

PROGRAM PÉČE O PROSTŘEDÍ MĚSTA A OBCE NA VOLEBNÍ ČTYŘI ROKY

Ve většině obcí a měst u nás se již po letošních komunálních volbách ustavily vládní koalice. Většinou mají společné programové prohlášení. To se přirozeně týká oblastí a témat, kterým se chtějí nadcházející čtyři roky věnovat. Pochopitelně nejde jen o sociální a ekonomická témata (bydlení, sociální politika, podpora podnikání,...), ale i o veřejné stavby.

Více jak pět let se věnuji právě tomu, jak by mohla malá a střední města o své prostředí pečovat a zvelebovat ho. Vždyť všichni z nás chtějí strávit svůj život v příjemném a kvalitním prostředí, na které můžeme být pyšní i před návštěvníky našeho města nebo obce.

Za čtyři roky volebního období se dá zvládnout jen omezené množství plánů a projektů. Tím spíše je vhodné si celé volební období dobře rozvrhnout, aby na jeho konci bylo o něco příjemnější prostředí a pocit politiků i občanů, že se jejich město, městys, obec nebo i městská část zlepšuje.

Následující text je doporučením, jak si takové rozvržení na čtyři roky volebního období právě z pohledu péče o kulturní prostředí připravit.

Ing. arch. Petr Lešek, lesekpetr@seznam.cz

Čtyři roky jsou ve stavebnictví krátká doba. Ani současný stav obtížného projednávání stavebních záměrů s dotčenými orgány státní správy rychlosti nepřispívá. I proto je důležitá dobrá příprava akcí a jejich průběžné prezentování a hledání konsenzu. Samotná stavba přitom díky současným technologiím a organizaci stavebních firem není tolik časově náročná. Podle velikosti a typu bývá doba výstavby od půl roku do dvou let. Obtížně odhadnutelným faktorem je vytíženost stavebních firem. Vzhledem k náročnému projednávání stavebních záměrů může být časově náročné zpracování projektu. O to více je důležitá spolupráce se stavebním úřadem a rozvržení postupu projednávání. Na projekt je tak potřeba opět půl roku až dva, dle způsobu projednání. Při průměrné délce stavby rok a půl a průměrné délce projektu opět rok a půl je tak možné první rok volebního období věnovat důkladnému rozmyšlení, prodiskutování a přípravě veřejných staveb. Mimo samotných staveb jsou pro výsledné kvalitní prostředí důležité **strategie a vize města, městyse či obce**. Ty umožňují **kontinuitu vedení obce**. Strategie ale musí být intenzivně prodiskutovány, aby na nich byla **společná shoda**, o kterou se opře jejich **dlouhodobost**. [Doporučuji proto postupovat od obecnějšího ke konkrétnímu](#).

[První rok](#) je vhodné věnovat zhodnocení celkové vize města či obce, která bývá obsažená ve **strategickém plánu**. Porovnat přijatou koaliční smlouvu nebo program nového vedení města se Strategickým plánem. Zároveň nad aktualizací Strategického plánu zahájit **průběžnou komunikaci s občany**. Města a obce se učí své záměry s občany diskutovat, nicméně většinou jen od akce k akci. Vhodnější je nastavit kontinuální a zároveň efektivní komunikaci s občany. Podle velikosti obce se tomu může věnovat buď politik, nebo zaměstnanec. Tiskové či PR odbory a osoby by neměly jen vytvářet obraz obce k vnějšímu světu, ale zaměřit se i na komunikaci se svými občany. Kromě elektronických nástrojů bude vždy nenahraditelný i osobní kontakt. Právě u nejširší vize obce – Strategickém plánu – je komunikace nejnáročnější, ale její dobré zvládnutí předejde většině pozdějších konfliktů. Tato komunikace by měla trvat celé volební období. Stát se standardem vedení obce. Jedním z nástrojů komunikace by měla být i **komise rozvoje či výstavby**, která umožní zapojení místní odborné veřejnosti. Důležité je, aby práce této komise koordinovala téma péče o kulturní prostředí i v jiných komisích města např. v komisi dopravy a životního

prostředí. Je též vhodné zavést participativní rozpočet. Dobré je také aktivizovat občany soutěžemi typu nejkrásnější květinová výzdoba.

Kromě Strategického plánu by se mělo nové vedení seznámit se stavem **územního plánování** v obci. Nejedná se jen o územní plán, ale i o návrhy na podrobnější řešení území, jako je územní studie a regulační plán. Jejich zpracování zjednoduší následné projekty a lépe se nad nimi dá dojít ke shodě. Z programu nového vedení, komunikace s občany a aktualizace strategického plánu vzejdou i **jednotlivá témata** pro péči o prostředí města. Nemělo by se jednat jen o konkrétní veřejné stavby budov či prostranství, ale i o určitá témata či území (řeka ve městě, brownfieldy, regenerace sídlišť, parkování a doprava, vodní režim...). Jejich důležitost vyplyne právě z debaty. Tím se určí i způsob řešení a harmonogram. Každé téma má mít svého politického garanta a odborného garanta, případně komisi. Zvolení témat a řešení po veřejné debatě zásadně usnadní jejich následné přijetí a zjednoduší i realizaci. Stejně jako nová témata je ale důležité zhodnocení již zpracovaných témat, nebo témat v rozpracovanosti. Kvalitně připravené věci by měly být využity.

S nastavením ve strategickém plánu souvisí i **péče o městský/obecní majetek**. Mělo by vzniknout – nebo se aktualizovat – zhodnocení stavu a strategie nakládání s ním. Které pozemky či stavby je vhodné pronajmout či prodat, které naopak koupit a z jakého důvodu. Strategie by měla být vizualizována v mapě kvůli srozumitelnosti. Nevyužívané pozemky a budovy by měly být nabídnuty k dlouhodobému i krátkodobému pronájmu, přičemž by měli být preferováni pronajímatelé, kteří přispívají ke kvalitnějšímu prostředí a životu města. Součástí péče je i zpětná vazba z užívání veřejně vlastněných budov a prostorů a optimalizace provozních nákladů. Je možné využít téma Smart City, ale obezřetně a smysluplně.

Koordinátorem péče o obecní majetek a celého tématu péče o prostředí města/obce by měl být **městský/obecní architekt**. Pokud ho město/obec má, je potřeba ho do debat a strategií zapojit jako hlavního koordinátora a iniciátora. Pokud ve městě/obci není, je vhodné jej ustavit pomocí výběrového řízení ve spolupráci s Českou komorou architektů a výběru na základě kvalitativních kritérií. Forma spolupráce bude zvolena dle možností a obtížnosti správy města/obce. Může to být interní zaměstnanec na plný úvazek nebo externí konzultant v rozsahu dle reálných potřeb města/obce. Doporučuji jej vybrat na pět let s možností prodloužení na dalších pět. Jeho angažmá bude trvat déle než volební období; zároveň mu však nebude hrozit ztráta energie a iniciativnosti.

S městským architektem souvisí nejen komunikace s veřejností, ale i **vzdělávání veřejnosti** v tématu péče o kulturní prostředí, a to zejména u dětí a mládeže. Součástí výchovy k občanství by měla být výchova k zájmu o prostředí, ve kterém děti žijí, a získání pocitu spoluodpovědnosti za něj. V ČR je pro vzdělávání dětí dost podkladových materiálů a městský architekt by je měl ve „svém“ městě/obci iniciovat a organizovat. Městský architekt by se měl orientovat v **dotáčnických výzvách**, které se týkají zvelebování prostředí města/obce. Tedy nejen dotace na konkrétní typy budov či prostor, ale i na osvětlu a pořádání architektonických soutěží. Usilování o dotace by mělo být koncepční v návaznosti na aktualizovaný strategický plán. Město/obec by nemělo realizovat projekty jen proto, že jsou na ně dotace, ale proto, že je potřebuje. Naopak má mít připraveny projekty řešící skutečné potřeby města/obce, aby byly rychle a úspěšně do dotačních výzev podány.

Po intenzivním prvním roce by město/obec mělo **ve druhém roce** pokročit k realizování zvolených akcí. Klíčovým bude **výběr zpracovatelů** projektů jak strategických (územní studie, generely), tak konkrétních. U obou je vhodné vybírat podle kombinace kvality a kvantity, optimálně tak, že se již v soutěži předkládají návrhy budoucích projektů. To lze dosáhnout v architektonických soutěžích administrovaných jako zakázky malého rozsahu, soutěže o návrh (otevřené nebo užší), či soutěžní dialog. S organizací těchto

soutěží pomůže, případně je zorganizuje městský/obecní architekt. Zadání soutěží vzejde z kontinuální komunikace s občany. Díky tomu se bude soutěžit to, na čem je obecná shoda, a usnadní se následné přijetí. Ve druhém roce by tak mohly být zahájeny projekční práce.

V kontinuální komunikaci a s městským/obecním architektem pak mohou být řešena další strategičtější témata, na něž se v prvním roce nedostalo. U měst turisticky málo nebo příliš atraktivních to bude **strategie turismu** a jeho podpora nebo tlumení. Město/obec má být totiž především pro svoje občany a turismus má být občerstvením pro obyvatele, nikoliv je z města vytlačovat. Dalším strategickým tématem je **regulace reklamy**. Zejména města jsou přeplněna nekvalitní a agresivní reklamou, která snižuje kvalitu prostředí a ve výsledku ani neprospívá inzerentovi. Některá města již regulaci reklamy na svém území přijala.

Samostatným tématem jsou **výtvarné intervence**. Je vhodné nehovořit o výtvarných dílech nebo plastikách, neboť výtvarné umění se za posledních sto let rozšířilo i mimo tradiční žánry. V západní Evropě a USA je již 50 let běžné u veřejných akcí část investice vyhradit pro výtvarné intervence. U nás se soudobé výtvarné umění ve veřejných budovách a prostorech až na výjimky neuplatňuje a staré se odstraňuje. Není divu, že se tak snižuje kulturní povědomí, ale i sounáležitost občanů s městy a obcemi. Výtvarné intervence mají nezastupitelnou symbolickou úlohu společenství a zároveň zpříjemňují prostředí. Jejich realizace je násobně rychlejší než u staveb a úprav veřejných ploch. Je tak možné se jejich přípravě věnovat po celé volební období. Komunikace a participace je u nich velmi potřebná, právě pro jejich symbolickou hodnotu.

[Ve třetím roce](#) volebního období by měly být ukončovány projekty veřejných staveb a soutěžení jejich zhotovitelé. Jako u výběrů zpracovatelů projektů je i u výběrů stavitelů zásadní používat nejen **kritérium** nabídkové ceny při výběru, ale zejména **kvality**, například posuzováním referenčních projektů a požadavky na kvalitu týmu.

[Čtvrtý rok](#) by se měly stavby realizovat. Ke zdárné realizaci je potřeba dozor autora projektu a kvalitní technický dozor investora, který kontroluje technickou kvalitu provedení. Tato kontrola bdí nad vybudováním toho, co bylo zadáno, a díky kontrole kvality i nad cenou a trvanlivostí výsledného díla.

Z uvedeného výčtu je zřejmé, že pro zlepšení kvality prostředí měst a obcí je zcela zásadní úvod volebního období, kdy je šance pečlivě a společně s veřejností naplánovat, co a kdy je potřeba realizovat. Uvedený postup je vhodné zpestřit i **drobnějšími akcemi**, které mohou být realizovány dříve než na konci čtyřletého období. Není dobré pouze čekat na velké události a stavby, ale je potřeba je doplnit i drobnými rychlými úpravami byť jen administrativního charakteru, které zlepšují příjemnost prostředí měst. V ideálním případě, kdy se rozvoj obce/města nemusí omezovat na jedno volební období, je důležité **pokračovat v akcích** připravených z předchozího období. Dobře připravené věci by rozhodně neměly zapadnout. Nedílnou součástí péče o svěřené město/obec je též sledování, jak si vedou obdobná města a obce u nás a v zahraničí, využívání jejich zkušeností a **sdílení** svých. Dobrým nástrojem k tomu mohou být partnerská města nebo sdružení obcí. Iniciátorem by měl být městský/obecní architekt.

Ing. arch. Petr Lešek / Partner architektonického ateliéru Projektil architekti. Spoluautor řady veřejných staveb a prostorů – Národní technická knihovna v Praze, Centrum ekologických aktivit Sluňákův u Olomouce, Nábřeží Maxipsa Fíka v Kadani, revitalizace Klášterních zahrad v Chrudimi. Zabývá se návrhy a realizacemi od malého měřítká interiéru, přes stavby a veřejné prostory po územní plány. V České komoře architektů se dlouhodobě věnuje tématům architektonických soutěží a zadávání veřejných zakázek.