIURBAN PARKS: Improving Environmental Conditions in Suburban Areas, TOOL KIT, 2012

Tabulka 2: *Úloha příměstského parku, jak byla uvedena v Koncepci pražských břehů*

- Kontinuální péče o hodnotnou krajinu a kvalitní prostředí (veřejný prostor, architektura, infrastruktura);
- symbióza přírodních hodnot a využití krajiny;
- vyhodnocení a využívání ekosystémových služeb krajiny;
- správa území jako jednoho celku;
- zlepšení vazeb na okolní regiony;
- ucelený systém cest pro různé druhy pohybů;
- rozptyl rekreační zátěže na celé území;
- transformace brownfields a industriálního dědictví do nových forem využití;
- podpora kulturního a společenského života;
- stanovení a užívání jednotné vizuální identity (informační systém, webové stránky, jednotné či integrované vstupenky, jednotná grafika apod.);
- vyvážení celoměstských a lokálních aktivit;
- vzájemná podpora v území – příjmy ze služeb a aktivit se vracejí zpět do území parku, podpora krátkých ekonomických vazeb, aktivace periferie;
- koordinace aktivit a záměrů v území;
- koordinovaná dopravní koncepce v souladu s příměstským parkem;
- koordinované žádosti v dotačních programech a grantech;
- koordinované investice do údržby;
- koordinovaná komunikace s veřejností, městem, médii apod.;
- spolupráce a komunikace administrativních jednotek, regionu, místních aktérů a vlastníků;
- vytvoření priorit a etapizace jednotlivých cílů;
- zajištění managementu, péče a údržby parku.

Zdroj: Koncepce pražských břehů, 2014

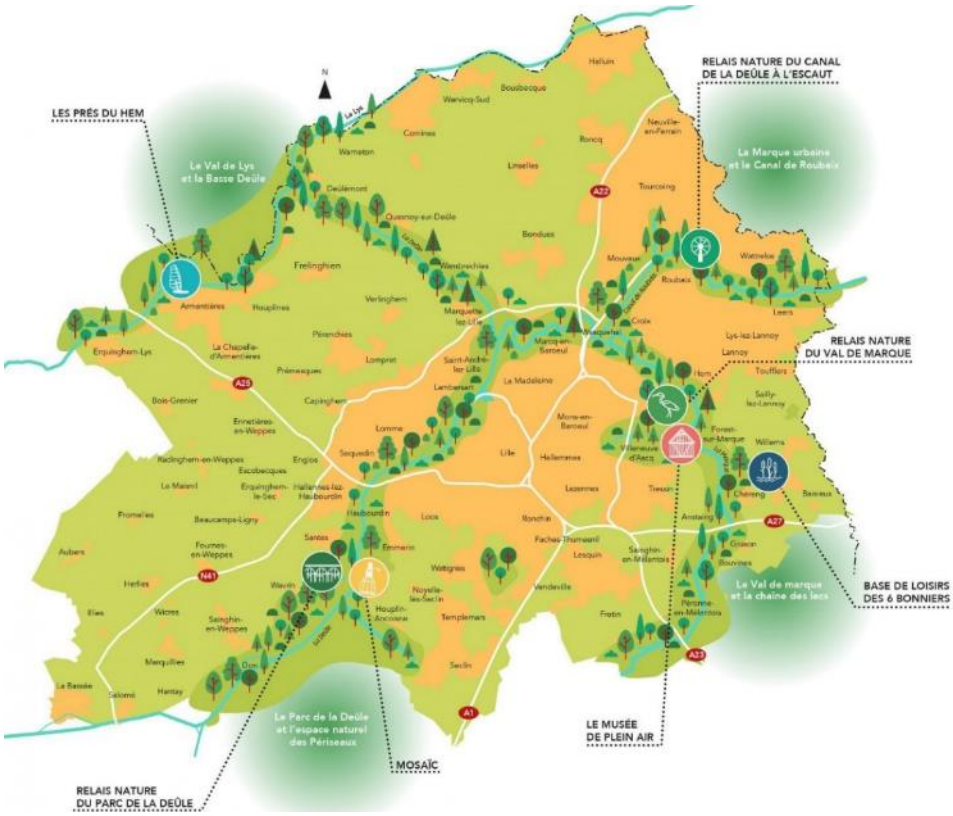
2. Příklady dobré praxe z Evropy

Následující kapitola vychází z přehledu pěti příměstských parků, který byl zpracován IPR Praha v roce 2016 pro potřeby konference *Společně na Soutoku*. Informace byly čerpány z webových stránek *Evropské asociace příměstských parků Fedenatur*, webových stránek konkrétních parků či municipalit a z dokumentu *PERIURBAN PARKS: Improving Environmental Conditions in Suburban Areas, TOOL KIT* (2012).

2.1 Espace Naturel Lille Métropole, Lille, Francie

Příměstský park metropolitní oblasti Lille se nachází v severní Francii v těsné blízkosti belgických hranic. Rozkládá se na ploše kolem 1 300 hektarů a spadá pod 14 obcí. Příměstský park je spádovou rekreační oblastí pro 1,6 milionu francouzských a belgických obyvatel a dostupný během 15 minut jízdy z centra města Lille.

Obrázek 1: *Schéma metropolitní oblasti Lille se čtyřmi vyznačenými územími příměstského parku: La Marque urbaine – Canal de Roubaix (28 km dlouhý kanál spojující řeky Deûle ve Francii a Escaut v Belgii), Le Val de marque – Chaîne des lacs (řetěz jezer se sítí stezek), Parc de la Deûle (jižně od metropole Lille) a Val de Lys – Basse-Deûle (16 km dlouhý zelený koridor podél řeky La Deûle spojující města Lambersart a Deûlémont).*



Zdroj: Métropole Européenne de Lille

Z důvodu nedostatku zeleně v okolí metropole vznikla potřeba ochrany a rozvoje krajinného zázemí města, které bude brát ohled na ekologické, krajinné, sociální a ekonomické aspekty lokality a zároveň se stane atraktivní rekreační oblastí pro obyvatele města. V roce 1995 proto krajinní architekti Jacques Simon a Jean Noël Capart navrhli plán parku, který by spojoval město Lille a starou důlní oblast Pas de Calais. Vznikl tak systém parků propojující metropoli a důlní okres podél starého vodního kanálu de la Deûle. Hlavními funkcemi parku mělo být znovunalezení divočiny (obnova přírodního prostředí), zdomácnění přírody (podpora a drobného zemědělství) a vytvoření tematických zahrad.

Hlavní hodnotou území jsou rozlehlé lesy, zemědělské plochy, louky a vodní plochy – mokřady, řeky a kanály – ležící v těsné blízkosti metropole. Cílem je zároveň obnovit industriální dědictví oblasti, staré kanály nebo jezera. Doposud bylo krajinářsky upraveno kolem 350 hektarů oblasti a předběžné studie byly vytvořeny pro dalších 300 ha. Úpravy se věnují především rozvoji ekologických koridorů a revitalizaci přírodě blízkých oblastí, které jsou doplňovány sítí cest pro pěší, cyklostezek nebo hypostezek. Podél samotného kanálu de la Deûle se vine dlouhý ekologický koridor, který je zároveň přírodní rezervací.

Příměstský park je pod správou smíšeného správního orgánu – *Syndicate Mixte – Espace Naturel Métropolitain*, který reprezentuje 40 okresů a radu města Lille. Jde tak o partnerství soukromého a veřejného sektoru. Přidruženými členy je rovněž stát, Generální rada Severu a Regionální rada *Nord Pas de Calais*. Správní orgán funguje na principu participace. Každý člen se tak může podílet na chodu parku. Samotné území parku je rozděleno na čtyři sektory a v každém z nich byl ustanoven řídící výbor a poradní orgán. Sdruženi jsou tak zástupci města a všechny organizace využívající lokalitu (zemědělci, cyklisté, lovci, apod.). Hlavními aktéry v území je *Syndicate Mixte*, místní zemědělci, výzkumníci, návštěvníci parku a další z oblasti soukromého sektoru. (Espace Naturel Lille Metropole)

2.2 Parc Natural de la Serra de Collserola, Barcelona, Španělsko

Přírodní park Collserola je tvořen zalesněným horským masivem v pohoří Sierra de Collserola na pobřeží Středozemního moře o délce 17 km a šířce 6 km. Celková rozloha parku je kolem 8 300 hektarů a díky jeho poloze v metropolitní oblasti Barcelony a dalších měst je spádovou oblastí pro 3 miliony obyvatel.

Obrázek 2: *Vymezení přírodního parku Collserola v metropolitní oblasti Barcelony*

Zdroj: Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, 2015

Jedná se převážně o lesnatý masiv s mnoha typickými středozemními stanovišti a s malými plochami zemědělské půdy. Park je domovem mnoha středomořských rostlinných a živočišných druhů, z nichž některé jsou endemitické druhy žijící pouze v Sierra de Collserola. Vedle přírodních památek park zahrnuje také historické pozůstatky, např. jeskyně, které byly obývány před více než 6 000 lety.

Prvním krokem k založení příměstského přírodního parku Collserola bylo vytvoření *Plánu péče a ochrany životního prostředí parku Collserola* v roce 1987. Jeho hlavním cílem je zajištění ochrany místních ekosystémů v souladu s rekreačními aktivitami. V roce 2010 došlo k posílení ochrany území, kdy byl park ze zákona prohlášen *přírodním parkem Serra de Collserola*. Park byl ustanoven v roce 1999 a je spravován *konsorciem parku Collserola*, které se skládá z místních městských rad, řídící rady provincie Barcelona, zástupců veřejné správy a kulturních

institucí (turistické a vědecké spolky, vlastníky pozemků apod.). Hlavními aktivitami v parku jsou především pěší turistika a horská cyklistika, populární jsou také četná pikniková místa. Na polovině rozlohy parku je umožněn lov. Jsou zde organizovány exkurze s průvodcem a probíhají výzkumné aktivity zaměřené především na místní faunu a ekologii krajiny. Oblíbený je zábavní park Tibidado a telekomunikační věž Foster, která se stala dominantou parku a umožňuje výhled na všechny světové strany. K propagaci a komunikaci s veřejností napomáhají *Komunikační plán* a *Plán veřejného užívání*. Park se prezentuje pomocí webových stránek a sociálních sítí, vydává čtvrtletní časopis, je v kontaktu se školami a univerzitami a se soukromým sektorem komunikuje prostřednictvím obcí. Má 83 stálých zaměstnanců a dobrovolníky, které sdružuje uskupení *Dobrovolníci Collserolla*, které čítá přes 100 členů. (Parc de Collserola, 2020; Parc Natural de la Serra de Collserola)

2.3 Parque Florestal de Monsanto, Lisabon, Portugalsko

Lesopark se rozkládá na jednom ze sedmi lisabonských kopců, podle kterého byl také pojmenován – Monsanto. Díky své poloze téměř v jádru města a rozloze zhruba 1 000 hektarů je jedním z hlavních prvků zelené infrastruktury města a poskytuje tak prostor k rekreaci téměř 2,5 milionu obyvatel Lisabonu a jeho okolí.

Obrázek 3: *Vymezení lesoparku Monsanto*

Zdroj: ArchDaily, 2015 (upravené autorem)

První myšlenka o zalesnění holého kopce v blízkosti centra města pochází z roku 1888. Hlavní ideou bylo vytvoření městského parku, které vznikaly jinde v Evropě a zároveň lesního porostu, který by byl zdrojem dřeva pro město. Vznikl tak hustý lesní porost s rekreačním vybavením, vyhlídkami, stezkami a restauracemi. První zalesňování, které mělo v kompetenci město Lisabon, začalo nicméně až v roce 1938. Do roku 1960 probíhalo samotného zakládání lesního porostu, následované mezi lety 1960 a 1990 přirozenou sukcesí lesního společenstva. Od devadesátých let se vývoj lesních porostů v lesoparku zaměřuje na kontrolu invazivních druhů. Naplňuje se tak hlavní cíl při založení lesoparku, tedy rozvoj, ochrana a zachování lesních

porostů, opětovná introdukce místní fauny a flóry, zajištění míst pro hnízdění ptactva a vytvoření ekologických koridorů. Zároveň park poskytuje infrastrukturu pro rekreaci a sportovní aktivity, poznávání životního prostředí a kulturního dědictví. Park je díky tomu vynikající laboratoří přímo v terénu, která poskytuje poznatky o vývoji středomořských ekosystémů.

Správa spadá pod *Oddělení zelené infrastruktury* na lisabonské radnici a plánování tak probíhá na úrovni městské rady. Park je zavázán udržovat kvalitu místního lesního hospodářství, z toho důvodu byl v roce 2010 vytvořen *Plán lesního hospodářství*, který o dva roky později schválil *Národní lesní úřad*. Plán se zabývá především správou lesních porostů a jejich budoucím vývojem. Zároveň existuje *Plán využití území* a *Plán revitalizace lesoparku Monsanto*.

V minulosti se lesopark Monsanto potýkal především s problémem vnímání parku místními obyvateli, což bylo způsobeno především dlouhodobým nezájmem správních orgánů, problémem je také nedostatečné informování veřejnosti o fungování parku. Přijetí veřejnosti nicméně pomohlo vytvoření jednotného loga, informace jsou dostupné díky brožurám, informačním tabulím, webovým stránkám lisabonské radnice, sociálním sítím a publikacím o venkovních aktivitách v lesoparku. (Parque Florestal de Monsanto; PERIURBAN PARKS: Improving Environmental Conditions in Suburban Areas, TOOL KIT, 2012; Vegetation management in periurban natural spaces, 2008)

2.4 Parco Nord Milano, Milán, Itálie

Příměstský park leží v severní části Milána a na území jeho sousedních měst (Sesto San Giovanni, Cinisello Balsamo, Bresso, Cormano a Cusano Milanino). Je jedním z nejlepších příkladů příměstských parků v Evropě, jehož 600 hektarů poskytuje rekreaci zhruba 1,5 milionu obyvatel metropolitní oblasti.

Jedná se o původně zemědělskou oblast v údolí řeky Pád, kde ráz krajiny určovala především agrární činnost. Pro závlahu polí byla vybudována hustá síť vodních kanálů, které společně se starými zemědělskými usedlostmi a staveními tvoří největší stopu lidské činnosti v krajině a hrají významnou roli v identitě území. Park byl založen v roce 1970 nařízením vlády, o pět let později byl zřízen regionální park k renaturalizaci severního předměstí Milána. V roce 1983 začaly hlavní práce na úpravě parku a v dalších letech se zalesňovalo, vysazovalo, byla zakládána cestní síť a další potřebná infrastruktura. Díky krajinářským úpravám vodních toků byl vytvořen ucelený systém s novými jezery, kanály a nádržemi. V parku se dnes včetně rozsáhlých lesních porostů nacházejí také louky a liniová zeleň.

Park je prostorem pro rekreaci a volnočasové a sportovní aktivity, pořádají se zde kulturní akce, cílem návštěvníků je rovněž místní historické a kulturní dědictví. Důležitou náplní je také spolupráce s blízkými školami a environmentální vzdělávací programy, které probíhají již od 80. let. Oblast je tolik oblíbeným a navštěvovaným místem, že není potřeba téměř žádné další propagace, přesto má příměstský park fungující webové stránky a je aktivní na sociálních sítích.

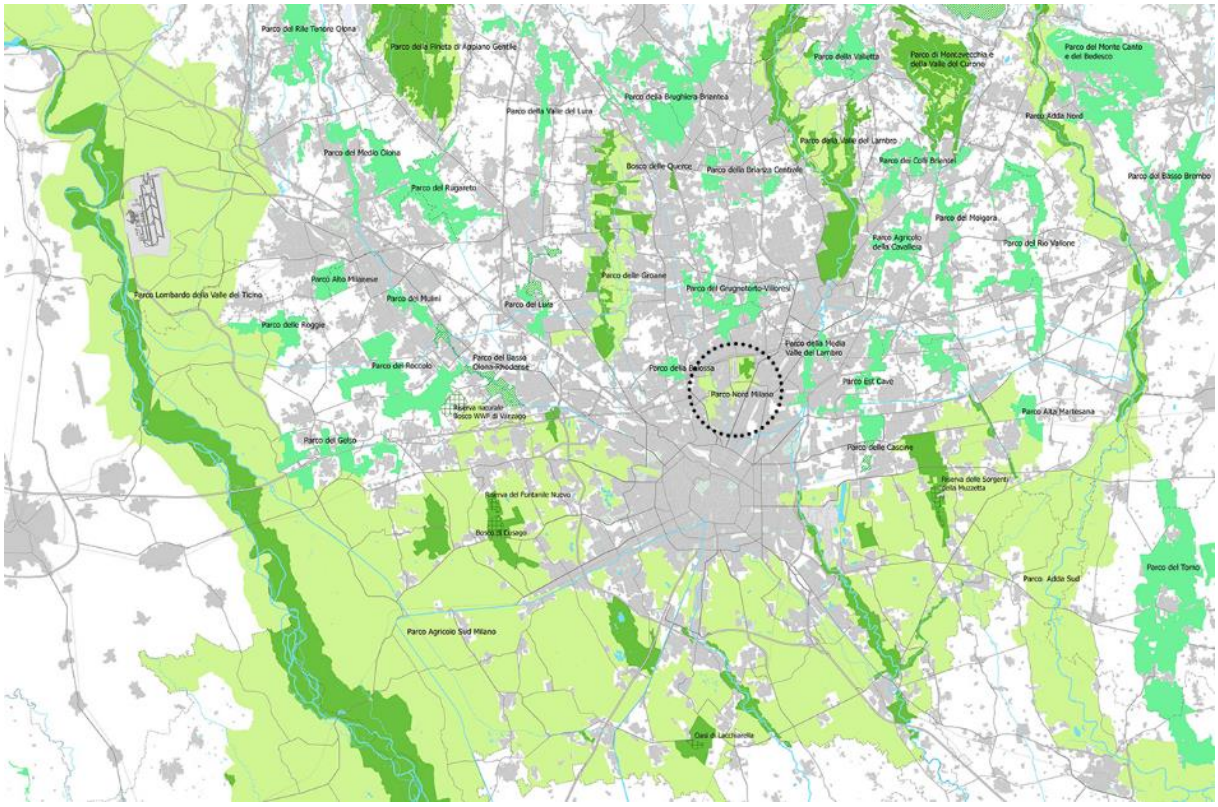
Park je veřejnoprávním subjektem, který spravuje konsorcium *Parco Nord Milano* společně s *Ministerstvem životního prostředí*. Pro jeho chod je závazných několik dokumentů, jak na

národní a regionální úrovni (národní a regionální zákony o ochraně přírodních oblastí, Natura 2000, regionální plánovací dokumenty a strategické plány rozvoje území), tak i místního významu (územní plán, lesní hospodářský plán). Podstatné jsou interní dokumenty – specifické zákony o příměstském parku. (Parco Nord Milano, 2020; Parco Nord Milano; PERIURBAN PARKS: Improving Environmental Conditions in Suburban Areas, TOOL KIT, 2012)

2.5 Parco Agricolo Sud Milano, Milán, Itálie

Zemědělský park se rozkládá na 47 000 hektarech a jako půlkruh vytváří zelený pás kolem jižního Milána. Jedná se o intenzivně obhospodařovanou zemědělskou oblast, která je spádovou rekreační oblastí pro 3 miliony obyvatel.

Obrázek 4*: Mapa systému regionálních parků metropolitní oblasti Milán. Parco Agricolo Sud tvoří půlkruh na jižní straně Milana. V blízkosti centra města je vyznačený Parco Nord.*



Zdroj: Città metropolitana di Milano (upraveno autorem)

Oblast s významným historickým, kulturním a přírodním dědictvím byla v minulém století charakteristická špatným hospodařením, neuspořádanou výstavbou a znečišťováním vodních toků. Tento stav vedl v 60. letech k myšlence založení příměstského parku. Během dalších let proto vznikly právní nástroje zajišťující správu parku, v roce 1983 umožnil nový zákon vznik národního parku *Sud Milano*. V roce 1990 vznikl regionální zákon umožňující vznik instituce *Parco Agricolo Sud Milano*, jehož základním cílem byla zemědělsko-lesnická činnost.

Park vznikl za účelem podpory a ochrany zemědělské činnosti, krajiny a ekosystémů. Jeho hlavním cílem je podpora a ochrana životního prostřední na hranicích města a volné krajiny, vytvoření ekologické rovnováhy v metropolitní oblasti, podpora aktivit obyvatel města.

Zemědělské plochy pokrývají přes 90 % plochy a vytvářejí tak hlavní identitu parku. Z toho důvodu vzniklo několik programů na podporu místního zemědělství, praktikuje se zde tzv. příměstské zemědělství. Kromě zemědělství tvoří místní identitu také historické a kulturní dědictví – kláštery, zámky a farmy, které jsou oblíbenými výletními cíli. Územím prochází síť pěších i cyklistických tras, které propojují přírodní a historicko-kulturní pamětihodnosti oblasti. Místí farmy poskytují návštěvníkům řadu služeb – prodej lokálních potravin, ubytování, environmentální vzdělávání, sportovní aktivity nebo agroturismus. Dále zde probíhají kulturní akce, vzdělávací workshopy, semináře či letní školy zaměřené na restaurování památek. Pro svoji velikost byly napříč územím založeny informační centra, tzv. *Park points*, které návštěvníkům poskytují detailní informace o území příměstského parku.

Stejně jako pro severní příměstský park jsou pro chod parku závazné dokumenty na národní regionální i místní úrovni (viz výše). Podle regionálního zákona je park spravován *Provincií Milán*, důležitou roli hrají také dotčené obce, a to především ve vzdělávání a šíření povědomí o parku mezi širší veřejnost. (Parco Agricolo Sud Milano, 2020; Parco Agricolo Sud Milano; PERIURBAN PARKS: Improving Environmental Conditions in Suburban Areas, TOOL KIT, 2012)

3. Příměstský park v České republice, Trojská kotlina a Soutok

Iniciovat diskuzi o příměstských oblastech v České republice a prověřit koordinovaný způsob správy těchto území mají dva pilotní projekty příměstských parků v Praze – *Příměstský park Soutok* (kolem soutoku Berounky a Vltavy) a *Příměstský park Trojská kotlina* (území kolem Vltavy v pražské Troji). Důležitým krokem k otevření tématu příměstských parků v Praze byla účast městské části Troja a České zemědělské univerzity v Praze v evropském projektu *Periurban parks, Interreg IVC, 2010 – 12,* ze kterého vyšel návrh *Strategie pro rozvoj příměstské krajiny* (Špoula 2012). Tyto zkušenosti byly dány do kontextu plánování zelené infrastruktury ve světě a takto publikovány v rámci výzkumného projektu *Metodika zadávání územních plánů v ČR*, zpracovávaného Fakultou architektury ČVUT pro hlavní město Praha (Špoula a Fišer 2015). Ve stejné době Institut plánování a rozvoje hl. m. Prahy (IPR Praha) připravoval dokument *Koncepce pražských břehů,* který se systematicky věnoval řece a říční krajině ve městě jako svébytnému fenoménu. Tento koncepční, strategický a iniciační dokument byl schválen v únoru 2014 Radou hlavního města Prahy. Identifikuje území na soutoku Berounky a Vltavy i oblast Trojské kotliny jako vhodné pro vznik příměstského parku.

Projekt Soutok a Trojská kotlina jsou podporovány hlavním městem Prahou i místními stakeholdery. Všichni aktéři chápou potřebu koordinované správy v území, které je často zanedbané či špatně využívané a kde se nacházejí dlouhodobě trvající konfliktní záměry. Založení příměstských parků bude dlouhodobým procesem, při kterém je třeba řešit vlastnické vztahy, výkupy a pronájmy pozemků či rozpory mezi veřejným zájmem a požadavky soukromých vlastníků a dalších subjektů s rozhodujícím vlivem na území. Příměstský park Trojská kotlina má výhodu v tom, že majoritním vlastníkem pozemků je zde hlavní město Praha a stát a zapojení soukromých vlastníků nebude tak zásadní jako v případě Soutoku.

4. Příměstský park Soutok

Na jižním předpolí Prahy na soutoku Berounky a Vltavy se rozkládá rozlehlá nivní krajina, která ležela dlouhá léta mimo zájem územního plánování. Socialistická kolektivizace zemědělství, ale i porevoluční transformace vedly ke zpřetrhání vazeb v území, ztrátě identity a postupnému úpadku příměstské krajiny. Vedle romantických míst s meandrující řekou a mokřady tu najdeme zanedbané brownfieldy, velké zemědělské plochy, golfové hřiště či logistické areály. Území trpí nadměrnou fragmentací a hrozí, že necitlivé zásahy povedou k poškození krajiny. IPR Praha byl proto na základě zmíněné *Koncepce pražských břehů* pověřen Radou hl. m. Prahy, aby připravil založení Příměstského parku Soutok.

Obrázek 5: *Pohled na soutok Berounky a Vltavy a území budoucího Příměstského parku Soutok*

Zdroj: Institut plánování a rozvoje hl. m. Prahy, 2019

Území soutoku je oblastí, jejíž charakter ke koordinované správě přímo vyzývá. Jde o záplavové území o rozloze přes 1 300 hektarů, které spadá pod pět samospráv hl. m. Prahy a dotýká se i Středočeského kraje (Praha – Zbraslav, Praha – Lipence, Praha – Velká Chuchle, Radotín a město Černošice). Rozdrobená struktura, velké množství vlastníků a stakeholderů s protichůdnými záměry v kombinaci s absencí sdílené vize mají za následek nadměrnou exploataci půdy a realizaci nevhodných zásahů. Projekty hl. m. Prahy, samospráv a soukromých firem nejsou koordinované a často stojí v protikladu. Mezi nejvýraznější záměry v území patří těžba štěrkopísků, rozvoj Velkotržnice Lipence, Obnova údolnice řeky Berounky nebo Sportovně rekreační areál Radotín. Území je z velké části zemědělsky využívané, těžko prostupné a bez adekvátního rekreačního zázemí. Krajinný potenciál přírodního útvaru říční nivy, která by mohla poskytovat obyvatelům hlavního města různé formy příměstské rekreace je tak do značné míry nevyužitý.

Obrázek 6: *Předběžně vymezené území budoucího Příměstského parku Soutok v kontextu hl. m. Prahy s možným naznačeným rozšířením do oblasti dolní Berounky.*

Zdroj: Institut plánování a rozvoje hl. m. Prahy, 2020

Prvním krokem pro založení Příměstského parku Soutok bylo *Memorandum o vzájemné spolupráci při rozvoji území soutoku Berounky a Vltavy*. V roce 2015 ho podepsali zástupci dotčených samospráv a hl. m. Prahy a vyjádřili tak společný zájem na koordinaci a spolupráci při rozvoji tohoto území. Na základě usnesení Rady hl. m. Prahy následně v IPR Praha vznikl projektový tým (pod vedením Ing. arch. Zdeňka Enta), který zpracoval *Akční plán pro založení Příměstského parku Soutok*. Plán obsahuje potřebné aktivity, jejich garanty, časový harmonogram a lze jej používat jako návod, který usnadňuje komunikaci mezi stakeholdery.

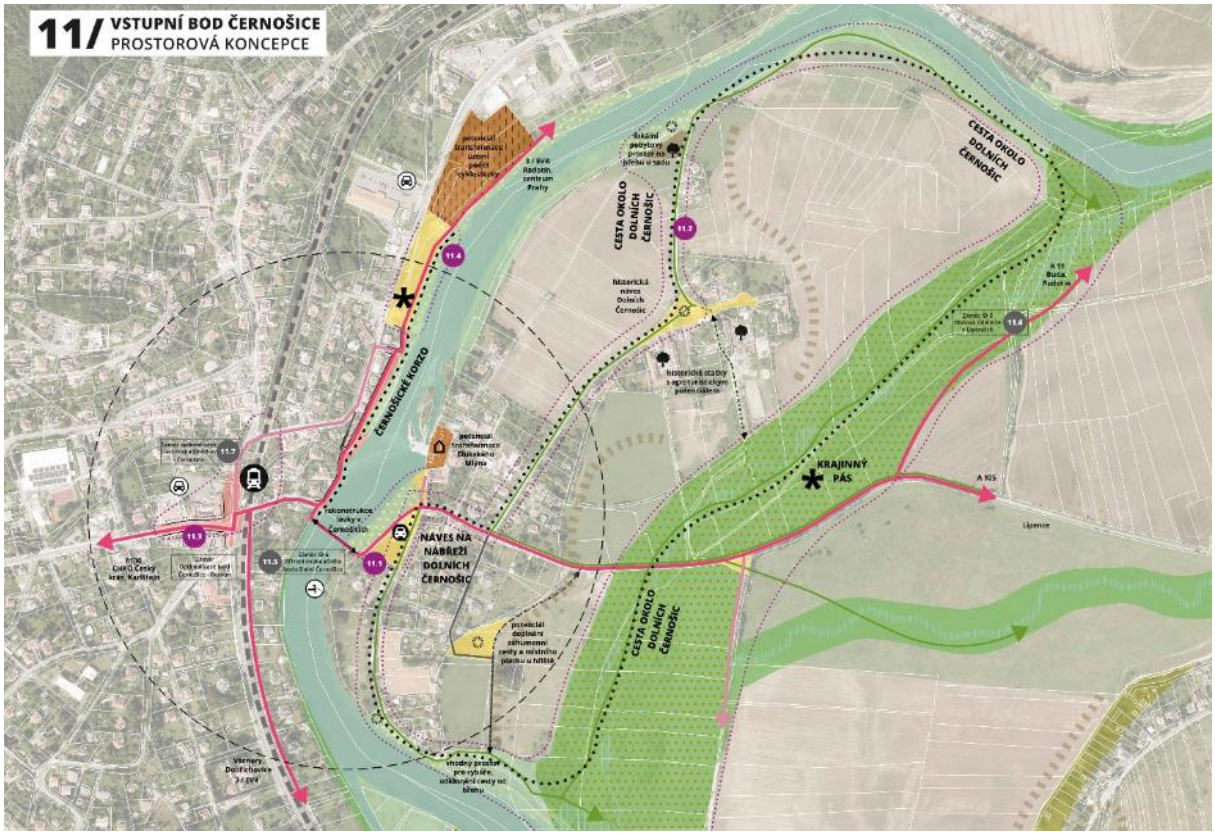
Důležitým iniciačním momentem projektu se stala konference *Společně na Soutoku*, kterou IPR Praha uspořádal v roce 2016. Jejím cílem bylo představit možnosti správy příměstských parků v Evropě, otevřít jejich problematiku v českém prostředí a řešit konkrétní problémy a možnosti v rozvoji oblasti na soutoku Berounky a Vltavy. Na konferenci vystoupili zástupci pěti úspěšných příměstských parků (v Lille, Barceloně, Lisabonu a dva v Miláně) a představili jejich fungování z hlediska aspektů relevantních pro území Soutoku.

V rámci konference byl pro vytěžení tématu uspořádán pracovní workshop, při kterém se u tří kulatých stolů sešlo na 60 stakeholderů. Hlavní aktéři z území zde diskutovali se zástupci městských částí, zahraničními experty a odbornou veřejností o správě, identitě a možnostech místní participace. Z této mezioborové diskuze vedené napříč sektory vznikly důležité závěry,

které popisují stav oblasti Soutoku v rovině politické (správa), ekologicko-ekonomické (identita) i sociálně kulturní (participace). Na setkání bylo iniciováno založení otevřené pracovní platformy stakeholderů *Společně na Soutoku*, se kterou IPR Praha společně pořídil podklady potřebné pro nalezení společné dohody o využití území a pro zpracování koncepční dokumentace.

Během tří let byla ve spolupráci se špičkovými odborníky zpracována řada podkladových studií, průzkumů a generelů. Mimo jiné vznikl otevřený katalog projektů a záměrů v území, *Generel rozvoje ekosystémových služeb*, *Generel vstupních bodů a cestní sítě* nebo *Generel sportovních a rekreačních ploch*. Výsledky byly každý rok prezentovány formou konference platformy *Společně na Soutoku* a ta poslední v listopad 2019 vyústila v aktualizaci *Akčního plánu pro založení Příměstského parku Soutok*.

Obrázek 7: *Prostorová koncepce vstupního bodu Černošice, Generel vstupních bodů a cestní sítě Příměstského parku Soutok*



Zdroj: UNIT architekti, s.r.o., 2019

Aktuálně se připravuje mezinárodní výběrové řízení se soutěžním dialogem, ze kterého vzejde *Studie revitalizace krajiny*, *Rámcový plán* a detailní projekt *Obnova údolnice Berounky v Dolních Černošicích*. Vybraný architekt se také stane dlouhodobým partnerem IPR Praha pro spolupráci na tvorbě *Masterplanu* a *Management plánu krajiny Příměstského parku Soutok*.

Současně s koncepčními dokumenty jsou řešeny i projekty, které zajistí zlepšení stavu území. Pro zajištění mezioborové koordinace a aktivní účasti stakeholderů IPR Praha například navrhuje upravit aktuální investiční projekt hl. m. Prahy na rekonstrukci lávky mezi městskou

částí Lipence a středočeskými Černošicemi. Zde je připravena dohoda o spolupráci, která vidí lávku v širších souvislostech jako součást vstupního bodu do otevřené krajiny a navrhuje ji řešit společně s ostatními potřebami místa, včetně nového parkoviště nebo evakuačního bodu při povodních. Dalším příkladem je krajinářský projekt protipovodňového poldru *Obnova údolnice Berounky* nebo příprava drobných úprav v území pro zlepšení stavu krajiny a péče o dané místo. Jde o zásahy, které budou iniciovat spolupráci s místními aktéry a posilovat jejich vztah ke krajině budoucího Příměstského parku Soutok.

Tabulka 3: *Základní vize přeměny krajiny na soutoku*

1. Společná a koordinovaná správa území,
2. prostupná příměstská krajina s dobrou dopravní obslužností,
3. krajina s živou proudící řekou s přístupnými břehy,
4. lužní krajina s pasoucími se zvířaty, různorodá, přehledná a prostupná,
5. krajina, ve které se daří přírodě i lidem, kde se vzájemně setkávají a vytvářejí harmonii.

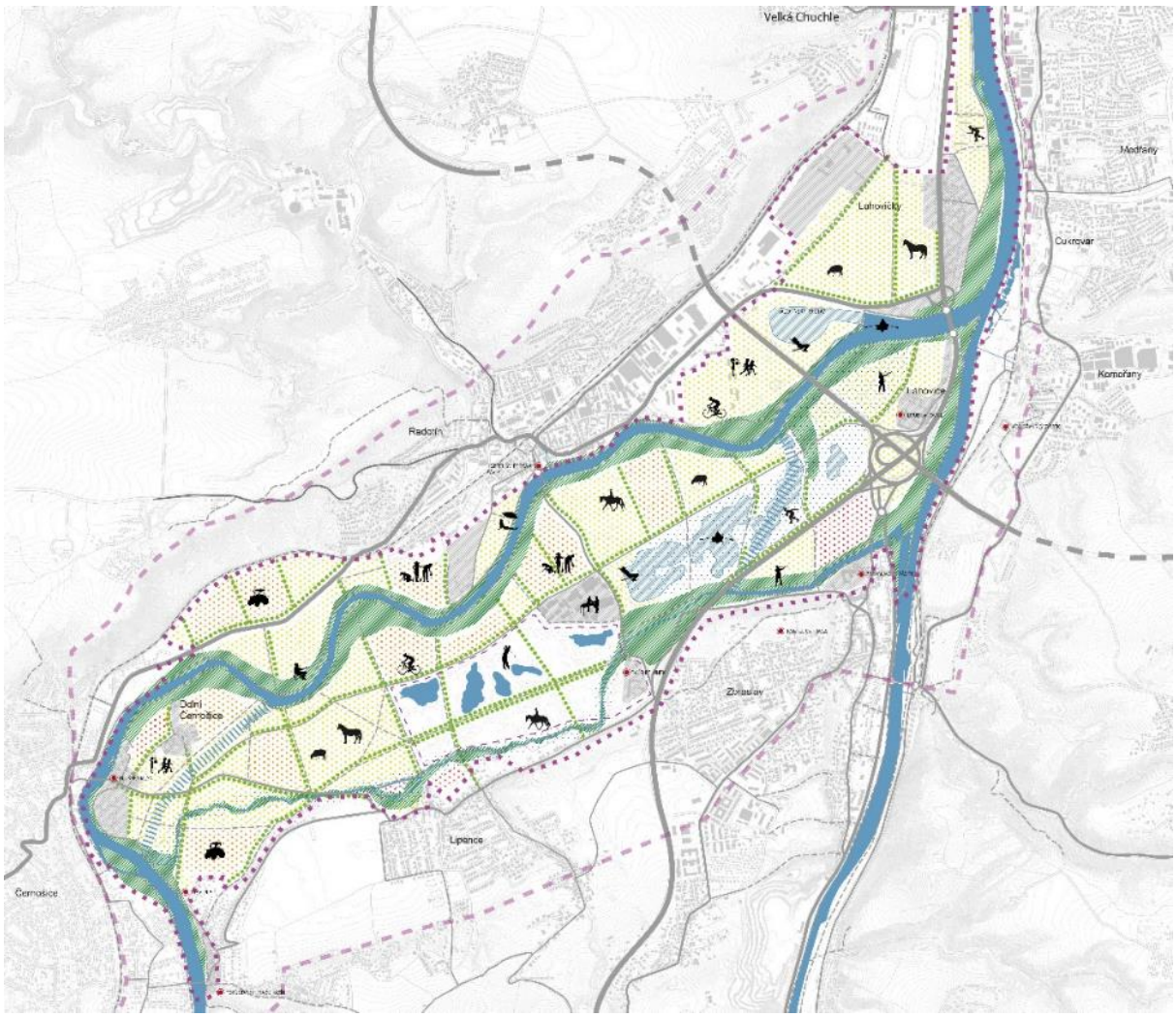
Zdroj: David Pithart, Rehwaldt Landscape Architects, 2017

Tabulka 4: *Opatření pro naplňování vizí přeměny krajiny na soutoku*

a) Pořízení potřebné územně plánovací dokumentace,
b) pořízení management plánu Příměstský park Soutok,
c) přeměna části orné půdy na travní porost,
d) přeměna orné půdy v okolí koryta Berounky na měkký a tvrdý luh,
e) revitalizace koryta Berounky,
f) revitalizace stávajících a vybudování nových vodních útvarů v nivě,
g) výsadba alejí, solitérních stromů a ovocných sadů,
h) zvýšení rozlohy mokřadů,
i) zvýšení heterogenity využití orné půdy – zmenšení půdních bloků,
j) infrastrukturní opatření v krajině.

Zdroj: David Pithart, Rehwaldt Landscape Architects, 2017

Obrázek 8: *Návrhová opatření pro rozvoj ekosystémových služeb – Generel rozvoje ekosystémových služeb*



Zdroj: David Pithart, Rehwaldt Landscape Architects, 2017

Ve druhé etapě Projektu Soutok se počítá s rozšířením příměstského parku o území říční nivy jihozápadně od Prahy. Otevře se tak příležitost k regionální spolupráci hlavního města se svazkem obcí Dolní Berounka, které svým zastavěným územím vymezují cennou příměstskou krajinu s velkým ekologickým a rekreačním potenciálem. Vedle revitalizace krajiny a implementace opatření, která přinesou stabilitu území a zmírní následky globálního oteplování, zde půjde především o spolupráci v managementu návštěvníků, který vhodným koordinovaným trasováním cest ochrání území před přetěžováním a devastací.

Závěr

Zkušenosti s procesem zakládání příměstských parků v Praze by mohly přispět k tvorbě návodu, jak zajistit koordinovanou správu příměstské krajiny i na jiných místech v České republice. Koordinovaná správa umožní udržitelný rozvoj nezastavěného území mezi sídly a zvýší jeho přírodní i ekonomické kvality. Nástroj příměstského parku může být použit i k identifikaci místního nevyužitého potenciálu a hodnot krajiny a zajistit jejich rozvoj. Významná plocha volné příměstské krajiny se tak může stát důležitou součástí zelené infrastruktury obcí a měst a poskytovat jejich obyvatelům řadu ekosystémových služeb.

Použité zdroje:

Arqfolium lança concurso internacional "Observatório Natural de Monsanto (NOM)" em Lisboa. *ArchDaily* [online]. 2015 [cit. 2020-09-08]. Dostupné z: https://www.archdaily.com.br/br/760385/arqfolium-lanca-concurso-internacional-observatorio-natural-de-monsanto-nom-em-lisboa?ad_medium=gallery

Els barris de muntanya de Barcelona reclamen tenir veu pròpia en el futur del parc de Collserola. *Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA* [online]. 2015 [cit. 2020-09-08]. Dostupné z: https://www.ccma.cat/324/els-barris-de-muntanya-de-barcelona-reclamen-tenir-veu-propia-en-el-futur-del-parc-de-collserola/noticia/2678831/

Espace Naturel Lille Metropole [online]. [cit. 2020-08-24]. Dostupné z: http://www.fedenatur.org/en/members/france/espace-naturel-lille-metropole/

Koncepce pražských břehů. Praha: Institut plánování a rozvoje hl. m. Prahy, 2014. ISBN 978-80-87931-27-1.

Nature et environnement. *Métropole Européenne de Lille* [online]. [cit. 2020-09-08]. Dostupné z: https://www.lillemetropole.fr/votre-metropole/competences/developpement-durable/nature-et-environnement

Parc de Collserola [online]. 2020 [cit. 2020-08-24]. Dostupné z: https://www.parcnaturalcollserola.cat/en/

Parc Natural de la Serra de Collserola [online]. [cit. 2020-08-31]. Dostupné z: http://www.fedenatur.org/en/members/spain/parc-natural-de-la-serra-de-collserola/

Parco Agricolo Sud Milano [online]. [cit. 2020-08-24]. Dostupné z: http://www.fedenatur.org/en/members/italy/parco-agricolo-sud-milano/

Parco Agricolo Sud Milano [online]. Milán, 2020 [cit. 2020-08-31]. Dostupné z: https://parcosud.cittametropolitana.mi.it/parco_agricolo_sud_milano/

Parco Nord Milano [online]. [cit. 2020-08-24]. Dostupné z: http://www.fedenatur.org/en/members/italy/parco-nord-milano/

Parco Nord Milano [online]. Milán, 2020 [cit. 2020-08-31]. Dostupné z: https://parconord.milano.it/

Parque Florestal de Monsanto [online]. [cit. 2020-08-24]. Dostupné z: http://www.fedenatur.org/en/members/portugal/parque-florestal-de-monsanto

PERIURBAN PARKS: Improving Environmental Conditions in Suburban Areas, TOOL KIT [online]. 2012 [cit. 2020-08-19]. Dostupné z: https://www.europarc.org/wp-content/uploads/2017/10/PERIURBAN-CommonMethodology-Tool-kit.pdf

Soutok bude OK: Akční plán pro založení Příměstského parku Soutok (AP2) [online]. Praha: Institut plánování a rozvoje hlavního města Prahy, 2018 [cit. 2020-08-21]. Dostupné z: https://www.iprpraha.cz/uploads/assets/dokumenty/kpp/soutok/akcni_plan_soutok_bude_ok.pdf

Společně na Soutoku: Možnosti rozvoje příměstské krajiny kolem soutoku Berounky a Vltavy v Praze. Praha: Institut plánování a rozvoje hlavního města Prahy, 2016.

Rehwaldt Landscape Architects. *Generel rozvoje ekosystémových služeb příměstského parku Soutok*. Praha, 2017.

Territorio e pianificazione. *Città metropolitana di Milano* [online]. [cit. 2020-09-08]. Dostupné z: https://www.cittametropolitana.mi.it/parco_agricolo_sud_milano/territorio_e_pianificazione/index2.html

Vegetation management in periurban natural spaces [online]. 2008 [cit. 2020-08-31]. Dostupné z: https://www.europarc.org/wp-content/uploads/2017/10/TM_2008_Milano_Vegetation-management-in-periurban-natural-areas.pdf

ŠPOULA, Štěpán. *Zelený prstenec/příměstský park: Strategie pro rozvoj příměstské krajiny*. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze; Městská část Praha - Troja, 2012. ISBN 978-80-213-2437-4.

ŠPOULA, Štěpán a Michal FIŠER. Volná krajina v příměstských a metropolitních oblastech. Současné perspektivy, koncepty a nástroje. *Metodika zadávání územních plánů: Analýzy vybraných témat / kolektivní monografie řešitelů vybraných částí*. Praha: ČVUT v Praze, Fakulta architektury, 2015, s. 76-86. ISBN 978-80-01-05703-2.

UNIT architekti, s.r.o. *Generel vstupních bodů a cestní sítě příměstského parku Soutok*. Praha, 2019.

VÝZNAM POUTNÍCH MÍST A CEST V SOUČASNOSTI

IMPORTANCE OF PILGRIMAGE SITES AND JOURNEYS IN CURRENT TIME

Ing. Renata Richterová

Katedra regionálního rozvoje
Vysoká škola regionálního rozvoje a Bankovní institut – AMBIS
Lindnerova 575/1, Praha 8 - Libeň
e-mail: renata.richterova17@gmail.com

Klíčová slova:
Duchovní turistika, Hájek, motivace, Neratov, poutní místa a cesty, regionální rozvoj.

Keywords:
Spiritual tourism, Hájek, motivation, Neratov, pilgrimage sites and journeys, regional development.

Abstrakt:
Příspěvek je zaměřen na význam poutních míst a cest pro současné poutníky. Zjišťována byla motivace pro jejich putování, zdali je vede rozměr duchovní, turistický nebo se jedná o záležitost „módní“, jelikož je to v dnešní době téma velmi mediálně diskutované. Zároveň bylo zjišťováno, jakým způsobem mají cíle sledovaných cest – poutní místa, rozvojový význam pro území, ve kterém se nacházejí. Pro analýzu byla záměrně vybrána dvě konkrétní poutní místa – **Neratov**, ležící v podhůří Orlických hor a **Hájek** ležící 17 km od západního okraje hlavního města Prahy. Při výzkumném šetření byly využity metody kvantitativního výzkumu (dotazníkové šetření), kvalitativního výzkumu (polostrukturované rozhovory) a metoda komparace sledovaných míst.

Abstract:
The article focuses on the importance of pilgrimage sites and journeys for contemporary pilgrims. Researching the motivation for their journey, whether it is guided by the spiritual or tourist dimension, or it is "fashion-driven", as this topic is actually often discussed in the media. Simultaneously, it analyses the importance of the monitored destinations – pilgrimage sites – for the development of the territory in which they are located. Two specific pilgrimage sites were deliberately selected for analysis – **Neratov**, situated in the foot of the Orlice Mountains, and **Hájek**, located 17 km from the western outskirts of the capital city Prague. The research survey used methods of quantitative research (questionnaire survey), qualitative research (semi-structured interviews) and a method of comparison of monitored sites.

Úvod

Každá cesta nebo stezka má svůj historický význam, pro který byla lidmi nejprve vyšlapána a později vybudována. Zároveň je každá cesta svým způsobem i dopravní tepna, která ovlivňuje nejen infrastrukturu a pohyb lidí v daném území. Rovněž působí na krajinnou strukturu v dané lokalitě či regionu. Reakcí na vzrůstající suburbanizaci a socioekonomický rozvoj je rozšiřování a zhuštění liniových a funkčních staveb jako železnice, silnice, mosty, sídla, průmyslové nebo obchodní areály. Často dochází ke střetu mezi historicky existujícími a nově vznikajícími funkčními prvky. Příkladem mohou být obecně některé poutní cesty nebo zmíněné drobné sakrální památky, které musely celé nebo jejich části, ustoupit fenoménu suburbanizace. Přeložením nebo zasazením se do prostředí, s kterými nebyly historicky spjaty, se musely adaptovat. Jelikož poutní cesta má podobná specifika jako turistická např. vznik autobusových zastávek, parkovišť a odpočívadel, ubytovacích kapacit, restaurací, informačních tabulí či ukazatelů, lze se domnívat, že dnešní turistické cesty navázaly na původní poutní trasy. (Watzko, 2010)

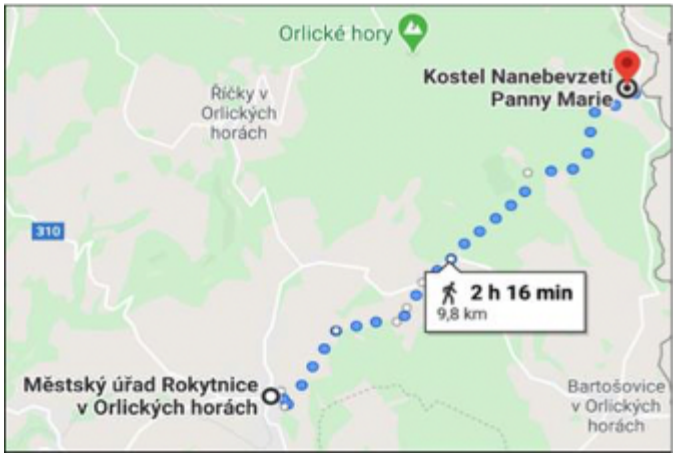
V současné době je zvolené téma aktuální, neboť jsme součástí globálního světa s dynamicky rostoucími nároky na každého jedince, ale i na společnost. Je nutné na tyto změny reagovat a přizpůsobit se jim. Abychom na ně mohli reagovat, je potřeba myslet nejen na základní fyziologické potřeby jako mít co jíst, pít nebo kde spát, ale především také na regeneraci těla i duše. Pro obnovení homeostázy (rovnovážného stavu těla i duše) lze zvolit jakoukoliv formu relaxace, která může být pasivního (četba, meditace) nebo aktivního charakteru (turistika). Již v dobách Jiřího Gutha znamenalo: *„cestovat pro zábavu, která záleží najmě v rozkoši z pobytu v přírodě a vůbec a pak ve vyhledávání méně známých a krajinářsky i jinak vynikajících končin neméně také pro osvěžení tělesné i duševní.“* Zastával názor, že pěší turistika (fyzická zdatnost) by se měla ideálně propojovat jak se zájmem o přírodu (duševní posílení), tak o historii památek po cestě (rozšíření vědomostí). (Guth,1917) Mezi současné trendy odpočinku jsou mediálně propagované poutní místa a cesty, které naplňují atributy pro regeneraci těla i duše.

Cílem příspěvku je představit výsledky výzkumného šetření ve výše zmíněném analyzovaném prostředí. Konkrétně, jakou mají současní poutníci motivaci pro svá putování, v jaké míře je zastoupen rozměr duchovní, módní nebo turistický. Rovněž se zabývá vlivem poutních míst na rozvoj daného regionu. Dále bylo zjišťováno, zdali má medializace poutního místa ekonomický vliv na region či nikoliv, což může prokázat motivace poutníka k cestě.

Vlastní výzkum vycházel ze vstupní analýzy relevantních odborných zdrojů, kvantitativního výzkumu formou dotazníkového šetření získaných při poutních cestách a vlastního šetření. Základním zdrojem dat ve výzkumné části byly informace poskytnuté církevními hodnostáři a zástupci veřejné správy ve sledovaném území. K získání zmíněných zdrojů byly zvoleny formy kvalitativního výzkumu, v rámci něhož byly provedeny polostrukturované rozhovory. Závěrem byla využita metoda komparace sledovaných míst rozdělená na dvě části – **duchovní** a **světskou**. (Richterová, 2020)

Prvním analyzovaným územím je obec **Neratov**, kde se nachází poutní místo **barokní kostel Nanebevzetí Panny Marie** a vede k němu necelých 10 kilometrů dlouhá poutní cesta z Rokytnice v Orlických horách. Začátek poutní cesty je v rokytnickém farním kostele s krátkou mariánskou bohoslužbou a na její závěr je požehnáno poutníkům na cestu. První zastávka je nad Rokytnicí u staré vodárny, dále procesí zastavuje na kraji louky u silnice směr Hanička. Poté procesí pokračuje úsekem po asfaltové silnici až k hájovně na Haničce, kde je připraven vůz s malým osvěžením pro poutníky. Začíná úsek po staré císařské cestě přes Hadinec a Vysoký Kořen do Neratova. Procesí se dále zastavuje u Kastnerova kříže nad Hadincem a pokračuje se dále z údolí prudkým stoupáním na Vysoký Kořen a poutníkům se otevírá krásný výhled do údolí Divoké Orlice s tyčícím se kostelíkem v Marientálu (Niemojów) v sousedním Polsku. Po cestě probíhají další modlitební zastavení (např. u sv. Jana Nepomuckého nebo u kapličky sv. Huberta). Pěší pouť se koná v rámci každoročních Neratovských poutních slavností, které vždy k 15. srpnu oslavují Nanebevzetí Panny Marie mší svatou a poté oslavy pokračují víkendem (vždy kolem tohoto významného data), kdy je připraven nejen duchovní, ale i kulturní program. Organizátorem zmíněných aktivit je *Sdružení Neratov*, které pro pěší poutníky zajišťuje dopravu z Neratova přes Bartošovice v Orlických horách do začátku poutní cesty a také malé občerstvení v půlce cesty (parkoviště k dělostřelecké tvrzi Hanička) s možností odvozu do Neratova pro ty, kteří již nemohou pokračovat v cestě. (Neratov, 2019; Hudousek, 2019; Richterová, 2020)

Obrázek 1: *Trasa poutní cesty z Rokytnice v O. h. do Neratova*



Zdroj: Mapy.cz (upraveno autorkou)

Obrázek 2: *Poutní procesí do Neratova*

Zdroj: Richterová, 2019

Druhým analyzovaným místem je františkánský klášter **Hájek** s nejstarší loretánskou stavbou v Čechách – **Klášterní kaplí Navštívení Panny Marie,** cílem poutní cesty ze Strahova. Samotná trasa spojující Prahu s Hájkem o délce necelých 18 kilometrů, prochází přes více katastrálních území – městskými částmi Prahy 6 a Prahy 17, městem Hostivice a obcí Červený Újezd. Z důvodu rozvoje hlavního města Prahy a změn ve vedení liniových staveb, nebylo možné zachovat 300 let starou původní poutní cestu – postupně se měnila a místy již zcela zanikla. Některé dochované výklenkové kaple, které kopírovaly původní cestu se postupně opravovaly, jiné byly přemístěny či zanikly. (Poutní cesta Hájek, 2018 a) Poutní

cesta z roku 1720 s dvaceti výklenkovými kaplemi, které všechny stály při severním okraji původní cesty s výklenkem obráceným na jih, lemovaly v pravidelných rozestupech (cca 700-800 metrů) cestu od pražské Strahovské brány až k Loretě v Hájku. Původní trasa a některé kaple postupně ustupovaly rozšiřující se infrastruktuře, a to mělo za následek nejen jejich zaniknutí, ale na některých místech došlo k jejímu úplnému přerušení. K postupné obnově dochovaných 12 kaplí dochází postupně od roku 1998, z nich dvě nestojí na původním místě. Byly přemístěny a v jejich okolí vznikla odpočinková místa. (Pařízková, 2009; Poutní cesta Hájek, 2018 b) Nové a obnovené úseky poutní cesty tak plynule navazují na poslední část poutní trasy před Hájkem. Ta vede po zrekonstruované cestě určené pro pěší i cyklisty a je osázena lipovým stromořadím. Hlavními organizátory poutní cesty jsou spolek *Poutní cesta Hájek* a bratři františkáni z kostela Panny Marie Sněžné v Praze. Pěší procesí, jako jedna z hlavních poutních slavností, oslavuje svátek Narození Panny Marie připadající vždy na 8. září. Na rozdíl od neratovských poutních slavností, které trvají v řádu několika dní, v Hájku se lze zúčastnit více jednodenních poutních slavností od května až do listopadu. (Richterová, 2020)

Obrázek 3: *Mapa poutní cesty z Prahy do Hájku*

Zdroj: Hájek.ofm.cz, 2020 (upraveno autorkou)

Obrázek 4: *Pěší procesí od kaple č.VIII*

Zdroj: Richterová, 2019

Obrázek 5: *Procesí do Hájku*

Zdroj: Richterová, 2019

1. Teoretická východiska

Žijeme v turbulentním světě a díky globalizačním a inovačním technologickým procesům se zkrátil čas, který trávíme na cestách, ale i při běžné komunikaci. Dle Pichaniče (2004) lze na proces globalizace nahlížet *„jako na těsnější integraci zemí a obyvatel světa, která je způsobena enormním snížením nákladů na dopravu, komunikaci a odstranění bariér pro volný pohyb zboží, služeb, kapitálu, znalostí a v určité míře lidí.“* Díky supermoderní automobilové, vlakové, lodní nebo letecké dopravě a inovačním technologiím se můžeme spojit se světem na druhé straně zeměkoule, po internetu „navštívit“ nejvzdálenější zákoutí. Velmi rychle jsme si zvykli na to, že v dnešní době není nic, co by nebylo dostupné – od touhy mít a vidět vše hned až po zážitky v co nejkratším možném čase. Tato dynamika přinesla nejen pozitiva, ale i negativní projevy, které odborná literatura nazývá jako tzv. *krizový syndrom 21. století,* kdy na současnou společnost doléhají rychle se měnící pracovní i životní podmínky, které přinášejí radikální změny nejen v organizacích, ale mají též značný dopad na psychickou proměnu společnosti. (Vodáček, Vodáčková, 1999)

Jako jednu z možností, jak zpomalit a získat ztracenou rovnováhu může být například obyčejná chůze, která je pro člověka základním přirozeným pohybem. Místo intenzivního víkendu ve velkoměstě vyrazit na dlouhou, několikahodinovou procházku po blízkém okolí. Již Goethe věděl, že *„Skutečně jsi byl jen tam, kam jsi došel pěšky.“.* Bonusem je, že putovat lze téměř kdekoliv, a to buď sami nebo v rámci skupiny. Odpadá starost s přenocováním, téměř všude je možné přespat ve stanu nebo v jednoduchých ubytovacích zařízeních. Dle Nashe (2001) díky cestování mohou spolu lidé různých kultur a společností přicházet do kontaktu a vzájemně se ovlivňovat a obohacovat. Snyder (2010) míní, že vydávat se mimo domov je činnost, která byla vždy součástí lidské kultury a přispívala k jejímu obohacení, jak pro jednotlivce, tak pro společnost. Z každé cesty se vždy přinášelo něco nového, ať to byly sny, předměty, ale hlavně zkušenosti, které se předávaly dál.

1.1 Vznik poutních cest a míst

V přeneseném významu lze pouť považovat za duchovní akt, který se objevuje v různých náboženských vírách, které připisují zvláštní nadpřirozenou moc či sílu určitým místům. *„V podstatě se mohl stát poutním místem každý kostel, nebo třeba i pramen, jehož vodu lidé shledali léčivou a postavili nad ním kapli.“* (Ohler, 2002) Největší slávu v historii se dostalo poutím barokním, kdy vznikala menší poutní místa vlivem rekatolizace, která v 17. století v Čechách probíhala. Tato místa se mnohdy budovala v blízkosti lidských obydlí, ke kterým se mohli poutníci vydat častěji, než k dříve oblíbeným a slavným „peregratio majores“, mezi které řadíme Jeruzalém, Řím a Santiago de Compostela. (Jeřábek, 1961)

Z dob stěhování národů se zachovaly vesnice nedaleko od sebe a kláštery ležely nezřídka jeden den cesty od sebe, a tím přispěly k propojení jednotlivých osídlených enkláv v ucelenou síť. V 11. století se kolem nich začala budovat města. Například Francie, Itálie, Nizozemí nebo západ, střed a jih Německa jsou typická častým řazením měst jedno vedle druhého ve vzdálenosti několika kilometrů. Čím se postupuje dále na východ, tím je vzdálenost mezi sídly větší. Naopak tam, kde byl kraj hustě osídlen, bylo na cestách nejen pro poutníky bezpečno, ale také

se tam kumuloval větší počet lidí. Tato skutečnost byla impulzem pro jeho další zvelebování, stavěly se silnice a podél nich hostince, které spojovaly města a vesnice, hrady a kláštery. Vzniklá hustá síť mezi osadami a cestami zajistila možnost zvolení jiné trasy v případě, že si cestující předali informaci o nebezpečí. Zájem na zvelebování infrastruktury měli nejen vladaři a válečníci, ale především obchodníci, řemeslníci a v neposlední řadě i procházející poutníci. Zejména poslední zmiňovaná skupina mohla v hustě obydlené oblasti nalézt v případě nouze potřebnou pomoc. Především pro ně s jejich vlastním přispěním se v horách stavěly hospice, ve městech vznikaly špitály a bratrstva. Přelom tisíciletí přinesl zrychlení vývoje. Města rostla, osidloval se východ Evropy, zásluhou organizovaných poutí přibývalo cestujících. Skupiny cestujících již nebylo možné na svých cestách hostit za „zaplaťpánbůh“ a vznikaly první placené hostince a začínalo se napříč všemi vrstvami klást důraz na to, aby na veřejných cestách vládl pořádek a bezpečnost. (Ohler, 2002)

1.2 Charakteristika a motivace poutníka

Poutník (lat. peregrinus) je člověk putující sám nebo ve skupině na posvátná místa ve vlastní zemi nebo do zahraničí a s různou motivací (víra v Boha a důvěra ke svatým, získávání relikvií, slib, prosba, vykonání závěti nebo také touha po dobrodružství). Ke svým cestám nejčastěji využívá poutní cesty. (Zelenka, Pásková, 2012, Ohler, 2002). V období vrcholného středověku byly poutě organizovaně a dlouhodobě kolektivně připravované. Pozdní středověk se nese v klesání počtu dalekých poutí pod nátlakem vrchnosti. V místech, kde se podařilo prosadit víru, byly tyto poutě omezovány a pokud se konaly, změnil se jejich charakter. Nezřídka byl jejich cíl vyměněn za touhu po zábavě a dobrodružství, v lepším případě za vzděláním.

1.3 Poutník nebo turista

Nabízí se otázka, jestli je rozdíl mezi pojmy poutnictví a duchovní turistika nebo jsou totožné. V dřívějších dobách bylo poutnictví spojené převážně s tradičním přístupem k náboženství a religiozitě. Současné i minulé století přineslo značný posun ve vnímání tradičního duchovního života a náboženství obecně. Dnes se lidé častěji vydávají na poutní místa za odpočinkem a poznáním. Jackowski (2000) jej definuje jako: *„formu turismu motivovaného více či méně náboženskými pohnutkami, které se však částečně prolínají s kulturně-poznávacím motivem“*. Trend v cestovním ruchu propaguje pojmy jako duchovní turistika, religiózní nebo náboženský cestovní ruch a zcela vytlačuje samotné pojmy jako pouť, poutnictví, putování (Jackowski, 2000). Turnerovi (1978) míní, že: *„turista je z poloviny poutník, pokud je poutník z poloviny turistou“*. Určit zda člověk, který je věřící a jede do Říma s touhou navštívit a obdivovat slavné kostely, je více turistou nebo poutníkem, může tedy být velmi obtížné. Mimo pěšího putování se lze na místo dopravit různě, např. na kole, autem, vlakem, lodí nebo letadlem. Přes všechny možné vymoženosti dopravních prostředků se jednotlivci i skupiny odříkají pohodlí a chtějí putovat *„per pedes apostorum“* („pěšky jako apoštolové“). Světové války a bída utlumily ve 20. století intenzitu poutí. (Ohler, 2002)

1.4 Vliv poutních míst na krajinu a rozvoj cestní sítě

Rozkvět poutních kostelů a kaplí v naší zemi je zaznamenán v 17. a 18. století, a to v důsledku rekatolizace, válek a hladomoru. Poutě plnily funkce nejen po stránce duchovní, ale i sociálně – kulturní. Pro venkovského člověka spjatého s půdou byl tento způsob tzv. „zbožné turistiky“ možností podívat se za horizont svého domova, odpočinout si nebo poznat jiné kraje a poutníky. Poutní procesí měla společnou modlitbu a zpěv. V čele průvodu nesli poutníci kříže a korouhve a na nosítkách sochy. Program dané poutě byl jak duchovní, tak kulturní. Postupem času však poutnictví přinášelo také ekonomický rozvoj míst, které byly cílem poutních cest. Podél nich se budovaly se stezky, špitály nebo hostince, u kterých byly vystavěny kaple pro zbožné poutníky. Pozvolně tak došlo k propojování života okolních obcí a měst různých velikostí. Druhá polovina 18. století přinášela snahu ve stavebnictví o začlenění barokního stavebního díla do krajiny, která se v rámci vyniknutí estetičnosti těchto staveb musela upravit. Nejen díky poutním místům vznikala alejová stromořadí, která se radiálně sbíhala k poutnímu místu a sloužila také jako ochrana poutníků v případě nepříznivého počasí. Dodnes jsou stromořadí vysazována podél cest zachovaných ke kostelům a zámkům. Každé poutní místo má svou vlastní historii a charakteristické rysy poutající ke konkrétním osobám, relikviím nebo krajinnému prostředí. Zároveň každá barokní pouť si uchovává své zvyklosti nebo písně. Tudíž nelze dojít k jednotnému obrazu barokních poutí. Jistou diferenciaci poutních svatyň lze nalézt v míře odlišnosti vnímání širokého okolí na duchovní život a typ religiozity. Příkladem lze uvést důvody vedoucí k odlišnosti vnímání místa jako poutní místo vybudované mocnou církevní institucí nebo prostým lidem, místo v bohatém kraji nebo v blízkosti velkého města v porovnání se svatyní v podhorských končinách či prostě vybavený venkovský kostelík oproti bohatě esteticky vybavenému chrámu. (Kupka, 2010; Musil, 1987)

2. Význam poutních cest a míst pro region

2.1 Spolupráce aktérů regionálního rozvoje

Každý region je spravován řídícím orgánem, který má zákonnými normami jasně vymezené kompetence, prostředky a právní postavení k plnění svých úkolů. Jednotlivé úrovně regionálních samospráv jsou mezi úrovněmi státu a obcí. Všeobecně platí, že kolik je úrovní regionálního členění, tolik je regionálních orgánů, které mají ekonomický vliv na danou oblast. Těmi vlivy jsou z pozice zaměstnavatele tvorba pracovních míst, využití služeb a odběr zboží od soukromého sektoru, poskytování dotací organizacím, spolufinancování vybraných aktivit v daném regionu. Účelem těchto příspěvků nejsou jen ekonomické vlivy, ale i na ně navazující podpora v oblasti společenského života, občanské a technické infrastruktury. Souhrnně lze říci, že výše uvedené aktivity se vzájemně podporují a doplňují. (Wokoun, 2008) Při výčtu regionálních aktérů poutních cest, kteří se mohou přímo či nepřímo zapojit do podpory rozvoje, zachování nebo obnovy těchto turistických cílů, byl kladen ohled na jejich konkrétní aktivity:

- **Církevní instituce** – poutní cesty a místa vnímá z několika pohledů, z hlediska liturgického a vlastnického. Z pohledu možného vlastníka poutní cesty, která může být

v majetku této organizace, zajištuje její údržbu a obnovu zejména jejích sakrálních prvků. V některých případech se i přímo zapojuje do propagačních a informačních činností spojených s tímto cílem, například v podobě informačních vývěsek a směrovek. Nejčastěji však církevní instituce majitelem poutních cest jako celku nebývá, pouze jen některých sakrálních prvků, na jejichž obnově mnohokrát spolupracuje s místními zájmovými spolky a příslušnou samosprávou. V poslední řadě jsou hlavním aktérem při pořádání samotných poutí, které jsou často realizovány ve spolupráci s místní veřejnou správou případně i s neziskovými organizacemi. (Církev, 2018)

- **Veřejná správa** – ponejvíce se jedná o místní samosprávu příslušné obce, na jejímž katastrálním území se poutní cesta a místo nachází. V případě, že je majitelem cesty, zajišťuje její údržbu a obnovu ve spolupráci příslušné církevní organizace s vlastníky sakrálních staveb a prvků, které jsou součástí poutní cesty. Jako aktér dále může zajišťovat její propagaci v rámci podpory cestovního ruchu na lokální úrovni.
- **Vlastníci pozemků** – po nichž poutní cesty vedou, spolupracují na údržbě a obnově poutních cest, zajišťují přístup veřejnosti.
- **Neziskové organizace –** nejčastěji zastoupené občanskými sdruženími/spolky se zaměřením na liturgická, nebo krajinná přírodní témata, např. místní akční skupiny (MAS). Jejich zapojení je nejčastěji přímé v podobě obnovy, údržby a propagace těchto míst. Často bývají přímo zapojeni při pořádání a vedení poutí ve spolupráci s příslušnou církevní institucí, pod kterou územně poutní místo spadá.
- **Dobrovolníci** – aktivní občané přímo se starající o vzhled a drobnou údržbu sakrálních prvků bez nároku na finanční ohodnocení.
- **Firmy a podnikatelé** – jsou vesměs nepřímými aktéry, jež se většinou podílejí na péči o samotné návštěvníky těchto cílů, zejména v oblasti služeb obchodu, pohostinství, ubytování většinou v nedaleké blízkosti poutních cest. Ojediněle se podílí i finanční spoluúčastí na jejich údržbě nebo obnově.
- **Poutníci –** osoby využívající poutní cesty k duchovním potřebám.
- **Veřejnost / návštěvníci / turisté** – návštěva turistických cílů jako jedna z forem odpočinku.
- **Rozvojové agentury** – zejména v oblasti turistiky. Na národní úrovni, např. v podobě organizace CzechTourism.
- **Zástupci státní správy** – z pohledu památkové péče, v případě že jsou součástí poutní cesty významné sakrální prvky nebo stavby naplňující potřeby zákona č. 20/1987 Sb. o památkové péči. (NPÚ, 2020)
- **Poskytovatelé finančních podpor –** na obnovu a údržbu v podobě krajských státních a evropských dotací, např. od roku 2011 bylo z Ministerstva pro místní rozvoj České republiky (MMR ČR v rámci dotačního titulu *„Podpora obnovy drobných sakrálních staveb“*) podpořeno 992 projektů. V rámci zmíněného programu bylo opraveno přes 500 kapliček včetně jejich prostranství, přes 300 křížů, soch a božích muk v krajině. V rámci podpory cestovního ruchu ze strany MMR můžeme také zmínit podporu z *„Integrovaného regionálního operačního programu“*, z nějž bylo podpořeno 106

projektů církví, náboženských společností a evidovaných církevních právnických osob. (Církev, 2018; MMR, 2018)

2.2 Využití současného přístupu regionální politiky k rozvoji regionu

Regionální politika 21. století je třetím obdobím, který se od dvou předešlých (neoliberální a keynesiánské období) odlišuje pojetím regionální politiky. Současná politika klade důraz především na mobilizaci místního endogenního rozvojového potenciálu a místních aktivit (lidského potenciálu, kontaktů, kulturního a přírodního dědictví). Dochází k odstranění diference mezi lokální – regionální a celostátní úrovní politik s následným propojením v konkrétní regionální kontext. S využitím nástroje Public Private Partnership (PPP), v němž není preferována žádná strana, dochází k přibližování aktérů soukromého a veřejného sektoru. I přes využití nástrojů ze dvou předchozích období regionální politiky je v současném třetím období patrná změna směru v jejím pojetí. Rozšiřuje se o přístupy, které zpětně neřeší důsledky a odstraňují příčiny problémů v regionu. Regionální politiku vnímá jako strategický nástroj s pohledem do budoucna, zaměřeným na preventivní opatření k tvorbě a udržení konkurenceschopnosti a prostředkem k zajištění ekonomických aktivit v regionu. Směřuje k ohleduplnějšímu vnímání státní správy a samosprávy ke konkrétním místním podmínkám tím, že přenese pravomoci a odpovědnosti za regionální politiku blíže k těm, kterých se budou přijatá opatření přímo týkat. Současné pojetí tak odráží posun k decentralizaci veřejné správy, v níž je stále větší okruh kompetencí i odpovídajících finančních zdrojů přesouván na regionální a lokální úroveň.

Zároveň lze zaznamenat rozšíření témat regionální politiky od podpory infrastruktury a podnikání až po rozvoj lidských zdrojů, které hrají klíčovou roli ve formě vzájemného působení mezi aktéry a institucemi na regionální úrovni a mezi aktéry v regionu i mimo něj. Jedná o tvorbu partnerských vazeb, tzv. „síťování“ (networking) s využitím vnitřních potenciálů regionu a tvorbou podmínek pro vznik nových a rozvoj stávajících firem. Nejpoužívanějšími přímými nástroji k podpoře jsou např. poskytnutí volných prostor, pozemků, poradenství nebo daňová zvýhodnění apod. Cílem není podpora jednotlivých podnikatelských subjektů, ale snaha o vytvoření společné dlouhodobé spolupráce v regionu. Z nepřímých nástrojů k podpoře rozvoje podnikání jmenujme např. zajištění technické a sociální infrastruktury či marketingu. Instituce, kterými mohou být například rozvojové agentury, mají klíčové postavení mezi lokální a regionální samosprávou, které je k funkci prostředníka pověřila. (Blažek, Uhlíř, 2011)

2.3 Poutní cesty a místa jako nový trend cestovního ruchu

Po roce 1989 ožívá náboženství spojené s návštěvami více či méně známých poutních míst, klášterů či sakrálních památek, ke kterým se doposud postupně obnovují nebo nově vznikají poutní cesty. I když Česká republika nepatří v porovnání s Polskem mezi evropské země, kde je duchovní turistika doslova celospolečenskou a masovou záležitostí, má vzrůstající trend. (Pew Forum, 2017) Na základě údajů z posledního sčítání lidu (ČSÚ, 2017 a) jsou patrné velké rozdíly mezi českými a moravskými regiony v otázce náboženské víry. Například Ústecký kraj

má nejmenší podíl věřících, zatímco v kraji Zlínském je jejich podíl dvojnásobný. Následují Kraj Vysočina a Jihomoravský kraj. Nejvyšší podíl nevěřících je v Ústeckém, Libereckém a Karlovarském kraji, tedy oblasti, kde po roce 1945 došlo k odsunu německých obyvatel, kteří tvořili většinu obyvatel území. Po následném novém osídlení této oblasti obyvateli přicházejících z různých oblastí republiky, včetně Slovenska, a také z jiných evropských zemí (repatrianti) nemohlo dojít k rozvinutí náboženských tradic. (ČSÚ, 2017 b) (viz Tabulka 1)

Tabulka 1: *Základní přehled rozdělení věřících a nevěřících podle krajů k 26.3.2011*

Kraj	***Počet obyvatel z počtu obyv. (nevěřící)***	***% z počtu obyv.***	***% (věřící)***
ČR celkem	10 436 560	20,8	32,5
Hlavní město	1 268 796	18,9	41,9
Středočeský	1 289 211	14,3	39,6
Jihočeský	628 336	20,8	34,7
Plzeňský	570 401	15,1	38,4
Karlovarský	295 595	12,8	44,4
Ústecký	808 961	10,1	47,5
Liberecký	432 439	12,9	44,1
Královéhradecký	547 916	16,5	37,0
Pardubický	511 627	19,7	30,5
Vysočina	505 565	29,3	22,1
Jihomoravský	1 163 508	28,7	27,9
Olomoucký	628 427	24,0	30,9
Zlínský	579 944	37,0	21,0
Moravskoslezský	1 205 834	26,0	29,1

Zdroj: ČSÚ, 2017 (upraveno autorkou)

Na vzrůstající trend duchovní turistiky zareagovaly po změně režimu církevní instituce a navázaly aktivní spoluprací s profesními svazy z oblasti turismu, kdy tato místa byla propagována na tuzemských trzích cestovního ruchu. V roce 2018 byla Českou biskupskou konferencí a Fórem cestovního ruchu podepsána v Arcibiskupském paláci smlouva o spolupráci v oblasti cestovního ruchu v České republice s konkrétním zaměřením na církevní a klášterní turistiku. Cílem spolupráce je podpora konkrétních akcí ve specifické oblasti turismu, koordinace plánovacích postupů a realizací směřujícím k jejímu rozvoji či spolupráce v otázkách legislativy a sdílení zkušeností. Kardinál Dominik Duka OP tento krok objasnil tím, že je to způsob, jak podpořit významný segment ekonomiky, který na jedné straně dává práci mnoha lidem, a na straně druhé seznamuje miliony turistů z celého světa s krásami naší země, její spiritualitou a duchovním odkazem. Pojem „otevřený kostel“, jeden z charakteristických rysů církevní turistiky, vysvětlil jako symbol kulturně bohaté církve, *„která nevidí ve druhém nepřítele a potencionálního zloděje, ale která jej s důvěrou zve k sobě domů. Cyklistům, pěším poutníkům i všem ostatním, kdo chtějí občerstvit*

nejen tělo, ale i ducha, nabízí to nejdražší, co má na této elementární úrovni. Otevírá svou náruč, nastavuje usměvavou tvář a vítá vlídným slovem.“ (Česká biskupská konference, 2018; Duka, 2018; Fórum cestovního ruchu, 2018)

Na poutní cesty a místa lze pohlížet jako na prostředek k podnikatelským aktivitám v cestovním ruchu. V typologii cestovního ruchu se setkáváme v kategorii „Motivace cesty“ také s termínem „náboženský a poutní cestovní ruch“ nebo také „duchovní turismus“. Do této kategorie spadá: účast na náboženských obřadech a poutích, návštěva církevních památek, poutních a posvátných míst. Z kategorie „jiných“ důvodů cestování lze uvést například: nákupy, vzdělávání, zdravotní nebo rekreační či obchodní cesty, aj. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011)

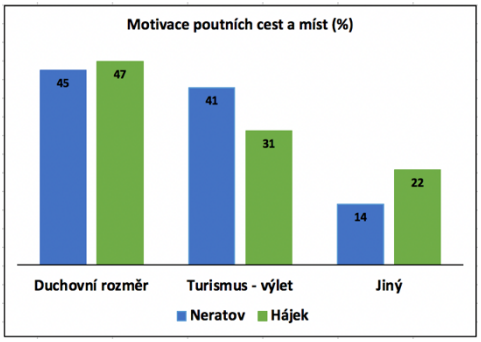
4.Komparace Neratov a Hájek – duchovní část

4.1 Dotazníkové šetření

Dotazníkového šetření se celkem zúčastnilo 98 respondentů, z toho v Neratově 56 a v Hájku 42 osob. Samotné dotazníkové šetření bylo problematické (u obou sledovaných míst), kdy většina oslovených respondentů odmítala odpovídat nebo jakkoliv komunikovat. Jednala tak z důvodu narušení duchovního klidu či negativnímu postoji k člověku s „deskami“, který vypadá, že něco nabízí. Jelikož cílem práce nebylo uškodit místu, potažmo celé farnosti, bylo po několika pokusech oslovení od tohoto upuštěno. Tudíž dotazníkové šetření má menší vzorek respondentů, než se původně předpokládalo.

Motivací pro poutní cestu a návštěvu poutního místa dotazovaných respondentů v Neratově poměr duchovního rozměru nepatrně převyšoval nad turistikou. U možnosti uvedení „JINÉHO“ důvodu cesty, zazněly odpovědi typu: *„poznávání české historie“*, *„rodinná tradice“* nebo *„shlédnutí dokumentu v TV“*. Naopak v Hájku duchovní rozměr převyšoval nad výletem. U možnosti uvedení „JINÉHO“ důvodu cesty, zazněly odpovědi typu: *„procházka s rodinou“* nebo „*síla modlitby více věřících“*. (viz Graf 1).

Graf 1 *Motivace pro poutní cestu a návštěvu poutního místa*



Zdroj: Richterová, 2020

Respondenti z obou analyzovaných míst uvedli, že absolvují **poutní cesty opakovaně**. V Neratově to bylo 62 % a v Hájku 80 % dotazovaných. Při dotazu, jestli respondenti **mění poutní cesty** byly odpovědi u obou analyzovaných míst téměř vyvážené. Jak v Neratově, tak v Hájku polovina dotazovaných cesty mění, ostatní zůstávají věrni stejné trase nebo místu. Při otázce na **faktor víry** nebylo podstatné zjištění, jakou víru respondenti konkrétně vyznávají. Pro doplnění celkového obrazu dnešního poutníka byla dostačující odpověď na dotaz, zdali jsou věřící či nikoliv. Z analýzy je patrné, že v Hájku převažují věřící, naopak v Neratově převažují respondenti bez vyznání. Dotazníkové šetření uzavíral cíleně otevřený dotaz s možností vyjádření respondentů, jak oni by si představovali **ideální poutní cestu** a cíl svého putování – **poutní místo**. Záměrem bylo dát možnost sdělit vlastní názor a prostor pro případné připomínky, které mohou být využity k zamyšlení nebo zlepšení nejen pro ně samotné, ale i pro ostatní poutníky a návštěvníky místa. Výběr odpovědí je zaznamenán v Tabulce 2.

Tabulka 2: *Přehled odpovědí – výběr*

Neratov	Hájek
Dotek historie a duch místa.	Místo s poutavou historií.
Ticho, klid a málo lidí.	Zajištěný program i pro nevěřící.
Možnost načerpat energii z místa.	Něco hezkého vidět, zažít a dozvědět se.
Bez stánků s vietnamským zbožím a pouťových atrakcí.	Všechny cesty a místa jsou ideální, záleží na pohledu jedince.
Klid, ale ten tady už moc není.	Cesta, která ukáže na zručnost našich předků.
Zázemí pro poutníky.	Ticho, klid a radost z místa, které opět ožívá.
Chybí mi možnost rozhovoru s duchovním.	Místo, kde nejsou davy lidí.
Zázemí pro poutníky.	Pěkná cesta v krajině s cílem.

Zdroj: Richterová, 2020

Obrázek 6: *Kostel Nanebevzetí Panny Marie v Neratově.*

Zdroj: Richterová, 2019

Obrázek 7: *Vstupní brána do kláštera v H*

Zdroj: Richterová, 2019

Po dotazníkovém šetření následovaly rozhovory s duchovními správci daných míst, Mons. Josefem Suchárem z Neratova a P. Janem Maria Vianney Dohnalem z Hájku.

4.2 Rozhovory – duchovní správci

Pro analýzu byly důležité názory duchovních správců, resp. jak vidí současného poutníka ti, kteří jsou s nimi v neustálém kontaktu. Dále jestli a jak pociťují v dnešní hektické době nárůst poutníků potažmo duchovní potřeby nebo jak oni sami vnímají spolupráci s místní samosprávou a institucemi, bez které by mnoho realizovaných akcí nebylo možné zorganizovat a uskutečnit. Otázky směřovaly od duchovního zaměření až k ekonomickému pohledu. Rozhovory byly ukončeny poselstvím pro zachování genia loci poutních míst pro současné i budoucí poutníky/turisty.

Duchovní správci **rozdíly mezi poutníky dob minulých a současných** nevnímají. Naopak velmi pociťují vzrůstající trend duchovní potřeby, tzv. hlad po duchovních hodnotách. K současnému novému trendu v rámci cestovního ruchu, tzv. **duchovní turistiku**, kdy termín naplňuje větší duchovní přiblížení všem poutníkům bez ohledu na víru, národnost nebo majetek (například možností krátkodobého ubytování či jakékoliv formy pomoci a podpory sakrálních památek) v Neratově vítají, praktikují a podporují. Hájek vzhledem k probíhající rozsáhlé rekonstrukci nepovažuje možnost krátkodobého ubytování v současné době za reálné, avšak do budoucna by se dle možností kláštera dalo uvažovat i této formě podpory místa. Vítají však jakoukoliv pomoc při obnově a propagaci místa i poutní cesty s důrazem na zachování podstaty a smyslu místa s dobrými úmysly. (Suchár, 2019; Dohnal, 2019)

Nezanedbatelnou pomocí k propagaci poutního místa jsou v dnešní době **sociální sítě** a podpora formou **propagace mediálně známými osobnostmi**. Místa, která navštíví, následně formou sdílení na sociálních sítích rozšíří do povědomí lidí. Lidé rádi navštěvují místa, která jsou mediálně známá. Jak v Neratově, tak v Hájku jsou sociální sítě hojně využívány, liší se pouze ve formě. Ze zkušeností z Neratova je patrné, že známé osobnosti mohou dodat důvěryhodnosti místu a projektu, jelikož je taková podpora velkou motivací pro ostatní. Samotnou propagaci a veškeré aktivity zajišťuje Sdružení Neratov. V Hájku jsou si také vědomi síly sociálních sítí a propagace nejen na webových stránkách řádu františkánů i kláštera, velkou pomocí jsou aktivity spolku Poutní cesta Hájek. Více než na mediálně známé osobnosti je Hájek zaměřen na osobnosti z řad církevních hodnostářů, kteří jsou zváni na významné poutní dny. (Suchár, 2019; Dohnal, 2019)

Aby poutní místo plnilo svoji funkci s ohledem na 3 pilíře – sociální, ekonomický a enviromentální, je nutné také aktivní zapojení formou **spolupráce místních samospráv**. Duchovní správci analyzovaných poutních míst se shodli, že spolupráce s místními samosprávami jsou bezproblémové. Samosprávu v Neratově tvoří v podstatě členové Sdružení Neratov, včetně duchovního. Každá obec, i když spadá pod město, si žije svým vlastním životem. Rozdíl i několika málo kilometrů může znamenat jiný úhel pohledu na potřeby. Jako velkou oporu a podporu, převážně v historicko-kulturních záležitostech má Neratov v samosprávě v Rokytnici v Orlických horách. Příkladem spolupráce lze uvést obnovení lávky na polskou stranu, dalším společným projektem byly kostelní věže, mini muzeum, hřebenovka vedoucí přes Neratov, Svatojánský most nebo výstavba infocentra. Aby byl Neratov také přívětivým sousedem i pro přeshraniční polské sousedy, je nastavená dlouhodobá spolupráce na několika projektech. Duchovní správce Hájku je mínění, že zástupci samosprávy vnímají Hájek jako místo, kde se lidé setkávají a v rámci svých možností se jej snaží podporovat. Ať už je to údržba poutní cesty a drobných sakrálních památek, propagace na webových stránkách či vstřícná komunikace. (Suchár, 2019; Dohnal, 2019)

V rámci rozvoje regionu nelze opomenout spolupráci soukromého sektoru. **Zapojení místních podnikatelských subjektů do spolupráce** s poutním místem či cestou, např. pořádáním akcí, propagací či jinou formou podpory, lze považovat za důležitý článek k rozvoji regionu, potažmo místa. V Neratově je ekonomický subjekt Sdružení Neratov, jehož veškerá činnost a aktivity v mnoha oborech a profesích spojena s podnikáním v sociální oblasti, konkrétně s prací a péčí o handicapované občany. V České republice jsou jedním z největších zaměstnavatelů, kteří mohou nabídnout lidem s handicapem ucelený systém sociálních služeb od ubytování, vzdělání až po pracovní zařazení v mnoha oborech a profesích. V Hájku s touto formou pomoci od místních podnikatelských subjektů zkušenosti nemají, veškeré aktivity si zajišťují sami s pomocí dotačních titulů, státní a veřejné správy, spolku Poutní cesta Hájek a dobrovolníků. (Suchár, 2019; Dohnal, 2019)

Na závěr rozhovoru byly duchovní správci požádáni o sdělení poselství pro současné poutníky. Každé poutní místo má své **genius loci** a i cesta, která k němu vede, si nese své poselství. Vznikala na základě událostí a zázraků, která se tam udála a tím je proslavila. Aby i nadále mohla plnit svoji funkci a sloužit generacím současným i budoucím měl by být poutník

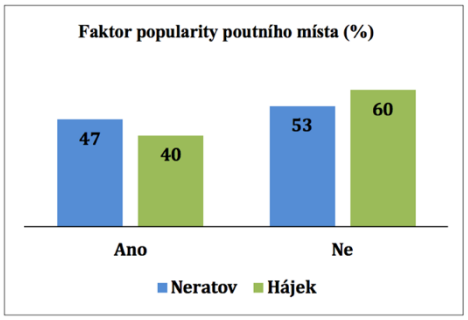
podle Mons. Suchára především trpělivý a nabádá k tomu obzvláště na místech, kdy přijde najednou více lidí a není všechno hned. *„I na správné vnímání atmosféry místa si prostě musí každý počkat. Dnes jsou lidé netrpěliví, chtějí všechno hned a hlavně rychle. Ale obzvlášť pro nás tady, kde je vše postavené na práci lidí s handicapem, jsou důležité klid a pohoda. Lidé, o které pečujeme, stres velmi těžce snášejí. Snažíme se o co nejlepší koordinaci, je pro nás důležité, aby si poutníci užili svůj čas. Je ale na přicházejících, aby si ten čas udělali, zastavili se v tom smyslu slova, že opravdu si to místo přijeli užít a nikam nespěchali*." Poselství pro poutníky připojil také P. Vianney Dohnal slovy, abychom na místa přicházeli častěji a na těchto místech bychom měli mít: „*... otevřená srdce a nastražené uši pro Boží slovo, slavit eucharistii a zanechat tam velký kus naší víry. Abychom se domů mohli vracet Pánem posíleni a mohli ten Boží pokoj přenášet do našich rodin, zaměstnání a všude tam, kde se setkáváme s dalšími lidmi. Rovněž, aby každé poutní místo v nás také něco zanechalo do našeho dalšího života. Potom se zase rádi budeme vracet načerpat sílu a uvnitř růst.*" (Suchár, 2019; Dohnal, 2019)

5. Komparace Neratov a Hájek – světská část

5.1 Dotazníkové šetření

Z provedené analýzy vyplynulo, že pro víc než polovinu respondentů v Hájku není důležité, jak je místo mediálně známé a v jakém prostředí se nachází. V Neratově je tomu naopak, pro téměř polovinu dotazovaných jsou faktory jako **„popularita a okolní prostředí"** při výběru cesty a místa důležité. (Viz Graf 2)

Graf 2 *Faktor popularity poutního místa*



Zdroj: Richterová, 2020

Vyvážené byly odpovědi na **faktor infrastruktury**. Respondenti věděli, kam jdou a co mohou očekávat. Vše ostatní považovali za „bonus navíc". Ohledně **dostupnosti služeb** v místě cíle jejich poutní cesty je patrné pouze malé procento nespokojenosti. Příkladem bylo v Neratově zmíněno nedostatečné dopravní spojení z větších měst, málo informačních letáků nebo malá kapacita míst v restauraci při větším počtu lidí. V Hájku to byly připomínky ke službám po cestě (chybějící mobilní WC, přístřešek při nepříznivém počasí). Na místě samotném jsou nedostatečné kapacity sociálního zařízení a nedostatečná kapacita občerstvení (málo míst k sezení, které je pouze z části zastřešené). **Pohlaví** respondentů bylo jak v Hájku, tak v Neratově vyvážené, u párů byla větší ochota odpovídat u žen. **Věkové složení** respondentů bylo

rozloženo do kategorií od 15 let do 80 let výše. V Neratově byl největší zájem zúčastnit se dotazníkového šetření u respondentů ve věkové hranici od 35 let do 49 let. Následovala skupina od 15 let do 34 let, kde převažovaly mladé páry nebo rodiny s malými dětmi. V Hájku byla také aktivnější skupina respondentů ve věkové hranici 35 let až 49 let. Následovaly dvě věkové skupiny respondentů, které se v počtu odpovědí dělily stejným dílem. Jednalo se o věkové kategorie od 50 let do 64 let a 65 let do 79 let. **Odkud poutníci přicházejí** bylo dostačující pouze uvedení kraje jako získání přehledu, z jaké vzdálenosti jsou ochotni lidé cestovat. Z analýzy vyplynulo, že velké procento poutníků v Neratově je z Královéhradeckého kraje. Zastoupení neměly kraje Jihočeský, Plzeňský, Karlovarský a Zlínský. Autorka nevylučuje možnou přítomnost respondentů i z těchto krajů. Naopak na parkovištích bylo mnoho polských SPZ a polský jazyk byl slyšet téměř na každém kroku. V Hájku byl největší počet respondentů z blízkého i širšího okolí poutního místa, tedy ze Středočeského kraje, následoval kraj Hlavní město Praha. Jihomoravský kraj zde měl celý autobus příznivců místa. Naopak ve výčtu chybí kraje Karlovarský, Královéhradecký, Pardubický, Kraj Vysočina, Olomoucký, Moravskoslezský a Zlínský. Tímto ale opět nelze zpochybnit účast poutníků z výše vyjmenovaných krajů.

5.2 Rozhovory – zastupitelé samospráv

V návaznosti na rozhovory s duchovními správci, byly pro tuto práci důležité i názory zastupitelů místních samospráv, do jehož katastru poutní místa spadají. Otázky byly orientovány k poutnímu místu a jeho významu pro obec, jaká je ze strany samosprávy podpora nebo jak hodnotí spolupráci s duchovní správou. O rozhovor byli požádáni představitelé místních samospráv pan Petr Hudousek (Rokytnice v Orlických horách) a za Červený Újezd pan Václav Ladman, do jehož katastru spadá jak poutní místo Hájek, tak část její poutní cesty. Jak z rozhovorů s duchovními správci analyzovaných míst vyplývá, spolupráce obce a duchovní správy se jeví jako klíčová nejen při rozvoji a podpoře místa, ale i následném rozvoji samotného regionu. V případě, že se i obec bude spolupodílet a vytvářet podmínky k podpoře tohoto druhu turismu, tzv. „duchovní turistiky“, bude to mít velmi pozitivní vliv na ekonomický rozvoj všech služeb a infrastruktury v lokalitě i regionu.

Poutní místo jako **přínos pro obec** a široké okolí považuje starosta Petr Hudousek za významné a přínosné nejen z pohledu zastupitele města, historie, ale i soukromého. Poukazuje na skutečnost, že pokud mají v mikroregionu tak významnou památku, která si navíc prošla velkým utrpením po 2. světové válce, kdy téměř zanikla a poté povstala jako Fénix z popela a její tradice pokračuje, cítí do jisté míry závazek. Pokládá za velmi důležité podporovat lidi a práci, kterou se o znovuzrození místa zasloužili. Starosta Václav Ladman nijak zvláštní význam poutního místa Hájek nepociťuje, přínos místa pro obec žádné nemá. Vzhledem k tomu, že v Hájku je nedostatečná infrastruktura a nejsou tam téměř žádné služby (jeden hostinec v blízkosti kláštera), místo prozatím není možné aktivněji využívat. Samotné poutní místo je využíváno v omezeném počtu aktivit (několik poutních setkání od jara do podzimu) a nijak významně to obec neovlivňuje. (Hudousek, 2019; Ladman, 2019)

Aby došlo k vzájemnému protnutí komunikační křivky, je důležitá oboustranná aktivita, a to nejen na straně veřejné a státní správy, ale i duchovní správy. **Komunikaci s duchovní správou** považuje Petr Hudousek za velmi dobře nastavenou nejen z pozice úřadu, ale i po osobní stránce. Také Václav Ladman se k otázce komunikace vyjádřil jako o bezproblémové. V případě oslovení duchovní správou se snaží o maximální vstřícnost. Prioritou malé obce s omezeným rozpočtem je pokrytí potřeby na její údržbu a rozvoj, až poté se lze zapojovat do vedlejších aktivit. Byl by však rád, kdyby objekt měl i nadále svou správu a vzniklo místo, které by bylo k užitku široké veřejnosti. (Hudousek, 2019; Ladman, 2019)

V případě hojně navštěvovaných míst, která nemusí být pouze poutní, ale jsou turisticky atraktivní, mohou pro města i obce v blízkém okolí znamenat **zvýšenou návštěvnost v obci** a tím rostoucí potřebu k tomu odpovídajících služeb (veřejné sociální zařízení, restaurace, obchody nebo ubytovací kapacity). Tuto skutečnost starosta Petr Hudousek zcela jistě registruje větším objemem návštěvníků ve městě po dobu poutních slavností. Především se jedná o motorizované výletníky, kteří přijedou do Neratova a chtějí místo k občerstvení. Jelikož v Neratově je omezená kapacita těchto služeb, a ne každému to vyhovuje, tak přijedou do Rokytnice. Zároveň se ukazuje, jak funguje turistický ruch. Výletníci navštíví zajímavosti ve městě a okolí a tím se dostaví i sekundární efekt (např. hotely, restaurace a muzea mají vyšší návštěvnost, aj.). Zavedli také cyklobusy a velkou výhodou je také dobrá spolupráce s polskou stranou (podpora a „zrcadlení“ projektů). Co funguje na české straně, může plnit stejnou funkci i na polské straně a naopak. Na druhou stranu Václav Ladman nevnímá, že by se v obci zvýšila návštěvnost v době poutních slavností v nedalekém Hájku, který se nachází 2 km od obce Červený Újezd. Lidé na poutní slavnosti přijedou do obce autobusem a jdou přímo do Hájku, v obci se nezastavují. (Hudousek, 2019; Ladman, 2019)

O síle **vlivu masových médií a sociálních sítí** na lidi, kterou disponují v dnešní době, není třeba rozvádět úvahu. Jejich dopady mohou být jak pozitivní, tak negativní. Stejně tak veřejně známé osoby, které mají v řádech desítek či stovek sledujících na sociálních sítích, kteří také chtějí navštívit místo, odkud to s nimi sdílel jejich „idol“. Zvedá se tím návštěvnost dané lokality. Fungování a podporu sociálních sítí potvrzuje Petr Hudousek tím, že Neratov je toho jasnou ukázkou. Samotný příběh udělá velkou práci v medializaci a návštěva veřejně známých osobností s následnou propagací místo rychleji a snáz posunuje dál. Tolik k pozitivnímu náhledu. Dnes však Neratov pomalu poznává i odvrácenou tvář „masových turistických výletů“, které vyžadují nemalé investice a ty se získávají nepřímou úměrou k počtu návštěvníků. Je potřeba rozšířit parkoviště a spoustu jiných investic, které souvisí s nárůstem turistů. Není to jednoduchá situace a vyžaduje oboustranné kompromisy s přihlédnutím na omezený obecní rozpočet a zároveň zajištění udržitelného rozvoje obce. Infrastruktura je sice v Neratově v současné době zanedbaná (vzhledem k významu místa), ale všechno nejde zrealizovat hned, a navíc se nelze zavděčit všem. Vzhledem k dlouhodobé rekonstrukci a omezenému využívání poutního místa v Hájku, nejsou prozatím výše popsané problémy pro Václava Ladmana aktuální. V případě Hájku je názoru, že by samotnému místu jistě pomohlo, kdyby ze strany duchovní správy bylo pořádáno více akcí. Objekt by se více využil a získal by větší pozornost médií i široké veřejnosti. (Hudousek, 2019; Ladman, 2019)

6.Výstupy z dotazníkového šetření, shrnutí míst

6.1 Neratov

Z dotazníkového šetření byly z pohledu duchovního a turistického motivu zachyceny následují poznatky:

Respondenti s duchovním rozměrem

Skupina respondentů neměla vysoké nároky na služby ani infrastrukturu. Stačily jim základní služby jako sociální zařízení, místo k sezení, místo na zaparkování, občerstvení si nosili s sebou. Naopak jim chyběla rozmluva s duchovním. Výše uvedené poznatky převažovaly u věkové kategorie dotazovaných 65–79 let. Naopak tomu bylo u skupiny respondentů ve věkové kategorii 35–49 let. Tato skupina byla více zacílena na služby a infrastrukturu. Zmíněny byly například lepší parkovací plochy, snadná dostupnost veřejné dopravy o víkendech a svátcích nebo více programů pro zabavení dětí v době duchovního programu.

Respondenti zaměření na turismus

U respondentů v Neratově převažoval turistický motiv návštěvy nad duchovním. Pro nejvíce zastoupenou věkovou skupinu 35-49 let, která přicházela na výlet převážně na základě medializace (televizní dokument, internet, sociální sítě, aj.), bylo důležité, jak je místo populární či mediálně známé. Z velké části se jednalo cykloturisty, kteří trávili v okolí dovolenou a navštěvovali známá místa. Večer se vraceli na kulturní program (vystoupení známých osobností). V návaznosti na popularitu místa očekávali zajištění služeb a infrastruktury. Připomínky byly například k parkovacím plochám, malé kapacitě k sezení v restauraci.

Duchovní i světská část

Většina dotazovaných navštěvuje poutní místa opakovaně a polovina respondentů se vrací na stejné místo, druhá polovina místa mění. Pohlaví bylo vyvážené, větší ochota odpovídat byla u žen, a to ve věkové skupině 35-49 let. Následovala věková skupina 15-34 let, kde převažovaly mladé páry nebo rodiny s dětmi. Ideální poutní místo si respondenti představují bez stánků s vietnamským zbožím a hlasité hudby od pouťových atrakcí, ale jako klidné místo bez davů návštěvníků s dotekem historie. Pro místní patrioty je tím ideálním místem právě Neratov. Nejvíce dotazovaných bylo z blízkého i vzdálenějšího okolí poutního místa, tedy Královéhradeckého kraje, následoval kraj Olomoucký a Středočeský. Velký počet automobilů bylo také ze sousedního Polska a polský jazyk byl slyšet téměř všude.

Souhrn

Poutní cesta z Rokytnice v Orlických horách k poutnímu místu do Neratova (10 km) vede přes katastrální území Rokytnice v Orlických horách a Bartošovic v Orlických horách, z velké části vede lesem. Cesta je udržovaná, nechybí informační ukazatele a je využívaná turisty

i cyklisty. Poutní místo Neratov se v současné době nachází v situaci, kdy do místa převážně v letních měsících proudí davy návštěvníků a tím dochází k tlaku na rozšíření služeb a infrastruktury. To přináší zajištění finančních prostředků na rozšíření stávající nebo vybudování nové infrastruktury a z toho vyplývající zajištění financí na následný provoz. Převážně v době poutních slavností jsou nedostatečné kapacity v restauraci, nevhodné parkovací plochy. V současné době se v místě staví společenský dům s novým infocentrem. Místní obyvatelé zastávají názor, že jsou nerovnoměrně rozdělovány finanční prostředky (více věnováno samotnému místu, a ne do potřeb obyvatel). Na druhou stranu je potřeba zmínit, že nebýt mnohaletých aktivit Sdružení Neratov (v čele s Mons. Josefem Suchárem), správné volby managementu, které přivedlo poutní místo k životu, byl by dnes Neratov pouze jednou z vesnic v orlickém podhůří. Ekonomickým subjektem, který zajišťuje veškeré aktivity a služby založené na sociální práci s handicapovanými lidmi, je zmíněné neratovské sdružení. Provozují a zajišťují chod hospody, obchodu s poštovnou, pivovaru, zahradnictví, ubytovacích služeb, speciální školy, chráněné dílny a lidem s postižením zajišťují práci v okolních městech (Žamberk a Králíky).

Velkou výhodou je spolupráce poutního místa s místní samosprávou, a to jak přímo v Bartošovicích, kterých je součástí, tak nedalekého města Rokytnice v Orlických horách. Zejména tam je velká podpora převážně v kulturně-historických záležitostech a velkým přínosem je především rokytnický starosta, který má navíc osobní vztah k místu. Jako velký milovník historie, patriot a věřící člověk se zapojuje do rozvoje i nad rámec svých povinností. Společně také dlouhodobě budují přeshraniční spolupráci s polskou stranou. Místo je mediálně velmi známé, podporováno veřejně známými osobnostmi i tím, že návštěvu sdílejí na sociálních sítích. Každoročně počet návštěvníků roste, a to má pozitivní ekonomický dopad i na obce a města v okolí.

6.2 Hájek

Následnou komparací odpovědí z dotazníkového šetření byly z pohledu duchovního a turistického motivu zachyceny následují poznatky.

Respondenti s duchovním rozměrem

V Hájku převažovala téměř polovina respondentů s duchovním rozměrem a neměla vysoké nároky na služby ani infrastrukturu. Stačily základní služby jako sociální zázemí, místo k sezení a možnost v blízkosti zaparkovat. Na základě zkušeností z minulých návštěv věděli, jaké možnosti jim místo nabízí k občerstvení a vše ostatní brali jako bonus navíc. Výše uvedené poznatky převažovaly u věkové kategorie dotazovaných 50–64 let a 65–79 let.

Respondenti zaměření na turismus

Převažující věková skupina respondentů 35-49 let přicházela většinou na rodinný výlet. Respondenty věkové kategorie 65-79 let přitahovaly na místo vzpomínky z mládí a možnost setkání s přáteli. Pro víc jak polovinu respondentů nebylo důležité, jak je místo mediálně známé a v jakém prostředí se nachází. Věděli, co mohou od místa očekávat. V Hájku byly připomínky

ke službám po cestě (chybějící mobilní WC, přístřešek při nepříznivém počasí). Na místě samotném jsou nedostatečné kapacity sociálního zařízení a nedostatečná kapacita občerstvení (málo míst k sezení, které je pouze z části zastřešené).

Duchovní i světská část

Jednoznačnou převahou byli respondenti, kteří navštěvují poutní místa opakovaně. Současně polovina dotazovaných je věrná stejnému místu a druhá polovina objevuje stále nová místa. Pohlaví respondentů bylo vyvážené, více aktivní byly ženy ve věkové kategorii 35-49 let. Následovaly dvě kategorie 50-64 let a 64-79 let stejným poměrem. Ideálním poutním místem je pro respondenty takové, kde nejsou stánky s vietnamským zbožím a kolotoče s hlasitou hudbou nebo davy lidí. Největší procento návštěvníků bylo v Hájku z okolí místa, nejvíce ze Středočeského kraje, následovala Praha.

Souhrn

Poutní cesta vede přes více katastrálních území (Praha 6, Praha 17, Hostivice, Červený Újezd) a podél cesty stojí drobné sakrální stavby (výklenkové kaple). O cestu je neustále pečováno, stejně tak i o kaple a to všemi, kterých se péče o tyto týká. Jsou to nejen výše zmínění, ale dále i bratři františkáni z farnosti od Panny Marie Sněžné v Praze a spolek Poutní cesta Hájek. Všichni společně zajišťují po cestě informační tabule a ukazatele, pořádají úklidové akce, propagaci, údržbu a obnovu kaplí. Pomocí finančních prostředků z národních a evropských dotačních titulů a vzájemné spolupráce mezi všemi aktéry se podařilo obnovit a místy vybudovat zcela novou poutní cestu. Vzniklo tím propojení Hájku s hlavním městem Prahou a obcemi cestou, která je jak pro pěší, tak pro cyklisty. Vlastní poutní místo se nachází cca 2 km od obce Červený Újezd. Přímo v Hájku se nachází jedno pohostinství se sezónním provozem a jedna firma s autodíly. Již na první pohled je patrné, že v této části obce Červený Újezd „není život“, o okolní prostředí je pečováno pouze v rámci základních potřeb. Velikost obce, potažmo možnosti rozpočtu, v tomto konkrétním případě nemá vliv na rozvoj místa. Jelikož poutní místo není pro obec přínosem, podpora je v pouze v omezené míře.

Závěr

Každé poutní místo má svá specifika stejně jako cesta, která k poutnímu místu vede, má své poselství. Nezáleží na tom, jestli se jedná o místo národem známé, masově navštěvované nebo ležící na periferii. Tak jako každý člověk je jiný, jsou i různá poutní místa se svými genii loci, pro která jsou opakovaně nejen poutníky přitahována. V současné době jsou zástupy poutníků jiné, především z vizuálního pohledu. Mají kvalitní obutí i oděv, dostatek finančních prostředků, jídla, pití, telefony s navigací a lepší možnosti k přespání. Mohou využít různé dopravní prostředky, navíc odpadla starost o jejich bezpečí na cestách, jako tomu bylo u poutníků z dob minulých. Jistou synergii s poutníkem dříve a dnes lze nalézt u motivace poutníků, proč se na svá putování vydávají. Jak z analýzy vyplynulo, je to hlad po duchovních

hodnotách, mít možnost svěřit se a odložit „u někoho“ břemeno, poprosit o sílu v těžkých životních situacích nebo za uzdravení. V současnosti se navíc přidalo znovunalezení rovnováhy těla a duše v dnešním hektickém světě. Fenomén poutnictví může být určitým implicitním vyjádřením kritiky současného životního stylu dnešní společnosti.

Poutě v současné době stejně jako další aktivity volného času jsou většinou organizované, byrokratizované a ovlivněné moderní masovou společností prostřednictvím cestovních kanceláří. Je zřejmé, že existuje signifikantní rozdíl mezi poutěmi v době postindustriální společnosti a poutěmi konanými před ní. Poutnictví je dodnes symbolem evropských dějin a je svým způsobem pokračováním evropské tradice, kultu, věrnosti a zbožnosti. Tento fenomén stírá hranice mezi jednotlivými zeměmi a regiony.

Z analýzy také jednoznačně vyplynulo, jak ovlivní motivace poutníka – turisty dané poutní místo, jaké má požadavky na služby a infrastrukturu. Také fenomén sociálních sítí, medializace a podpora veřejně známých osobností mají sílu rozpohybovat cestovní ruch v dané lokalitě. Charakteristickými rysy cestovního ruchu je primárně subjekt a objekt. Subjekt (člověk), tedy účastník cestovního ruchu, je spojen s objektem (cílem) své uskutečněné cesty. Jak subjekt, tak objekt jsou v neustálém propojení s dalšími navazujícími jevy (doprava, ubytování). Je třeba vycházet z toho, že cestovní ruch je sociálně - ekonomický jev. Sociální jev tedy představují lidé, skupiny cestujících, ale také individuální účastníci cestovního ruchu, kteří se nachází v jiném prostředí, než je jejich domovské, stávají se tak součástí tamního života. Z hlediska cestovního ruchu i návštěvníci ekonomicky přispívají navštívené destinaci díky své spotřebě. V cílovém místě využívají služby, nakupují statky a samozřejmě je ovlivněna nabídka a poptávka na trhu. Pokud takový potenciál místo má, mělo by jej využít.

V každém regionu hraje klíčovou roli spolupráce veřejného, soukromého a neziskového sektoru. Jejich vzájemná aktivní komunikace, spolupráce a postoje jsou nezbytné k rozvoji lokality, potažmo regionu. Rovněž důležitou rolí je aktivita a přístup duchovní správy, kdy duchovní správce nemusí nutně ovládat manažerské dovednosti. Pokud tuto dovednost má, je to velký přínos. Pokud ne, lze přizvat ke spolupráci osobu, která dovednostmi disponuje.

Rozvoj každého území se vždy dotkne všech aktérů. Zapojením veřejnosti do aktivit, které se jich přímo dotýkají, se jeví stále častěji jako zásadní k úspěšné realizaci plánování regionálního rozvoje, a to především z pohledu občana, který v dané lokalitě žije a může předvídat negativní dopady na prostředí a minimalizovat je. Jiný úhel pohledu a potřeby má návštěvník – turista, který přijede na místo jednou či vícekrát do roka a jinak situaci vnímá místní obyvatel. Na druhou stranu nikdy nelze dojít k jednoznačné spokojenosti všech, vždy bude někdo více či méně nespokojený. Při jakémkoliv takovém rozhodnutí by měl být brán zřetel na obecné blaho všech, a to jak v oblasti sociální, ekonomické i environmentální.

Jako příklad dobré praxe v rámci konkrétního doporučení pro Hájek, v němž vidí autorka velký potenciál, lze uvést Neratov. Mezi potenciály v Hájku můžeme zmínit například rozlohu samotného areálu, který je v relativně dobré kondici, včetně přilehlých zahrad. Místo leží nedaleko hlavního města Prahy, a tudíž jsou zde větší šance oslovit více organizací ke spolupráci například k pořádání akcí v duchovně-kulturním směru a zároveň zůstanou

zachovány hodnoty duchovní, kulturní a historické. V místě by se tak rozhýbala ekonomika s přidanou křesťanskou hodnotou. Teoreticky tam může vzniknout analogie Neratova.

Neměli bychom zapomínat na vynaložené úsilí generací minulých a současných, zároveň bychom měli tyto hodnoty zachovat pro generace budoucí. Závěrem příspěvku lze citovat poselství poutního místa Neratov shrnuté do 3 pilířů, které vystihují vše důležité jak pro generaci současných, tak i budoucích poutníků – turistů.

1. *„Nikdo není zbytečný."*

2. *„Každý je povolán k tomu, aby konal dobro."*

3. *„Nikdy není pozdě začít opravovat to, co se rozbilo."*

(Suchár, 2019)

Knižní zdroje:

BLAŽEK, Jiří, UHLÍŘ, David, 2011. Teorie regionálního rozvoje: Nástin, kritika, implikace. 2. vyd. V Praze: Karolinum. ISBN 978-80-246-1974-3.

GUTH, Jiří, 1917. Turistika: turistický katechismus. V Praze: Hejda &Tuček. ISBN neuvedeno

JACKOWSKI, Antoni. 1998. Pielgrzymowanie. Wrocław: Wydawn. Dolnośląskie. ISBN 83-7023-671-5.

JEŘÁBEK, Richard. 1961. K otázce vzniku poutních míst a jejich vlivu na život a kulturu venkovského lidu. In: ČESKÝ LID. roč. 48, č. 4. ISSN 0009-0794.

KUPKA, Jiří, 2010. *Krajiny kulturní a historické: Vliv hodnot kulturní a historické charakteristiky na krajinný ráz naší krajiny.* 1. vyd. V Praze: České vysoké učení technické. ISBN 978-80-01-04653-1.

MUSIL, Jiří F., 1987. *Po stezkách k dálnicím: Kapitoly z dějin silnic, silničních dopravních prostředků a silničního stavitelství.* 1. vyd. V Praze: Nadas, Knitnice pozemních komunikací. ISBN neuvedeno

NASH, Dennison, 2001. *Anthropology of tourism.* 2. vydání. Oxford: Elsevier Science. ISBN 0-08-042398-1.

OHLER, Norbert, 2002. *Náboženské poutě ve středověku a novověku.* 1. vyd. V Praze: Vyšehrad. ISBN 80-7021-510-0.

PICHANIČ, Mikuláš, 2004. *Mezinárodní management a globalizace.* 1. vyd. V Praze: C. H. Beck pro praxi. ISBN 80-7179-886-X.

PAŘÍZKOVÁ, Kateřina. *Poutní cesta do Hájku u Prahy: Vznik, vývoj a úpadek ve světle pramenů 17.-19. století.* [Bakalářská práce]. Univerzita Karlova, 2009.

RICHTEROVÁ, Renata. *Význam poutních cest v současnosti*. [Diplomová práce]. Vysoká škola regionálního rozvoje a Bankovní institut – AMBIS, 2020.
RYGLOVÁ, Kateřina, BURIAN Michal, VAJČNEROVÁ, Ida, 2011. *Cestovní ruch: Podnikatelské principy a příležitosti v praxi.* 1. vyd. V Praze: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4039-3.

SNYDER, Gary, 2010. *Zemědům.* V Praze: Maťa. ISBN 978-80-7287-1308.

TURNER, Victor, TURNER. Edith, 1978. *Image and Pilgrimage in Christian Culture*: *Anthropological Perspectives.* First edition. In New York: Wiley Blackwell. ISBN 978-0631193609.

VODÁČEK, Leo, VODÁČKOVÁ, Oľga, 1999. *Management: teorie a praxe v informační společnosti.* 3. vyd. V Praze: Management Press. ISBN 80-85943-94-8.

WOKOUN, René, 2008. *Regionální rozvoj: Východiska regionálního rozvoje, regionální politika, teorie, strategie a programování.* 1. vyd. V Praze: Linde. ISBN 978-80-7201-699-0.

ZELENKA, Josef, PÁSKOVÁ, Martina, 2012. *Výkladový slovník cestovního ruchu.* 2. vyd. V Praze: Linde. ISBN 978-80-7201-880-2.

Internetové zdroje:

Církev.cz, Odbor evropských fondů., © 2020, *MMR ČR dlouhodobě podporuje církevní turistiku.* [online]. Vytvořeno: 16.3.2019 [cit. 2020-04-04]. Dostupné z: https://www.cirkev.cz/cs/aktuality/180316mmr-cr-dlouhodobe-podporuje-cirkevni-turistiku

Český statistický úřad, 2017 a, *Počty obyvatel v obcích k 1.1.2019.* [online]. Vytvořeno: 30.4.2019. [cit. 2020-04-07]. Dostupné z: https://www.czso.cz/documents/10180/91917344/13007219.pdf/deb188e2-72b4-4047-97e8-ae7975719db4?version=1.0

Český statistický úřad, 2017 b, *Náboženská víra obyvatel podle výsledku sčítání lidu 2011*. [online]. Aktualizováno: 27.2.2014. [cit. 2020-04-07]. Dostupné z: *https://www.czso.cz/csu/czso/nabozenska-vira-obyvatel-podle-vysledku-scitani-lidu-2011-61wegp46fl*

Františkánský klášter v Hájku, © 2012-2015, *Poutní cesta* [online]. [cit. 2020-03.06]. Dostupné z: http://hajek.ofm.cz/pout_cesta.html

Icot.cz, Fórum cestovního ruchu, © 2002-2020, *Spolupráce s českou biskupskou konferencí.* [online] Vytvořeno: 15.3.2018 [cit. 2020-04-09]. Dostupné z: https://www.icot.cz/forum-cestovniho-ruchu-spoluprace-s-ceskou-biskupskou-konferenci/

Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, ©2020, *Národní dotace*. [online] [cit. 2020-04-01] Dostupné z: https://www.mmr.cz/cs/narodni-dotace
Národní památkový ústav a památková péče, Právní předpisy a mezinárodní dokumenty, 2020, *Zákon o památkové péči*. [online]. [cit. 2020-03-05]. Dostupné z: https://www.npu.cz/cs/npu-a-pamatkova-pece/pamatky-a-pamatkova-pece/pravni-predpisy-a-mezinarodni-dokumenty/zakon-o-pamatkove-peci

Neratov.cz, Navštivte Neratov, © 2019, *Pro turisty*. [online]. [cit. 2020-04-05]. Dostupné z: https://www.neratov.cz/navstivte-neratov/pro-turisty/

Pew Forum.org., © 2020, Religious Belief and National Belonging in Central Eastern Europe. Pew Research Center. *Religion & Public Life Pew Research Center* [online]. Vytvořeno: 10.5.2017. [cit. 2020-04-05]. Dostupné z: https://www.pewforum.org/2017/05/10/religious-belief-and-national-belonging-in-central-and-eastern-europe/

Poutní cesta Hájek, Historie poutní cesty, © 2013 a, *Poutní cesta.* [online]. [cit. 2020-02-23]. Dostupné z: http://poutnicestahajek.cz/historie-poutni-cesty/poutni-cesta

Poutní cesta Hájek, Historie poutní cesty, © 2013 b, *Poutě do Hájku*. [online]. [cit. 2020-02-23]. Dostupné z: http://poutnicestahajek.cz/historie-poutni-cesty/poute-do-hajku

Článek ze sborníku:

WATZKO, Karel. Drobné památky a jejich vazba na změny v krajinné či urbánní struktuře. In: *Člověk, stavba a územní plánování IV*. ČVUT v Praze, Fakulta stavební (2010). Str. 121-129. ISBN 978-80-01-04538-1.

Prameny (právní a ostatní zdroje informací):

DOHNAL, Jan M. Vianney, 2019 - emailová a telefonická komunikace, řízený rozhovor s P. Janem Maria Vianney Dohnalem OFM, duchovním správcem poutního místa Hájek.

HUDOUSEK, Petr, 2019 - emailová komunikace, řízený rozhovor s Petrem Hudouskem, starostou obce Rokytnice v Orlických horách.

LADMAN, Václav, 2019 - emailová a telefonická komunikace, řízený rozhovor s Václavem Ladmanem, starostou obce Červený Újezd.

SUCHÁR, Josef, 2019 - emailová komunikace, řízený rozhovor s Mons. Josefem Suchárem, duchovním správcem poutního místa Neratov.

Zákon č. 20/1987 Sb., o státní památkové péči, v platném znění.

Poděkování

Ráda bych touto cestou vyjádřila poděkování doc. Ing. arch. Vladimíře Šilhánkové, Ph.D., vedoucí mé diplomové práce, za odborné vedení, zájem, připomínky a čas, který mi věnovala. Dále bych poděkovala duchovním správcům, jejich sdružení a spolku, představitelům místních samospráv a respondentům. Bez jejich vstřícné spolupráce by tato práce nemohla vzniknout.

VYUŽÍVÁNÍ SOCIÁLNÍCH SÍTÍ MÍSTNÍMI SAMOSPRÁVAMI: GEOGRAFICKÝ KONTEXT

THE USE OF SOCIAL NETWORKS BY LOCAL AUTHORITIES: GEOGRAPHICAL CONTEXT

Mgr. Martin Kebza

Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta ekonomická, katedra geografie
Univerzitní 22, 306 14 Plzeň
kebza@kge.zcu.cz

Leona Findžová
Anna Váňová

Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta pedagogická, oddělení geověd
Klatovská tř. 51, 306 19 Plzeň
e-mail: findzova@students.zcu.cz
e-mail: annac@students.zcu.cz

Klíčová slova:
Sociální média, veřejná správa, sociální sítě, Česko, západní Čechy

Keywords:
Social media, Public administration, Social networks, Czechia, West Bohemia

Abstrakt:
Tento příspěvek si klade za hlavní cíl zmapování využívání dvou sociálních sítí (Facebook, Instagram) mezi obcemi Plzeňského a Karlovarského kraje. Na příkladě celkem 635 obcí se ověřuje, zda je Facebook dominantně používanou sociální sítí, jakým způsobem se mezi těmito obcemi šíří aktivita na těchto médiích, jaké jsou prioritní účely využívání této formy komunikace, ale také jaké jsou územní a strukturální rozdíly v používání i na základě velikosti nebo indexu stáří obce. Díky vlastnímu důkladnému sběru dat z obou sociálních sítí a agregaci indexů efektivity využívání zjišťujeme především rozdíly v používání mezi velkými a malými obcemi a také tematické zaměření na základní informovanost obyvatel obce a propagaci kulturních akcí. Projevuje se i významný vliv nahodilosti, jež se snoubí se systematickým a strategickým používáním těchto sociálních médií.

Abstract:
This paper aims to map the use of two social networks (Facebook, Instagram) within the municipalities of the Pilsen and Karlovy Vary regions. On the example of 635 municipalities we verify whether Facebook is the dominantly used social network, how the activity on these media spreads among these municipalities, what are the priority purposes for using this form of communication, but also what territorial and structural differences in use are size or age index of the municipality. Thanks to our own in-depth data collection from both social networks and the aggregation of usage efficiency indices, we mainly find differences in usage between large and small municipalities and also a thematic focus on basic information of the community and promotion of local cultural events. There is also a significant impact of randomness combined with the systematic and strategic use of these social media.

Úvod

Sociální sítě se staly relativně běžnou součástí každodenního života. Jednoduchost ovládání v kombinaci s „bezbariérovým“ přístupem vytvářelo prostor pro mezilidskou komunikaci. Tento prostor se časem více komercializoval a aktivita na sociálních sítích je pro subjekty na trhu už spíše nutností a výhodou, pokud s nimi umí efektivně nakládat. Sociální sítě plní funkci informačního uzlu a usnadňují uživateli internetu přístup k různým informacím, zajišťují možnost vlastního projevu či obsahu.

Sociální sítě ve virtuálním prostoru nejsou novým fenoménem. Zprvu šlo o specializované webové stránky, které si samy omezovaly cílovou skupinu. V celosvětovém měřítku lze za první zásadní sociální síť označit MySpace, kam se soustředili uživatelé se zájmem o hudbu a jiná multimédia; (od r. 2003). Úspěšných globálních sociálních sítí je několik, mj. Twitter nebo YouTube. Významným hybatelem je Facebook (od r. 2004), s více než 2 miliardami uživatelů nejpoužívanější sociální sít na světě. Facebook se stal lídrem mezi podobnými platformami, také technologickým inovátorem a významným ekonomickým subjektem a zaměstnavatelem. Díky své univerzálnosti zaznamenával prudký nárůst počtu uživatelů na úkor starších a profilovaných stránek. Součástí struktur Facebooku je i Instagram, specializovaný na fotografie. Zmíněné sociální sítě jsou doplněny i jejich alternativami pro odlišně kulturně, jazykově nebo politicky nastavené oblasti (VKontakte, WeChat atd.). Přicházejí i nové oblíbené sociální sítě jako čínský TikTok, který je v mnohých ohledech vnímán spíše jako bezpečnostní riziko.

Co je v tomto ohledu pro komerční společnosti potřebným nástrojem, je pro složky veřejné správy výzvou. Zejména větší města jsou v oblasti sociálních médií již zkušená a na příslušných odděleních působí týmy marketingových odborníků, které účty spravují. Účty samospráv mohou být nástrojem, jehož cílem je zvýšit atraktivitu obcí pro rezidenty, ukázání „lidské tváře“, poskytnout další a rychlejší komunikační kanál s úřadem. Sociální sítě mohou být používány i pro potřeby cestovního ruchu, propagace možností podnikání či zaměstnání nebo propojení s jinými důležitými místními aktéry.

Cílem tohoto příspěvku je zmapovat používání sociálních sítí (Facebook, Instagram) místními samosprávami. Mapujeme reprezentativní vzorek obcí zahrnující jak progresivní městské a suburbánní oblasti, tak i vzdálenější obce. Pracovně jsme stanovili tyto dílčí cíle:

- Zmapovat šíření aktivních uživatelů mezi samosprávami v čase a prostoru
- Porovnat míru užívání sociálních sítí a věkovou strukturu populace
- Zjistit tematické zaměření obsahu aktivních účtů samospráv
- Diskutovat efektivitu používání sociálních sítí včetně analýzy počtu uživatelů a sledujících

Přitom předpokládáme, že:

- Sociální sítě se budou šířit hierarchicky, prvními uživateli budou největší města, zatímco menší obce je přijmou později
- Na sociálních sítích budou aktivní spíše obce s menším indexem stáří
- Obce na sociálních sítích budou primárně informovat o dění v obci, především o mimořádnostech a kulturních událostech

Lokální marketing a sociální sítě

Z pohledu marketingu je obec komplexním produktem, který má specifické vlastnosti, zájmy, identitu, a do jeho chodu se zapojuje celá řada různých aktérů; zejména moderní města vyspělého světa si nadto chtějí budovat svou „značku“ (Ježek, 2011). Regionální a lokální marketing je dnes víceméně nedílnou součástí fungování veřejné správy, resp. samosprávy, a používání populárních sociálních sítí může být součástí systematického marketingu obce (viz Ježek, 2011) a zároveň důležitou komponentou celkového úspěchu strategie. Díky své dostupnosti i při celkovému neúspěchu marketingové strategie města nemusí vzniknout žádné přímé ekonomické ztráty, neúspěšné vedení účtu lze také velmi rychle změnit.
Vystupování obce na sociálních sítích ovlivňuje její vnímání veřejností, které je významnou složkou vytvářené značky a image obce (Cleave a kol., 2017). Gümüş (2016) proto představuje doporučení obcím, které chtějí aktivně vstoupit do prostoru sociálních médií v zájmu efektivnějšího městského marketingu; (a) navržení strategie směřování sociálních médií za účelem městského marketingu, (b) navržení strategie použití sociálních médií jako integrovaná část tradičních mediálních nástrojů, (c) průběžné aktualizace obsahu stránek, (d) sdílení profesionálně vytvořeného obsahu, (e) zaměření na virální obsah, (f) profesionální správa účtu a schopnost rychlé reakce na dotazy i kritiky. Na úrovni menších obcí lze jen stěží uvažovat o profesionálním vedení účtů včetně tvorby virálního obsahu s výjimkou bohatších turistických center či obcí s aktivními a schopnými patrioty. Cleave a kol. (2017) zdůrazňují, že obec by se měla do sociálních médií zapojit takovým způsobem, aby vytvořila především pozitivní vnímání a dala prostor komunikaci samotné obce s přímým publikem. Obec by se měla snažit vytvořit co nejsilnější značku.

Sociální média dle Gümüşe (2016) představují efektivní nástroj městského marketingu, zejména v oblasti cestovního ruchu. Město se díky nim může představit jako neokoukaná destinace a může díky nim zlepšit svou image i díky snadnému sdílení obsahu. Bozkurt (2013) přibližuje případ vesnice Şirince v Izmirské oblasti, která vešla do všeobecného povědomí díky informaci, že nebude ovlivněna domnělým koncem světa na konci roku 2012. I tyto situace dokazují sílu sociálních médií. Výhoda sociálních médií je, že mohou snadno dosáhnout masového publika, kterému nabízí interakci se správcem účtu. Výhodou je i rychlá zpětná vazba a v neposlední řadě i cena (Gümüş, 2016).

Sociální sítě jsou účinným nástrojem i v krizových obdobích (Eriksson, Olsson, 2016). Nejen v době ekonomické recese, ale ve spojitosti s pandemií COVID-19 i krize humanitární, společenské. Sociální sítě v tomto případě plnily úlohu rychlé platformy, přes které proudily akutní informace o omezování služeb úřadů, uzavírání školských a dalších veřejných zařízení, o úpravách pravidel v hromadné dopravě atp.

Sociální sítě, ač bývají vnímány jako jedna homogenní entita s podobným účelem, jsou vnitřně rozmanité. A především jsou ovlivňovány spontánně nebo jinak nesystematicky – a tedy nepředvídatelnými – trendy, které mohou jejich fungování silně ovlivnit. To zahrnuje vlny popularity jednotlivých sociálních sítí. Marcelino Mercedes (2015) popisuje tzv. „druhou migraci“, která se odehrála ve Španělsku. První migrační vlna negativně zasáhla starší platformu Tuenti, ze které uživatelé „odešli“ na globalizovaný Facebook. Druhá migrace pak postihuje Facebook, ze kterého (aniž by ale účty fakticky zanikaly) se odchází na Instagram. Zde je také potřeba vnímat prostorový rámec těchto změn, a tedy že se podobné přesuny či vlny popularity neodehrávají na celém světě současně, ale různě jím prostupují (mj. na ose jádro-periferie na vyšší řádovostní úrovni). Jakkoli tedy může v zemích vyspělého světa síla Facebooku „upadat“, počet aktivních účtů na něm neustále roste. Druhou rovinou je věková

struktura uživatelů, neboť značná část nových aktivních uživatelů Facebooku jsou zástupci starší části populace. Lidé ve věkové skupině 18-55 let více používají Facebook než Instagram, i věková skupina 14–17 let má více aktivních účtů na Facebooku. Uživatelé ve věkové skupině 18–55 let ale téměř nemají Instagram (Marcelino Mercedes, 2015). Ač jsou v budoucnosti další migrační vlny pravděpodobné (např. z Instagramu na TikTok aj.), díky propojenosti Facebooku s mnoha různými aplikacemi (včetně Instagramu), pokles počtu účtů na něm je nepravděpodobný, jakkoli se může měnit jejich skutečná aktivita.

Motivacemi k aktivitě na Instagramu se zabývají Sheldon a Bryant (2016). Nejčastějšími důvody jsou podle jejich výsledků především sledování přátel. Ten je jako faktor virtuální kohabitace se svou sociální bublinou nejdůležitější. Naopak nejméně významným důvodem je „prolézat“ účty ostatních; zde je však nutné říci, že sledovat lze pouze respondenty přiznané důvody. V souvislosti s nejčastějšími důvody používání Instagramu Sheldon a Bryant (2016) uvádí, že město funguje jako katalyzátor vzpomínek, ať už příjemných nebo nepříjemných, například jako místo konání nezapomenutelné události. V důsledku si tak může město budovat silnou značku i bez výraznějšího přičinění. V případě, že je tato značka negativní, mohou sociální sítě image mírnit nebo měnit, resp. se o to pokoušet.

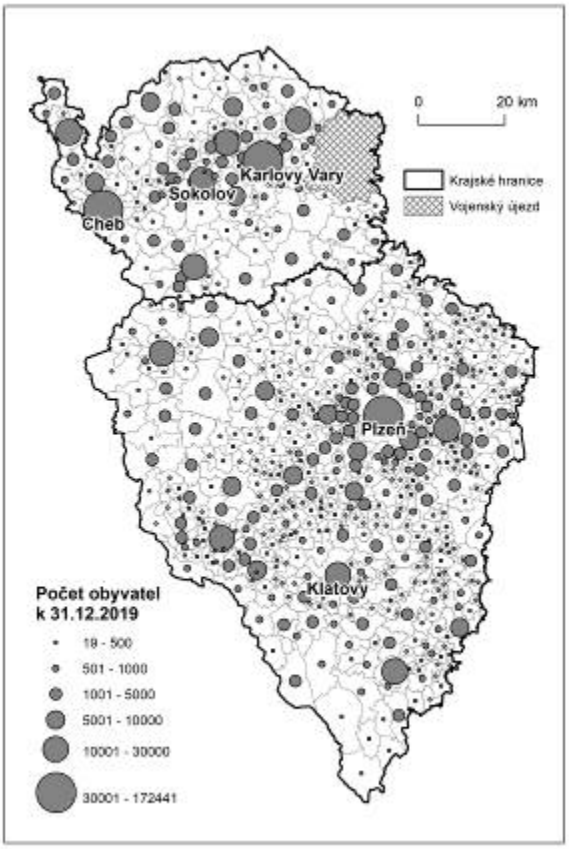
Objevují se také i studie, které analyzují sociální sítě podle toho, zda spíše podporují svazující a přemosťující sociální kapitál. Phua, Jin a Kim (2017) za tímto účelem zkoumají Twitter, Instagram, Facebook a Snapchat; zatímco první dvě jmenované reprezentují spíše bridging sociální kapitál vzhledem ke snaze reprezentace svého obrazového a textového obsahu veškeré dosažitelné veřejnosti, Facebook a Snapchat oproti tomu fungují v rámci vlastního okruhu účtů, byť ne úplně. Vždy je potřeba brát v úvahu unikátnost uživatele jakékoli sociální sítě (Sheldon, Bryant, 2016).

Metodická východiska

V tomto příspěvku analyzujeme Facebook a Instagram. Facebook dnes tvoří základ pro široké spektrum uživatelů včetně komerčních, Instagram je obsahově odlišný, zaměřený na obrazový materiál. Pro zahrnutí do analýz jsme zvažovali i Twitter, s nímž pracovali i Cleave a kol. (2017), Eriksson, Olsson (2016) a další. Twitter ale v Česku zdaleka nedosahuje takové popularity jako v jiných, zejména západních zemích. Dále také YouTube, jehož používání je ale selektivní (Cleave a kol., 2017), a nepříliš úspěšné – např. dle Gümüşe (2016) má ze sledovaných měst nejúspěšnější YouTube kanál Gaziantep s pouhými 920 odběrateli.

Dvě vybrané sociální sítě sledujeme na vzorku obcí Plzeňského a Karlovarského kraje (viz obr. 1). Na rozdíl od jiných výzkumů (např. Sandoval-Almazan, Cruz, Armas, 2015) se neomezujeme předběžným výběrem obcí, bez rozdílu sledujeme všech 635 západočeských obcí. Toto území bylo vybráno jako reprezentativně různorodé, obsahuje jádrové oblastí (Plzeň), specifické jádrové oblastí (Karlovy Vary), významná sekundární centra (Cheb), mezilehlé oblastí, turisticky exponované obce (Boží Dar) či odlehlé periferie.

Obrázek 1: *Populační velikost západočeských obcí k 31.12.2019*



Zdroj dat: ČSÚ (2020)

Z obou sociálních sítí byly shromážděny údaje k počtu příznivců (Facebook) a širšímu okruhu sledujících (Facebook, Instagram). Počtem facebookových „příznivců“ rozumíme počet tzv. To se mi líbí. Příznivci stránku zpravidla zároveň sledují, ale uživatelům se také nabízí možnost prostého sledování. Tato možnost může připadat vhodná uživatelům, které obsah dané stránky z různých důvodů zajímá, ale neshodují se s ním. Dále sledujeme rok založení stránky (Facebook). U některých obcí bylo při pilotním průzkumu zjištěno, že oficiální stránky bývají nahrazeny oficiálními skupinami, kde je správcem např. starosta. Tyto skupiny a počet jejich členů bereme v úvahu, byť explicitně neprochází statistickými analýzami. Sběr zmíněných dat proběhl v období 28.2.2020–2.3.2020.

Počet příznivců a sledujících vůči počtu rezidentů poslouží pro agregaci ukazatelů úspěšnosti používání sociálních sítí dle vzorců níže:

FB Like Index = Počet „To se mi líbí“ / Počet obyvatel v obci
FB Follow Index = Počet sledujících / Počet obyvatel v obci
IG Index = Počet sledujících / Počet obyvatel v obci

V případě Instagramu počítáme pouze jeden ukazatel, protože technicky umožňuje pouze jeden způsob odebírání obsahu jiných uživatelů.

Předpokládáme, že pokud bude hodnota indexů větší než 1, půjde pravděpodobně o atraktivní (turisticky nebo jinak exponovanou) lokalitu. V západních Čechách, jejichž obce jsou do analýzy zahrnuty, může jít především o větší města (Plzeň, Karlovy Vary, Cheb), lázeňská

střediska (Mariánské Lázně, Františkovy Lázně), horská střediska (Železná Ruda, Boží Dar), obce s památkami zapsanými v Seznamu světového kulturního dědictví UNESCO (Jáchymov, Abertamy, Horní Blatná) či jinými významnými památkami (Loket) a jinak specifická území (Rozvadov, Přebuz, Modrava).

Mapování využívání sociálních sítí také zahrnuje třídění obcí podle velikostních skupin a s ohledem na to, že sociální sítě jsou nástroje stále zpravidla spojované s mladšími generacemi, dojde i ke srovnání s obcemi na základě indexu stáří.

Kromě zmíněných kvantitativních ukazatelů podchycujeme i tematickou orientaci účtů samospráv, která může výše popsané indexy také ovlivňovat. Na základě pilotního šetření u vzorku 50 náhodných obcí jsme vytvořili klasifikaci dle informací, které jsou na účtech sdíleny:

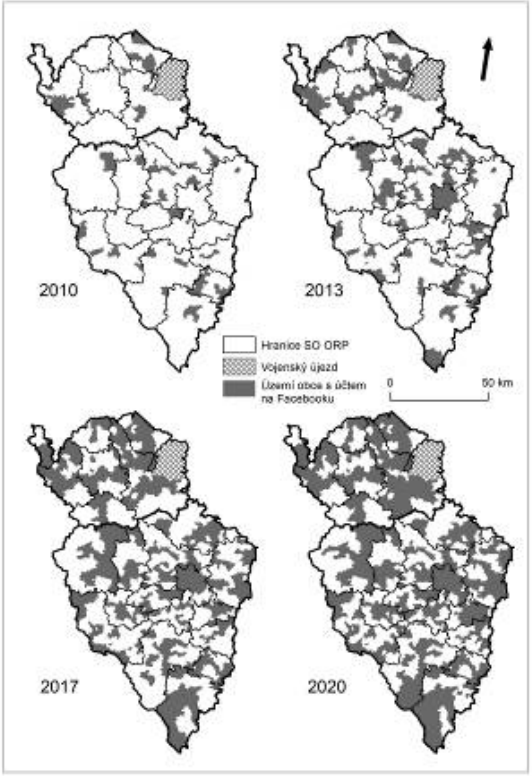
- Informování o dění v obci, mimořádnosti a kulturní akce & sdílené informace
- Informování o dění v obci, mimořádnosti a kulturní akce & turistická propagace
- Turistická propagace
- Bez vlastního obsahu, pouze sdílené informace
- Pasivní účty bez aktuálního obsahu

Prostorové šíření používání sociálních sítí

Jedním z předpokladů v tomto příspěvku bylo hierarchické šíření sociálních sítí mezi jejich uživateli, v tomto případě zástupci samospráv. Jako inovaci jej měly nejprve přebírat hlavní regionální centra, později mikroregionální střediska, a nakonec malé obce; šíření mohla ovlivňovat i prostorová blízkost hierarchicky významnějších velkých měst, a to především v suburbánních zónách. Šíření těchto sítí jsme mohli sledovat pouze u Facebooku z důvodu dispozice dat.

Jak se nicméně ukazuje v údajích v obr. 2, náš předpoklad platí jen z části. Mezi prvními uživateli, kteří si facebookovou stránku zřídili už v roce 2009, jsou z významnějších měst pouze Ostrov a Domažlice. Není bez zajímavosti, že 5 z 9 obcí, které mají stránku nejstarší, tj. z roku 2009, jí aktivně neprovozují a jejich účty je tedy potřeba označit za pasivní (i tak ale mohou sbírat příznivce a sledující). Z velkých měst přišel s aktivitou na Facebooku první Cheb (v roce 2010), v roce 2013 už byly aktivní i Karlovy Vary a Plzeň. Mezi lety 2013 a 2017 proběhla masivní intenzifikace používání Facebooku mezi ostatními významnějšími městy i řadou dalších západočeských obcí. Průměrné stáří facebookových stránek je 5,5 roku. Ukazuje se tedy, že šíření není možné jednoduše zobecnit; ačkoli jsou velká města mezi prvními uživateli, významnou roli zde hraje aktivita jednotlivců a nahodilost, které se s pravidly hierarchie kombinují.

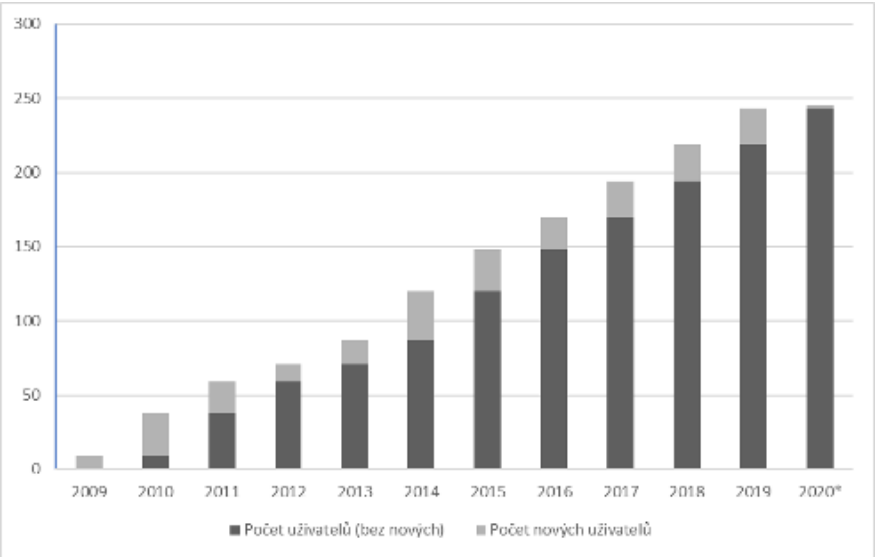
Obrázek 2: *Prostorové šíření používání Facebooku v západočeských obcích*



Zdroj dat: Facebook (2020), vlastní šetření

Počet uživatelů mezi obcemi neustále roste, za první tři roky mělo stránku na Facebooku téměř 10 % obcí. Dle dat v obr. 3 prudší nárůst začal rokem 2014, kdy se na Facebook přidalo nejvíce (33) obcí. V průměru se za rok přidá 22 obcí; v roce 2020 se během prvních dvou měsíců se na Facebook přidaly 2 obce. Oproti možným očekáváním se neprojevuje zpomalení přírůstku obcí v tomto virtuálním prostoru, ovšem zůstává otázkou, kdy k tomuto zpomalení dojde.

Obrázek 3: *Nárůst počtu facebookových stránek obcí mezi lety 2009–2020*

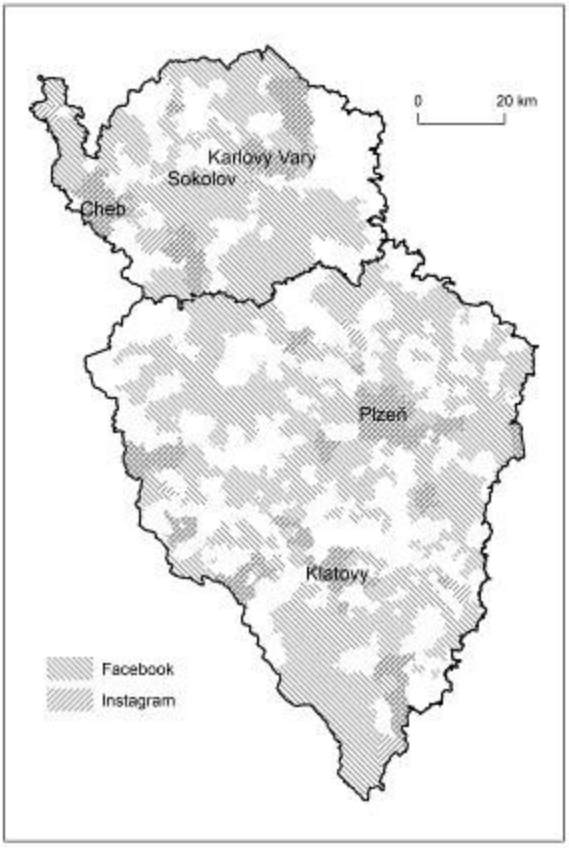


** v roce 2020 pouze do sledovaného období (28.2.–2.3.2020)*
Zdroj dat: Facebook (2020), vlastní šetření

Využívání sociálních sítí

V Plzeňském, resp. Karlovarském kraji na Facebooku funguje 42 %, resp. 62 % obcí. Počet obcí, které spravují i Instagramový účet, je výrazně nižší – 5 % v Plzeňském a 10 % v Karlovarském kraji. 6 obcí z obou krajů spravuje pouze účet na Instagramu. Už z těchto základních zjištění lze potvrdit, že Facebook bude oproti Instagramu více zastoupen (a více sledován). Zatímco Facebook tedy můžeme chápat jako základní nástroj komunikace na sociálních sítích, který navíc stále obsluhuje jen zhruba polovina západočeských obcí (a předpokládáme, že se nadále rozvíjí), Instagram jako lehce pokročilejší platformu využívá zatím mnohem menší část obcí (viz obr. 4).

Obrázek 4: *Obce s aktivním účtem na Facebooku a Instagramu**



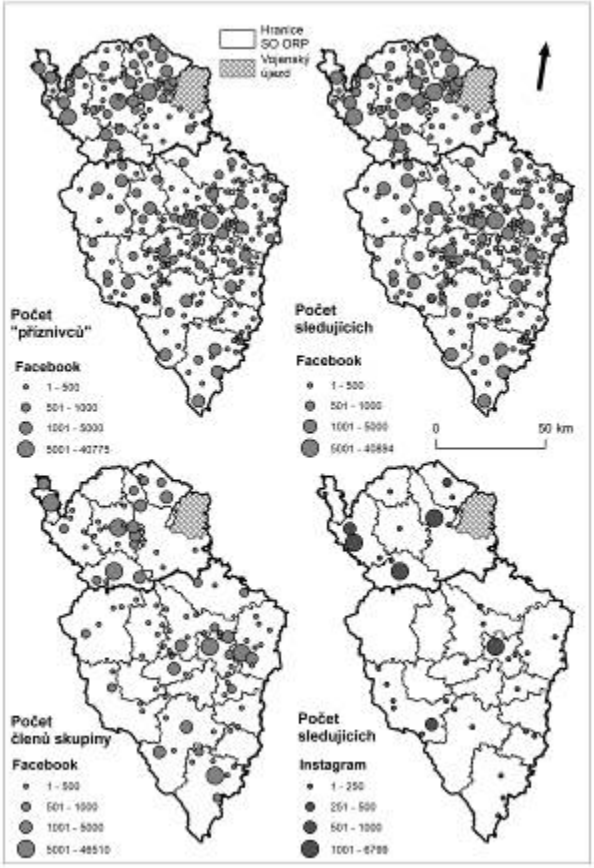
** Data byla sbírána v období 28.2.–2.3.2020*
Zdroj: Facebook (2020), Instagram (2020), vlastní šetření

U Facebooku jsme sledovali počet „příznivců“ a širší okruh sledujících. Rozdíly mezi těmito dvěma počty jsou nevelké (viz obr. 5). Rozdíly, spíše individuálního charakteru, pak vykazuje počet členů oficiálních obecních facebookových skupin. Skupina obcí dokonce spravuje pouze skupinu, aniž by měla stránku; skupinu tohoto charakteru s největší členskou základnou má Nýrsko (4080 členů), s odstupem Teplá (1707) a další. Největších rozdílů mezi počtem členů ve skupině a počtem sledujících ve prospěch skupiny dosahuje Aš, kde je počet členů ve skupině oproti počtu sledujících šestinásobný. Velmi podobně jsou na tom Rokycany, Holoubkov s menšími relativní rozdíly dalších dvacet obcí. Mezi nimi je možná překvapivě i Plzeň, kde je rozdíl zhruba dvojnásobný, a tedy jednoznačně největší v absolutních hodnotách. Další (výjimečné) odchylky představují například sdílené účty pro dvě obce. Používání zmíněných

skupin může oproti stránkám zvýšit riziko zneužití v případě politického obsazení obce; stránka je spravována institucí, zatímco skupina náleží správcům, tedy jednotlivcům, kteří mohou postupem času svou politickou funkci opustit, nebo mohou tuto pozici snáz použít pro vlastní politickou kampaň.

V prostorové struktuře facebookových stránek se zdánlivě ukazuje souvislost mezi počtem sledujících a počtem obyvatel; výrazně více sledujících mají obce v okolí Plzně, a především v podkrušnohorských oblastech (osa Cheb – Ostrov). Oblastmi s nižšími hodnotami počtu sledujících je hraniční pásmo mezi oběma kraji, tzn. především Slavkovský les a také Tachovsko. Tam jsou také velmi nízké hodnoty počtu sledujících na Instagramu, přesněji řečeno v tachovském okrese není jediný zástupce na tomto médiu. Instagram funguje selektivněji; několik málo měst na něm má relativně úspěšné účty (Karlovy Vary, Plzeň, Cheb, Mariánské a Františkovy Lázně), další řada obcí se o úspěšné vedení snaží. V případě účtů na Instagramu byly zjištěny další výjimky, např. v Jáchymově stránky patří lázním, které sdílí i obsah samosprávy; bizarní případ Horské Kvildy, jejíž obsah je opakující se reklamou nesouvisející s Horskou Kvildou nebo Šumavou a jejím krajinným rázem.

Obrázek 5: *Příznivci, sledující a členové skupin na sociálních sítích v západočeských obcích*



Zdroj dat: Facebook (2020), Instagram (2020), vlastní šetření

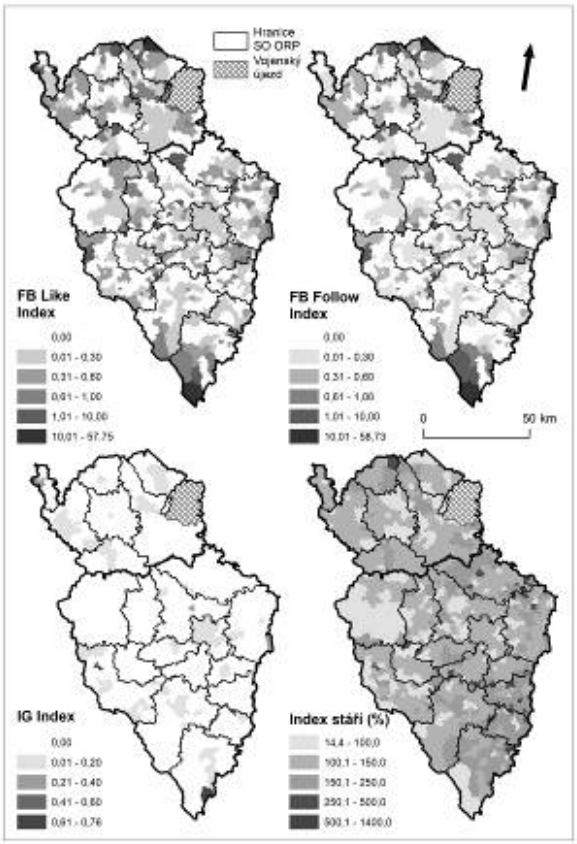
Indexy (obr. 6) mohou přispět k diskusi o efektivitě využívání sociálních sítí, zejména s přihlédnutím k jejich účelu, resp. strategii městského či obecního marketingu. Obce s hodnotami indexů vyšší než 1 předpokládáme, že jsou zaměřené na vnější prezentaci (cestovní ruch); cílovou skupinou sledujících tedy v takových případech nejsou jen obyvatelé té dané

obce. Poněvadž do sledovaného území zasahují turisticky atraktivní lokality, tyto případy lze očekávat.

V kontextu facebookových indexů je nejúspěšnější Modrava (FB Like Index téměř 58), s odstupem turistické středisko Boží Dar (12) a Prameny (téměř 5). Modrava je specifickou obcí ve více rovinách, v tomto ohledu jí napomáhá faktor národního parku, svou roli může hrát i přítomnost známých osob či filmový průmysl. Turistická propagace se ostatně objevuje i v obsahu facebookové stránky, byť obec informuje i o dění v ní (viz obr. 7). Velmi podobná je situace Božího Daru. Pozoruhodné je, že ani jedna z těchto virtuálně oblíbených obcí není aktivní na Instagramu. Celkem 35 obcí dosáhlo hodnoty FB Like Indexu větší než 1, 36 obcí přesáhlo tuto hodnotu v případě FB Follow Indexu (36. obcí jsou Prášily, které mají FB Like Index 0,98 a FB Follow Index 1,00). Mezi těmito obcemi nejsou jen zástupci z turisticky zajímavých horských (Srní, Pernink) či jinak turisticky populárních (Krásná, Kyselka, Andělská Hora) oblastí, ale i obce z více „všedních“ regionů, kde na sociálních sítích turistická propagace víceméně nefunguje.

Oproti tomu IG Index obecně vykazuje mnohem nižší hodnoty, jen tři obce se dostaly nad 0,5. Potenciálně nejvyšší efektivitu má Horská Kvilda (0,76), jejíž validita byla ovšem zpochybněna výše v textu. Reálně tak efektivního využití dosahují Kvášňovice (0,73), cílem jejich účtu je informovat o dění v obci. Periferní Hora Svatého Václava (0,69) se pak Instagram pokouší využít k turistické propagaci. Ta je pro Instagram nejčastějším účelem aktivního používání (obr. 7).

Obrázek 6: *FB Like Index, FB Follow Index a IG Index ve srovnání s indexem stáří (k 1.1. 2019) v západočeských obcích*

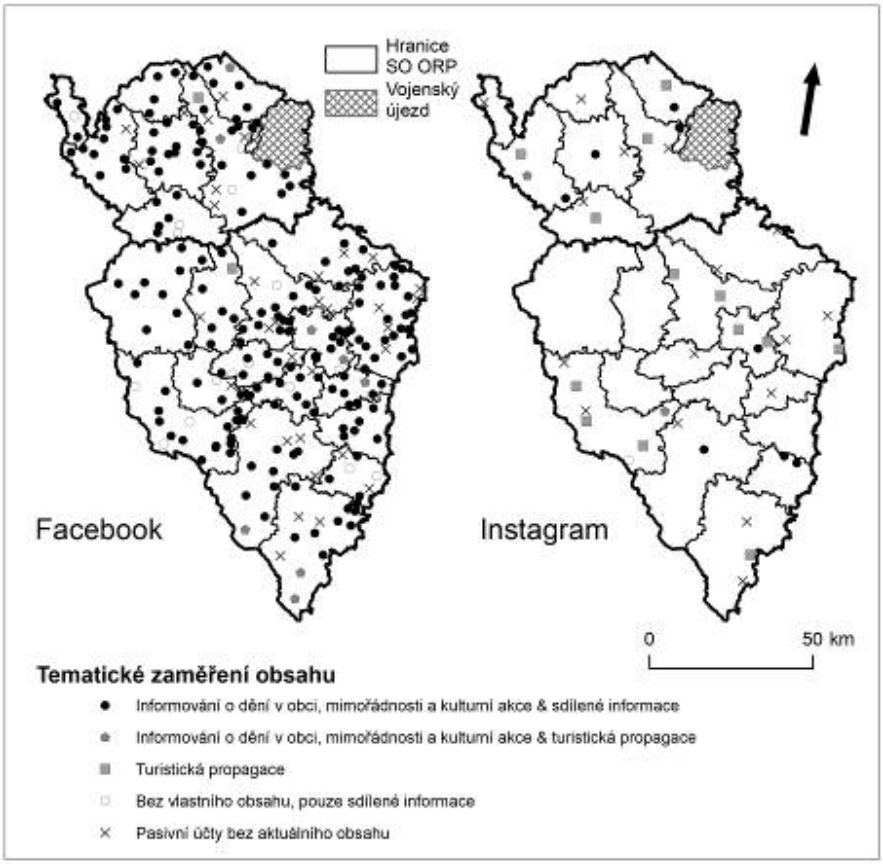


Zdroj dat: ČSÚ (2020), Facebook (2020), Instagram (2020), vlastní šetření

Instagram oproti Facebooku poskytuje lepší provozní mechanismy pro turistickou propagaci než pro ostatní účely (obr. 7). Pro podporu cestovního ruchu v obci Instagram používá 38 % obcí, zatímco pro informovanost o dění jen 25 %. Velká část účtů na Instagramu je pasivních. Neznamená to však, že jsou zcela neaktivní; může na nich probíhat neveřejná komunikace nebo se mohou připravovat ke zprovoznění a kdykoli se mohou stát aktivními v plném rozsahu.

Facebook je pak dominantně využíván k informování obyvatel o dění v obci a o kulturních akcích, které se v obci nebo okolí budou konat. K tomuto účelu Facebook využívá 78 % aktivních obcí, zatímco k turistické propagaci jen 4 % (a to navíc v kombinaci s informacemi o dění v obci). Propastný rozdíl je dán především uživatelským prostředím obou sociálních sítí a formou obsahu, který na nich může být sdílen. I na Facebooku figuruje množství pasivních účtů; řada z nich také funguje jen na principu sdílení informací, a to jak ze stránek obecního či městského úřadu, tak z jiných institucí, které mají s obcí nějaký společný jmenovatel. Stejně jako v případě Instagramu mohou i tyto „nepřímo aktivní“ stránky fungovat pro neveřejnou komunikaci.

Obrázek 7: *Tematická zaměření obsahu stránek na sociálních sítích západočeských obcí*



Zdroj dat: Facebook (2020), Instagram (2020), vlastní šetření

V úvodu byl stanoven předpoklad, že v obcích s vyšším indexem stáří bude menší pravděpodobnost aktivního účtu. Tabulka 1 dělí obce do kategorií dle indexu stáří; ukazuje se, že obce s vyšším indexem stáří mají nižší podíly aktivity, ale obce s nejnižšími hodnotami indexu stáří také. U Facebooku i Instagramu platí, že maximální podíly jsou ve střední kategorii a rozložení tak připomíná spíše Gaussovu křivku. To se však netýká indexů, které jsou zejména

v případě „nejstarší“ kategorie významně zkresleny malým počtem obcí. Účty obcí s vyšším indexem stáří jsou mladší, tyto obce se v průměru rozhodly později o jejich zřízení.

Tabulka 1: *Podíly aktivních obcí na Facebooku a Instagramu dle věkové struktury*

Index stáří (%) (k 1.1.2019)	POČET OBCÍ	PODÍL AKTIVNÍCH OBCÍ (FACEBOOK)	PODÍL AKTIVNÍCH OBCÍ (INSTAGRAM)	PRŮMĚRNÝ FB LIKE INDEX	PRŮMĚRNÝ IG INDEX	PRŮMĚRNÉ STÁŘÍ FACEBOOKOVÉ STRÁNKY (ROKY)
100,0 a méně	164	44,51	2,44	1,69	0,04	5,47
100,1 – 125,0	145	52,41	6,90	0,48	0,11	6,00
125,1 – 150,0	156	53,21	7,69	0,45	0,12	5,49
150,1 – 250,0	137	43,80	7,30	0,58	0,11	5,24
250,1 a více	32	15,63	6,25	1,31	0,71	4,60

Zdroj dat: ČSÚ (2020), Facebook (2020), Instagram (2020), vlastní šetření

Oproti tomu se (plně v případě Facebooku) potvrzuje předpoklad, že s populační velikostí obce bude přímo úměrná pravděpodobnost aktivity obce na sociálních sítích (viz tab. 2). Obce do 100 obyvatel mají zdaleka nejmenší podíl obcí aktivních na Facebooku, neplatí to však o Instagramu. U obou sociálních sítí nicméně vybočují skupiny nad 500 obyvatel s tím, že s populační velikostí se podíly aktivních obcí nadále zvyšují. Sledované indexy se s velikostí obce snižují. Důležité je zde však zohlednit účel stránky, neboť striktně turisticky zaměřené účty mohou dosahovat vyšších hodnot. Kromě anomálie u středně velkých obcí zjišťujeme vyšší stáří stránek u populačně větších obcí; ty se sociálními sítěmi začaly pracovat dříve.

Tabulka 2: *Podíly aktivních obcí na Facebooku a Instagramu dle velikostní struktury*

Velikostní skupina obcí (obyv.) (k 1.1.2019)	POČET OBCÍ	PODÍL AKTIVNÍCH OBCÍ (FACEBOOK)	PODÍL AKTIVNÍCH OBCÍ (INSTAGRAM)	PRŮMĚRNÝ FB LIKE INDEX	PRŮMĚRNÝ IG INDEX	PRŮMĚRNÉ STÁŘÍ FACEBOOKOVÉ STRÁNKY (ROKY)
100 a méně	59	16,95	3,39	6,99	0,73	5,10
101–250	178	31,46	1,69	0,97	0,28	5,26
251–500	152	44,74	1,97	0,80	0,20	4,98
501–1 000	110	49,09	6,36	0,44	0,12	5,98
1 001–5 000	107	76,64	11,21	0,30	0,08	5,28
5 001 a více	28	96,43	39,29	0,20	0,06	7,19

Zdroj dat: ČSÚ (2020), Facebook (2020), Instagram (2020), vlastní šetření

Závěr

Tento příspěvek mapuje využití sociálních sítí Facebook a Instagram místními samosprávami. Ačkoli se stanovené předpoklady všechny alespoň z části potvrdily, projevily se u nich další kauzality a mírné odlišnosti.

Podle jednoho ze stanovených předpokladů k šíření používání sociálních sítí obcemi dochází systematicky, od nejdůležitějších obcí po marginální. Jak bylo zjištěno, tak se hierarchické postavení obcí ve zprovoznění účtů na Facebooku a Instagramu zčásti odráží, ale svůj význam má i věková struktura obce, přičemž územní jednotky s vyšším indexem stáří se pro zřízení sociálních sítí rozhodly později. Podobně má vliv populační velikost; větší města začala s touto virtuální aktivitou dříve i díky možnostem úředního aparátu. Zároveň je prostorové šíření ovlivněno nesystematickými jevy, do kterých mohou zasahovat individuální mezilidské vazby (ať už osobní nebo profesní), aktivita a informační gramotnost jednotlivců v chodu úřadů a další nahodilosti.

Srovnali jsme využití sociálních sítí v obcích podle věkové struktury i velikostní kategorie. V případě dělení obcí dle věkové struktury se předpoklad vyšších podílů v obcích s menším indexem stáří nepotvrdil zcela. Obce s vyššími hodnotami indexu stáří tolik sociální sítě nevyužívají, stejně tak je tomu v případě obcí s nejnižšími indexy stáří. Předpoklad o rozložení uživatelů se naopak potvrzuje s dělením obcí podle velikostních kategorií; populačně menší obce zpravidla nemají kapacitu na efektivní správu sociálních sítí. Především ale nemají potřebu s takovými médii pracovat, pakliže není v jejich strategii rozvíjet cestovní ruch nebo lákat na kulturní akce širé okolí. Zato pro velká města mohou být sociální sítě výhodným prostředkem pro rychlé sdílení důležitých informací, a to jak z pohledu jednoduchosti používání, tak i ceny provozu, neboť provoz stránky na sociálních sítích nutně nepřináší přímé náklady.

Zjišťováno bylo také tematické zaměření jednotlivých stránek na Facebooku i Instagramu. Ačkoli předpokladem bylo, že primárním cílem je informovat občany o dění v obci a propagovat domácí kulturní akce, potvrdilo se to pouze v případě Facebooku, kde pro tyto účely stránku používá více než tři čtvrtiny obcí. Ukázal se však rozdílný charakter obou sociálních sítí, kdy Facebook jako univerzálnější nástroj slouží běžné informovanosti, Instagram díky prioritnímu sdílení kvalitního obrazového materiálu slouží spíše turistické propagaci. I tak Instagram k informování o dění v obci a kulturních akcích využívá čtvrtina aktivních obcí, což není nezanedbatelné.

Nakonec je třeba zdůraznit, že provoz sociálních sítí je dobrovolným krokem „navíc“, jak se mohou obce prezentovat a vylepšovat či jinak ovlivňovat svůj mediální obraz. Vhodným obsahem mohou přispívat ke spokojenosti občanů nebo turistů. Na druhou stranu si jen těžko lze představit, že dobře fungující propagace na sociálních sítích bude mít významný pozitivní vliv například na populační růst v obci. V relevantních oblastech však může být efektivním nástrojem z pohledu cestovního ruchu, jinde například pro šíření informací o kulturních akcích a v krizových situacích.

Použité zdroje:

BOZKURT, Hatice Hale. Halkla İlişkiler Uygulamacıları İçin Edirne İli Tanıtım Materyallari. *Sosyal Ve Beşeri Bilimler Dergisi Cilt*. 2013, **5**(2), 122–131. ISSN 1309-8012.

CLEAVE, Evan, ARKU, Godwin, SADLER, Richard a KYEREMEH, Emmanuel. Place marketing, place branding, and social media: Perspectives of municipal practitioners. *Growth and Change*. 2017, **48**(4), 1012–1033. ISSN 1468-2257.

ČSÚ. Veřejná databáze, Český statistický úřad, [online], 2020. [cit. 6. 3. 2020] Dostupné z: http://vdb.czso.cz

FACEBOOK. Facebook, [online], 2020. [cit. 28. 2. 2020 – 2. 3. 2020] Dostupné z: https://www.facebook.com

ERIKSSON, Mats, OLSSON, Eva-Karin. Facebook and Twitter in crisis communication: A comparative study of crisis communication professionals and citizens. *Journal of Contingencies and Crisis Management*. 2016, **24**(4), 198–208. ISSN 1468-5973.

GÜMÜŞ, Nyiazi. Usage of social media in city marketing: A research on 30 metropolitan municipalities in Turkey. *Emerging Markets Journal*. 2016, **6**(2), 29–37. ISSN 2158-8708.
INSTAGRAM. Instagram, [online], 2020. [cit. 28. 2. 2020 – 2. 3. 2020] Dostupné z: https://instagram.com

JEŽEK, Jiří. Městský marketing – koncepty, aplikace, kritická analýza. *Ekonomický časopis*. 2011, **59**(3), 243–258. ISSN 0013-3035.

MARCELINO MERCEDES, Georgina Victoria. Migración de los jóvenes españoles en redes sociales, de Tuenti a Facebook y de Facebook a Instagram. La segunda migración. *Icono.* 2015, **14**(13), 48–72. ISSN 1697-8293.

PHUA, Joe, JIN, Seunga Venus, KIM, Jihoon Jay. Uses and gratifications of social networking sites for bridging and bonding social capital: A comparison of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat. *Computers in Human Behavior*. 2017, **72**, 115–122. ISSN 0747-5632.

SANDOVAL-ALMAZAN, Rodrigo, CRUZ, David Valle a ARMAS Juan Carlos Nunez. *Social media in smart cities: An exploratory research in Mexican municipalities*. In: Misra, S. et al. (eds): 48th Hawaii International Conference on System Sciences. Kauai, HI, IEEE, 2015. ISBN 1530-1605.

SHELDON, Pavica, BRYANT, Katherine. Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*. 2016, **58**, 89–97. ISSN 0747-5632.

Vydavatel:
Civitas per Populi, o.p.s.
Střelecká 574/13
500 02 Hradec Králové
www.civitas-group.cz

Adresa redakce:
Civitas per Populi, o.p.s., Střelecká 574/13, 500 02 Hradec Králové
redakce: Iveta Šilhánková
ISSN 1805-3246