

PROMĚNY VIZUALITY MĚSTSKÉHO PROSTORU¹⁾

Jan Sedlák

Dlouho opomíjená problematika veřejného prostoru se postupem posledních dvaceti let dostala do popředí zájmu, emancipovala se a stala se dokonce i součástí veřejné diskuse, namnoze bylo pro kvalitu prostředí mnohé vykonáno. Přesto nyní prožívá veřejný prostor určitou krizi, prodělává jakousi zkoušku dospělosti, jejíž povaha v sobě nese některé znepokojivé rysy.

Většina z nás poznala pocit, jež zažíváme při pohledu na staré fotografie městských scénérií v porovnání s pocity, kdy hledíme na stejné místo dnes. V těch pocitech se snoubí dojem poklidu a určité vážnosti, či dokonce závažnosti světa minulých dob s dojmem současným, kde převládá napětí, neklid a neurčitý chaos. Při tom zažíváme pocit, jako kdybychom hleděli na zcela jiné město.

Krátká úvaha odrážející motto konference samozřejmě nemůže postihnout širší možného náhledu na naše městské prostředí, a proto se zde dotkneme jen jedné jeho součásti. Vztahu toho, co znamená pro námi vnímanou kvalitu prostředí města jeho stabilní a dočasná složka, tedy především jeho stavby, architektura a každodenní projev životních aktivit probíhajících v jeho veřejném prostoru. Nazvěme je dočasnou nebo efeménní složkou vizuality. Důvodem takové úvahy jsou současné znepokojující estetické projevy v centru Prahy. Vizualní stav centra města je čím dál více obrazem nepořádku, nevkusné úpravy obchodů s pochybným zbožím, „atrakcí“, které bychom očekávali v jiných světadílech, přebujelá a nevkusné reklamy zakrývající tu pravou, původní podobu města. A co je horší, je v něm patrný i nezájem jeho uživatelů, nás, o jeho kultivaci. Tyto negativní proměny jaksi pasivně přijímáme. Příčin tohoto stavu je jistě více, nežli lze v rychlosti pojmenovat.

Abychom si uvědomili zneklidňující význam tohoto stavu a možná navázali na někde přerušovaný vývoj, připomeňme si, z čeho se naše vizuální představa města skládá. Jak uvedeno, veřejný prostor města je možno z hlediska vje-

mu členit na část trvalou – dlouhodobě prakticky neměnnou, která nás v podobě staveb coby vizuálních konstant provází celý náš život, a část krátkodobou, která je také našim trvalým, avšak každým okamžikem se měnícím průvodcem. Trvalé složky jsou nám oporou v běhu času a jejich stabilita nás propojuje s generacemi našich předků, jsou žitou historií přesahující naše životy. Na druhé straně stojí složka dočasná, efeménní, průběžně spoluvytvářející podobu místa. Zde má každý z nás zakotvenou vlastní současnost své životní prožitky a zvyky. Její atributy se proměňují natolik rychle, že je jakýmsi kalendářem nebo deníkem, k němuž se můžeme referovat, chceme-li určit nějaké období našich životů. Takovou součástí vizuality je vystavované zboží nebo například podoba dopravních prostředků, ale také lidé, jejich chování, oblečení. Úvaha o starých fotografiích ukazuje, že role tohoto efeménního světa je mnohem podstatnější, nežli se může zdát.

Obě součásti se však v naší mysli prolínají v každém jednotlivém okamžiku a vytvářejí tak časově nesourodou, avšak městu zcela vlastní scénu. Ta je, ač si to vždy plně neuvědomujeme, fascinující právě kontrastem „věčného“ a pomíjivého. V jednom jediném okamžiku, pohledu, který jako zářez do plynoucího času zachycujeme ve zlomku vteřiny svým pohledem nebo fotografií.

Proto, aby bylo možné lépe pochopit zmíněné znepokojivé změny, vraťme se na malou chvíli do minulosti, do takzvaných „zlatých dob města“, kdy byl veřejný prostor významným nositelem a spoluvůrcem společenského života. Většina z nás v sobě nosí archetyp města v podobě výstavných ulic, domovních bloků, obchodů, pasáží apod., v němž je městský prostor dynamickým místem kypícího městského života, místem reprezentace a prestiže, ale také umělecké inspirace i adorace, místem společenského života.



Formální elegance velkoměsta, Edgar Degas, Place de la Concorde, Paříž 1875

1) Text zazněl jako příspěvek ke konferenci Společnosti Petra Parléře s názvem O kráse a rozpadlosti měst konané v říjnu roku 2012 v prostorách Magistrátu hlavního města Prahy. K této konferenci se na stránkách časopisu budeme vracet (pozn. red.).

Přes určitou formálnost, možná i pokryteckost přebujelých dekorativních projevů i života probíhajícího podle upjatých společenských konvencí, nutno konci devatenáctého století, o němž zde je řeč, přiznat vnější řád, jasně deklarované měřítko hodnot společnosti a ve svém důsledku i kultivační efekt. Poválečné, resp. meziválečné období v tomto utváření prostředí pokračovalo a přineslo novou kvalitu moderně a elegantně koncipovaných prostorů, ale i určité uvolnění do té doby tradičního pojmání veřejného prostoru. Efekt nové jednoduchosti a účelnosti byl umocněn kontrastem s odcházející přebujelostí „belle époque“. Mnoho domů široce prolomilo parter do poloveřejných prostor, velkoryse prosklených obchodů kaváren, automatů a restaurací. Parter ulic, který nestačil pokrýt dynamiku obchodní sítě, se dále rozšířil o obchodní pasáže v podobě zastřešených ulic pronikajících do nitra domovních bloků a budov. Transparence dřívě neprostupných stěn propojila vnitřek s vnějškem. Prolínání nastupující estetiky modernosti s tradicí vytvořilo velmi svěží, vizuálně bohaté městské scenerie, které do tvořily podobu velkoměsta. Při těchto proměnách vznikaly prostory vysoké architektonické kvality (vzpomeňme např. prostředí pražských pasáží Fenix, Světozor, Broadway – Sevastopol, Černá růže). Souběžně nastupující nové pojmání urbánní struktury města, výrazová strohost založená na nově viděné účelnosti, vznikající



Zdroj: http://cs.wikipedia.org/wiki/New_York#/media

Dobová fotografie dynamiky života moderního velkoměsta, Mulberry Street, New York, kolem roku 1900

na okraji měst, však začala měnit tradiční principy života města. Proměny chápání veřejného prostoru v rámci nových obytných souborů bez tradičně pojatých ulic a náměstí měly vliv i na pojmání prostoru v samém centru města, stejně jako na chování městských lidí ve veřejném prostoru obecně. Ulice byla ve vizích i realitě nových měst zavržena a stala se dominantně prostorem (dopravní) komunikace. Postupující proměnou životního stylu nastává určité oslabení primárně společenského a reprezentativního pojetí veřejného prostoru směrem k pojmání více utilitárnímu, více konzumní, komerční povahy. Významnou roli pro vizualitu veřejného prostoru města sehrála také proměna estetiky domovních průčelí. Přestože reklama ve veřejném prostoru existovala již od 19. století (tehdy však spíše vyplňovala hluchá místa, domovní štíty a slepé zdi), nově chápaná estetika byla příležitostí pro nastupující roli „publicity“, reklamy v moderním světě. Nové, více grafické pojetí dekorativnosti se stává součástí vlastní architektury (připomeňme např. domy Baťa nebo Ju-

liš na Václavském náměstí). Firemní označení a reklama v podobě obrazů zboží vstupují do estetiky města a stávají se čím dál významnější složkou jeho proměnlivé vizuality.

V našich poválečných poměrech se objektivní potřeba této formy inzerce vytratila, právě tak jako se změnil způsob městského života oslabený o část své přirozené spontaneity. Přesto, nebo právě proto, existovala jakási vnitřní potřeba oživení prostředí. Vzpomeňme poválečné období s jeho celosvětovým okouzlením neony. V naší netržní společnosti byly chápány spíše jako estetické doplňky dotvářející kulisu nočního města. Dělo se tak často i na dobré estetické úrovni proloupující meziválečnou tradici (např. „kinetický“ neon na Domě módy na Václavském náměstí). Někdy byla hledána i jakási náhrada tržních motivací v podobě „osvětových“ reklam typu „pijte mléko“ nebo politické propagandy. Oč méně reklama vstupovala do interiéru měst v tomto období, o to rychleji vtrhla na scénu po roce 1989. Patrně jakási ztráta imunity způsobila, že se jí naše společnost nezačala výrazněji bránit, ba spíše naopak. Do strnulosti a šedi pozdně socialistických měst přinesla proměnlivost, vizuální oživení a nakrátko i určité okouzlení připomínkou dosud zapovězeného barevného konzumního světa.

Zdroj: http://cs.wikipedia.org/wiki/Gustave_Caillebotte#/media



Gustav Caillebotte, Pařížská ulice v dešti, 1877



„Protostadium“ reklamy ve městech konce 19. století využívající zbytných ploch

Složku, kterou jsme nazvali dočasnou, však netvoří jen vnější podoba. Problém patrný právě v kontextu dnešního pražského centra je hlubší a také obecnější povahy. Po období určitého opuštění a umrtvení veřejného prostoru, které bylo dáno zmíněnými společenskými poměry před rokem 1989, nastalo prudké oživení, návrat ke komerčně pojatému parteru města a původnímu využívání do té doby prázdných prostor. Postupující transformace obchodní sítě však poměrně rychle překonala stadium tohoto návratu a její další vývoj vyvolává nové změny ve fungování města. Koncentrace do velkých obchodních center se „svým vlastním veřejným prostorem“ oslabuje poptávku po využití drobných provozoven v ulicích města. Pozorujeme jakýsi „zpětný chod“, množící se nevyužívané obchodní prostory i na místech nejvyšší atraktivity, některé obchodní pasáže opět pustnou a stávají se nebezpečnými místy města, četná opravená a vyčištěná průčelí domů opět chřadnou. Také hygienický stav ulic je místy nepochopitelný. A tak vedle (doslovně) zářících nových center nalézáme místa neuvěřitelného úpadku. Něco není v pořádku. Měnící se vizualita mění i chování lidí a jejich zvyky.

Do prostoru vstupuje neorganičnost a bizarní obrazy „ideálního“ světa, které nám předkládá globalizovaná reklama zakrývající namnoze původní tvář

města, kulturu průčelí domů, kamenné nebo štukové dekory. Sochařské výzdoby jsou překryty bigboardy z plastu a lidé žijící za nimi se příliš nebrání na svět dívat přes ně. Místy absurdní měřítko reklamních obrazů vytváří surreálné scenerie. Reklamy s postavami ve velikosti celých domů inzerují své banální produkty i v panoramatu města na vzdálenosti kilometrů. Staví se do řady s monumenty historie. V detailu, na druhé straně, tam, kde naše oko bylo zvyklé vidět pestrost jednotlivých předmětů ve výkladních skříních, dnes nalézá opak bývalého stavu, výkladce stále častěji zaslepené kolotočově barevnými foliemi. Pocit z cest Gullive-

Bylo by možné dlouho pokračovat ve výčtu prohrěšků proti městu, městskosti.

Pražským centrem projde každý den téměř třetina obyvatel města, tráví zde kratší nebo delší čas. Vědomě či nevědomě jsme účastní městské scény, kterou podprahově vnímáme i spolu-vytváříme, aniž si možná uvědomujeme, jak je významnou součástí prožitku města. Scénu z části sice efeménní, viděno z pohledu trvání města jako takového, ale za to nenápadně poškozující. Město nás takto možná již nekultivuje, ale kazíme si vkus v něm. Ale kde jinde by mělo docházet k třibení vkusu, ne-li ve veřejném prostoru?



Národní třída, Praha, detail

rových mezi obry umocňují enormně zvětšené obrazy šperků a parfémů, ale i koleček salámu, okurek, které deformují proporce prostředí skutečného světa. Zdá se, že výlohy ztrácejí původní význam v „představení“ výrobků, řekli bychom v „3D“, a staly se z nich billboardy, které je selektivně „reklamují“ ve „2D“. Zvětšování měřítek, nejen obchodů na mega-obchody a jejich reklam na mega-reklamy, podobně jako v urbanistické rovině vlastních domů na celé domovní bloky, město de facto zmenšují. Tak, jak se měřítko prvků města před očima zvětšuje, tak je v mnohosti znaků, která není totožná s pestrostí, ubývá. Narůstání měřítka a určitá nivelizace jej činí zážitkově chudším a prázdnějším.



Národní třída, Praha

Je-li centrum, v antropomorfní metafoře města, jeho srdcem, pak jeho onemocnění zasahuje celou bytost. Domnívám se, že zde určitý typ nemoci tolerujeme, aniž domýšlíme souvislosti s jinými problémy společnosti. Kultura městského života a jeho estetická hodnota upadá tempem, které je znepokojivé. Přirozená lidská vlastnost, jíž je přivýkání, smiřování, postupně mění naše estetické kódy.

Pro správné porozumění krátké úvaze je potřebné dodat, že spontánní projevy dynamiky veřejného prostoru jsou, jak doufám vyplývá z výše uvedeného, nedílnou součástí vizuality města, avšak jejich míra a kvalita hrají zásadní roli. Ani jedno, ani druhé jsme však neobhájili. Klíma, v němž je regulace spíše odmítána, povolilo stavidla nekorigovanému a často nekultivovanému přístupu. Výsledkem je současný stav, který svědčí o naší (ne) kultuře i určité laxnosti.

P. S. Pokud v sobě nalezneme ztrácející se vědomí toho, čím evropské město vždy bylo, jakému vývoji bychom měli být zavázáni a nenecháme si líbit jeho zcizení, mohla by být našťěstí alespoň ta vnější náprava poměrně snadná i levná. Může jí být koncepce a následná kontrola kvality projevů veřejného prostoru. Zkušenosti z jiných měst potvrzují, že to možné je. Ani my nejsme na začátku řešení. Postupy, metodiky, které mohou takové koncepci napomoci, existují, aniž bychom je používali,



Foto © Jan Sedlák

Pasáž Divadla komedie, Praha



Foto © Jan Sedlák

Dejvice, Praha

či dokonce o nich věděli. Ze všeho nejpodstatnější je však naše vnitřní přesvědčení o jejich potřebnosti založené na kulturním vědomí toho, co městský život (ne)znamená. Naší povzbuzující každodenní zkušeností může pak opět

být například estetika vložená našimi předky do průčelí domů, ale i zboží, které nás obklopuje ve výkladních skříních. Radost z města.

*Ing. arch. Jan Sedlák
Fakulta architektury ČVUT*

ENGLISH ABSTRACT

Metamorphosis in the spectacle of urban space, by Jan Sedlák

Long-neglected problems of public space have gained attention in the last twenty years, becoming emancipated and a subject of public discussion. A lot of measures have been taken in order to improve the quality of urban environments. In spite of this, public space is today undergoing a certain crisis, showing symptoms of adolescence and related worrying features.