



TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI
Fakulta přírodovědně-humanitní
a pedagogická



GENIUS LOCI LIBERCE

Bakalářská práce

Studijní program: B1301 – Geografie
Studijní obor: 1301R022 – Aplikovaná geografie
Autor práce: **Michaela Gromovská**
Vedoucí práce: RNDr. František Murgaš, Ph.D.



TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI
Fakulta přírodovědně-humanitní a pedagogická
Akademický rok: 2012/2013

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Michaela Gromovská**
Osobní číslo: **P12001050**
Studijní program: **B1301 Geografie**
Studijní obor: **Aplikovaná geografie**
Název tématu: **Genius loci Liberce**
Zadávající katedra: **Katedra geografie**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

1. Rešerše odborné literatury
2. Objasnění pojmů genius loci, místo, image místa
3. Informace o městě Liberec, prezentace města, zajímavé lokality, významné osobnosti
4. Empirický výzkum v podobě dotazníkového šetření zaměřený na vnímání genia loci místními obyvateli
5. Analýza výsledků

Rozsah grafických prací: dle potřeby
Rozsah pracovní zprávy: cca 40 stran
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná
Seznam odborné literatury:

1. CÍLEK, Václav. Prohlédni si tu zemi. Praha: Dokořán, 2012. ISBN 978-80-7363-419-3.
2. KARPAŠ, Roman a kol. Kniha o Liberci. Liberec: Dialog, 1996. 664 s. ISBN 80-86761-13-4.
3. NORBERG-SCHULZ, Christian. Genius loci: krajina, místo, architektura. 2. vyd. Praha: Dokořán, 2010. 219 s. ISBN 978-80-7363-303-5.
4. VENCÁLEK, Jaroslav. Genius loci. Geografické rozhledy. 2008/2009,, ročn. 18, č. 4, s. 4-5. ISSN 1210-3004.
5. VERNON Lee. Genius loci: notes on place. Harvard University, 1907.

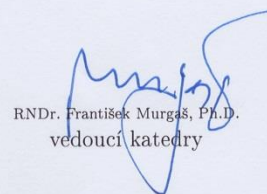
Vedoucí bakalářské práce: RNDr. František Murgaš, Ph.D.
Katedra geografie

Datum zadání bakalářské práce: 27. června 2013
Termín odevzdání bakalářské práce: 25. dubna 2014



doc. RNDr. Miroslav Brzezina, CSc.
děkan

L.S.



RNDr. František Murgaš, Ph.D.
vedoucí katedry

dne 24/2/14

Prohlášení

Byla jsem seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé bakalářské práce a konzultantem.

Současně čestně prohlašuji, že tištěná verze práce se shoduje s elektronickou verzí, vloženou do IS STAG.

Datum:

Podpis:

Poděkování

Touto cestou bych ráda poděkovala RNDr. Františkovi Murgašovi, Ph.D., za cenné rady, věcné připomínky a vstřícnost při konzultacích a vypracování této bakalářské práce.

Název bakalářské práce: Genius loci Liberce

Jméno a příjmení autora: Michaela Gromovská

Akademický rok odevzdání diplomové práce: 2013/2014

Vedoucí diplomové práce: RNDr. František Murgaš, Ph.D.

Anotace

Bakalářská práce na téma Genius loci Liberce se zabývá městem Liberec, jakým je a jakým by měl být. Teoretická část práce vymezuje základní pojmy, co je to genius loci a image místa. V další části práce je pozornost věnována charakteristikám města Liberec, jeho zajímavostem a významným osobnostem.

Empirická část práce je věnována dotazníkovému šetření, které je zaměřené na vnímání charakteristik města a jeho atmosféry lidmi, kteří v něm žijí nebo ho navštěvují. Pro naplnění cílů byli osloveni lidé různých věkových kategorií. Na základě vyhodnocených výsledků výzkumu jsou navržena doporučení pro státní správu.

Klíčová slova: Genius loci, Liberec, místo, image, marketing, atmosféra

The title of the Bachelor thesis: Genius loci Liberce

Author's name and surname: Michaela Gromovská

The academic year of Bachelor thesis' consignment: 2013/2014

Thesis supervisor: RNDr. František Murgaš, Ph.D.

Annotation

Bachelor thesis Genius loci of Liberec is about Liberec city. The thesis is about what the city is and how it should be. The theoretical part of the paper defines the basic concepts of what a genius loci and image of space. In the next section, attention is paid to the characteristics of the city of Liberec, its attractions and important personalities.

The empirical part of the paper is devoted to the questionnaire survey, which focused on the perception of the characteristics of the city and its atmosphere, the people who live and visit the Liberec city. To fulfill the objectives were approached by people of different ages. Based on the evaluated results of the research are suggested recommendations for the government.

Keywords: Genius loci, Liberec, place, image, marketing, atmosphere

Obsah

Úvod.....	10
1. Genius loci.....	11
1.1. Genius loci dle Christiana Norberga-Schulze	11
2. Místo.....	13
3. Image	14
3.1. Image místa	14
3.2. Městský marketing	15
3.3. Typologie měst.....	16
3.4. Marketingové prostředí obce.....	17
3.5. Tržní postavení.....	18
3.6. Propagace a reklama města	18
4. Image Liberce a jeho genius loci.....	19
4.1. Zachycení genia loci pomocí fotografie.....	19
4.2. Základní charakteristika města Liberec	20
4.3. Prezentace Liberce	21
4.4. Postavení Liberce vůči ostatním městům.....	22
4.5. Liberec-město několika tváří.....	22
4.6. Liberec – město sportu	23
4.7. Liberec – město kultury	23
4.8. Liberec – město nákupních center.....	24
4.9. Liberec – město architektury.....	26
4.9.1. Ještěd versus Ještěd.....	27
4.10. Liberec – město soch	28
4.11. Významné osobnosti	29
5. Genius loci Liberce.....	31
6. Hypotézy.....	31
7. Metodologie.....	31
8. Charakteristika výzkumného vzorku	32
9. Výsledky a interpretace výzkumu	32
10. Shrnutí výsledků empirické části	48
9.1. Shrnutí výsledků výzkumu.....	48

9.2. Diskuze.....	49
9.3. Doporučení.....	51
Závěr	52
Seznam použitých informačních zdrojů	54
Seznam příloh	56

Úvod

„Mají města duši? Města mají duši a duchy, a my lidé v nich žijeme, aniž bychom si to uvědomovali. A přitom duši měst vnímáme a jsme s ní v neustálém kontaktu, ona k nám promlouvá a my ji spoluutváříme. My lidé ve městech žijeme, dýcháme s nimi, a města žijí v nás a dýchají skrze nás. Má-li být naše soužití, naše symbióza vůbec možná, měli bychom městům věnovat pozornost, nejen jejich tělu, ale i duši a duchu“ (Hradil, R., 2010, s. 9).

A co je to ta duše města? Je to něco co dané město vyzařuje, je to jeho atmosféra. Města jsou tvořena především jeho obyvateli a ti mu dávají duši, to jak se k němu a v něm chovají, utváří jeho atmosféru, jež pak vyzařuje.

V současné době je užívání termínu *genius loci* velmi oblíbené. V mnoha případech je tento termín využíván v souvislosti s propagací lokalit. Co si pod ním ale vlastně představit?

V bakalářské práci na téma *Genius loci* Liberce je stanoveno několik cílů. Hlavním cílem práce je především zjistit jak město Liberec vnímají samotní obyvatelé, kdo a jakým způsobem ovlivňuje jeho atmosféru.

Teoretická část se bude v první řadě věnovat objasnění pojmu *genius loci* pomocí dostupné domácí a zahraniční literatury a vysvětlení pojmů s daným tématem souvisejících. Druhá část teoretické části se zabývá městem Liberec. Stručně je popsána jeho základní charakteristika. Následně jsou jednotlivé podkapitoly věnovány různým oblastem, jež utvářejí image města Liberec, lokalitám, které vyzařují onoho *genia loci* a významným osobnostem, jenž se na vývoji města a utváření charakteristické atmosféry podílely.

Empirická část bude věnována výzkumu *genia loci* v Liberci. Úkolem je zjistit v jakých lokalitách lidé vnímají jeho přítomnost, co je pro město Liberec charakteristické a to, jak se tyto jevy vyvíjejí a kdo je spoluutváří. Dále bude popsán celý průběh empirického výzkumu, od volby metody až po jeho závěrečná shrnutí. Výsledky budou prezentovány prostřednictvím grafů a komentářů k jednotlivým otázkám dotazníkového šetření.

1. Genius loci

„*Genius loci*” pochází z latiny a v doslovném překladu znamená duch místa. Svého genia může mít v podstatě cokoli. Ať se jedná o určité místo, oblast, stát nebo město, ale také například věc nebo historické období. My se budeme bavit především o geniu loci místa, můžeme tedy říci, že *genius loci* je duše místa. Jedna z definic *Genia loci* zní: „jedná se o soubor charakteristických vlastností a významů, které jsou charakteristické pro dané místo a které zcela neopakovatelným způsobem propojují lidské artefakty s přírodním prostředím“ (Vencálek, 2004). *Genius loci* je něco podobného, ale ještě méně uchopitelného než je krajinný ráz. Je to dojem, který v nás dané místo zanechá a kvůli kterému se vracíme.

Dle autora významného díla o *genius loci* Christiana Norberga-Schulze pochází pojem *genius loci* z antiky, kdy označoval ducha každé nezávislé bytosti. Ducha, který dává lidem a místům život a doprovází je od narození až po smrt. *Genius loci* byl často zobrazován v podobě hada. Tento duch určuje charakter a povahu lidí a míst a poukazuje na to, čím jsou, nebo by chtěli být. Lidé v antice uznávali, aby v dobrém vycházeli s geniem lokality, v níž žijí. Žít v souladu s přírodou znamenalo v minulosti přežít. Jako příklad můžeme uvést starý Egypt, kde lidé obdělávali půdu v souladu se záplavami Nilu.

Silně zakořeněného mají svého *genia loci* především místa s dlouhou a bohatou historií. Jedná se například o sakrální stavby, nebo již zmiňovaný Egypt kde pozůstatky dávných civilizací s sebou stále nesou silného ducha, kterého můžeme na vlastní kůži pocítit i dnes. Jsou to místa kde na nás, jak se lidově říká, „dýchne historie”.

Genius loci nejsou ale jen stavby, je to především krajina, která utváří duši míst. Krajina ovlivňuje lidi, kteří v ní žijí a lidé utvářejí krajinu. Je zapotřebí, aby si lidé uvědomovali, že krajina je křehký organismus, bez kterého by lidská civilizace nemohla fungovat a je zapotřebí chránit a rozvíjet jejího *genia loci* a ne ho zabíjet, jak se tomu v současném světě často děje.

1.1. Genius loci dle Christiana Norberga-Schulze

Pravděpodobně nejvýznamnějším dílem zabývajícím se termínem *genius loci*, pochází od autora Christiana Norberga-Schulze. Jedná se o světově proslulého norského historika a teoretika architektury, jenž ve svém díle *Genius loci – krajina, místo*,

architektura (1994) zkoumá psychické působení architektury na člověka, jelikož je přesvědčen, že prostředí, ve kterém člověk žije, ovlivňuje jeho bytí. Autor vychází z antických představ o *geniu loci* jako o ochranném duchovi míst i lidí. Dle Schulze z jedné části duch místa vytváří místo jako takové, ale také ho tvoří to, co do něj člověk vkládá například činy, myšlenky a způsob, jakým myslí.

Autor rozlišuje *genia loci* přírodních a umělých míst. *Genius loci* přírodních míst rozlišuje dle tří archetypů krajiny, jejichž kombinace tvoří komplexní krajinu. Jednotlivými archetypy jsou krajiny:

- Romantické krajiny – typické jsou severské krajiny. Země je zde členitá a má proměnlivý reliéf. Slunce hraje hru stínů a neustále je zde přítomen dynamický živel vody. Můžeme říci, že je zde neomezené množství míst, za každým kopcem a skálou nalézáme místa nová a krajina se jen výjimečně sjednocuje. Člověk k takové krajině musí přistupovat empaticky a pochopit ji aby našel *genia loci*. K tomu mu mohou pomoci například literární díla nebo hudba severských zemí.
- Kosmické krajiny – charakteristické jsou pouště. Pouště člověku neposkytují dostatečnou existenciální oporu, nejsou zde žádná individuální místa. Člověk se v poušti nesetkává s rozmanitými silami přírody, ale zakouší nejabsolutnější kosmické vlastnosti. Pro obyvatele pouště je *genius loci* projevem absolutna (nekonečná rozlehlost, palčivé slunce, horký vzduch).
- Klasické krajiny – *genius loci* klasické krajiny je nejzjevnější tam, kde jsou jasně definovaná přírodní místa zvýrazněná láskyplnou péčí člověka, tedy kulturní krajiny (C. Norberg-Schulz, 1994).

Genius loci míst, které člověk vytvořil je určeno tím, jakým způsobem člověk dané místo pochopil. Venkovská architektura by svého ducha umělého místa měla mít úzce spjata s duchem přírodního místa. Architektura městská obsahuje ducha lokality, který se vyvíjí po staletí. Autor rozlišuje tři typy umělého místa stejně jako u krajin. Například u romantické architektury je typické středověké město, kde je silná atmosféra. Typické jsou věže a špičaté štíty domů. Kosmická architektura, jak ji Norberg-Schulz nazývá, nalézá svůj nejvyšší výraz v islámské architektuře, kombinuje geometrický a labyrintický prostor, kde základnu tvoří mešity apod. Typologii krajin a architektur Christian Norberg-Schulz doplňuje analýzou *genia loci* měst Prahy, Chartúmu a Říma.

2. Místo

Definice místa je velmi obtížná. Chápání místa je velmi subjektivní, každý jedinec chápe stejné místo různými způsoby. Konceptu místa se věnovalo mnoho geografů a filozofů. Kořeny studia místa je možné najít už u Aristotela. Z geografů se konceptu místa věnují Tuan, Relph nebo Cresswell, který se věnuje především konceptu „jedinec a místo“. Z filozofů je to především Heidegger a jeho stěžejní dílo *Bytí a čas*. Heidegger se v něm věnuje především aspektu lidského bytí a lidské existence vůbec především ve vztahu k prostoru. Pro běžného čtenáře je dílo velmi obtížné, stejně tak je obtížný i jeho překlad do jakéhokoliv jazyka.

V české geografii místo dlouhou historii nemá. Z českých geografů se mu věnuje Hynek a Vávra. Na Slovensku se tematice místa věnují Matlovič a Matlovičová.

Místu a jeho duchu se věnuje v díle *Duch a místo* Christian Day (2004), který říká: „Krásná místa jsou bez výjimky podložena „správností místa“ – jeho ekologickým zdravím. Mají integritu, celistvost a rovnováhu. Duch místa je tu posílen tím, že si jej ceníme. To vše se k nám vrací, protože duch, který místo vyzařuje, ovlivňuje naše citění a definuje nás. To určuje, jak jednáme, a dokonce i kým jsme.“

V *Dictionary of Human Geography* zpracovali pojem místo (place) Duncan (2000) a Gillian Hart (2009).

Dle Duncana je místo utvářeno sociálními interakcemi. Mezi sociální interakce patří struktura běžných denních aktivit jedinců, což utváří jejich identitu v místě.

Hartová charakterizuje místo ve třech rovinách. 1. místo musí mít význam, 2. místo je jako dějiště, které je tvořeno přírodními a kulturními komponenty, které dohromady vytvářejí hybrid a 3. globální význam lokálního místa do kterého Hartová zahrnuje globalizaci, nevázanost na místo a teorii sítí aktérů. (Vávra, J., 2010).

3. Image

S pojmem image se v denním životě setkáváme v mnoha různých souvislostech. Původem tento pojem pochází z latinského *imāgio* což znamená obraz. Výkladů pro slovo image je mnoho a jediná ucelená definice neexistuje. Dle slovníku cizích slov je image definováno jako obraz, představa, idea nebo celková prezentace a vnější působení (Abz slovník cizích slov: <http://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/image-imidz>).

Jiná definice říká, že image je souhrn všech postojů, poznatků, zkušeností a vizuálních dojmů a pocitů, které jsou spojeny s určitým objektem (CMRM: http://www.mestskymarketing.cz/cs/glosar/#w_19).

Jiným způsobem vystihuje pojem image ve své publikaci J. Vysekalová (2009, s. 96):

- „Image se skládá z objektivních a subjektivních, správných a nesprávných představ, postojů a zkušeností jednotlivce a určité skupiny lidí o určitém objektu či předmětu“
- „Image prochází vývojem a lze charakterizovat určité vývojové stupně, které jsou důležité z praktického hlediska, například z dynamické fáze vzniku přechází k fázi relativně stereotypního upevnění“.

Obecně můžeme tedy říci, že image je souhrn všech vlastností a představ o určitém objektu, jakým může být vlastně cokoli, jedinec, společnost nebo jako právě v našem případě město.

3.1. Image místa

„Image místa představuje zjednodušení velkého množství asociací a informací spojených s daným místem. Image místa není jen představa, ale je to celý soubor představ o daném místě. Je velmi osobní a může se měnit od jednoho jedince k druhému. Různí lidé mohou mít zcela odlišné názory na stejné místo. Na druhé straně image místa nemusí nezbytně prezentovat názor lidí na dané místo, je to zjednodušení příznivých nebo nepříznivých postojů k místu“ (Kotler, Heider, Rein, 1993, s. 141). Image místa nebo města je tvořen jeho obrazem mezi všemi zúčastněnými, jež jsou jeho obyvatelé, podnikatelé, turisté atd. V rámci městského marketingu je rozlišován interní

a externí image města. Interní image je vnímání města především jeho obyvateli. Externí image je naopak to, jak je město vnímáno tzv. zvenčí. Jak ho vnímají turisté, potenciální investoři, média atd. Vnější image může být chtěný, záměrně vytvářený prostřednictvím reklamy, ale také nechtěný, který si veřejnost utváří samovolně, bez ohledu, nebo dokonce v rozporu s chtěnou a propagovanou představou producentů či distributorů (Vysekalová, J., Mikeš, J., 2009).

Kromě tohoto základního dělení můžeme definovat ještě skutečný image. „Skutečný image je utvářený ve vědomí veřejnosti. Z hlediska vztahu k veřejnosti je skutečný image rozhodující a cílový. Není tak podstatné, jaké představy chtěli producenti vzbudit, ale jaké ve skutečnosti vzbudili“ (Vysekalová, J., Mikeš J., 2009, s. 99).

Image města je významným prvkem marketingu města a to nejen z hlediska jeho obyvatel, ale především z hlediska samotného postavení města v konkurenčním prostředí ostatních měst. Dosavadní vnější a vnitřní pohled na město je výsledkem historického vývoje spolu s vnímáním současných městských aktivit, postojů a projevů jeho obyvatel. Image je faktorem proměnným a ovlivnitelným. Lze jej cíleně budovat, ale také rychle a snadno ztratit. „V současné zrychlené době platí pro image města totéž co pro první dojem. Nikdy není taková příležitost udělat první dojem jako poprvé“ (Vysekalová, J., Mikeš, J., 2009, s. 131).

Při budování image není nevyhnutelné přímo samotné město nebo místo navštívit. I když město nenavštívíme, vytváříme si o něm jistou představu na základě zprostředkovaných informací. Samozřejmě tu vzniká také riziko vytvoření nežádoucího image a také není vyloučená změna už existujícího dlouhodobě pozitivního či negativního obrazu města (Matlovičová, K., 2011).

3.2. Městský marketing

Ve světě se města a obce začali marketingem a propagací zabývat již v druhé polovině 70. let minulého století. Jeden z nejznámějších teoretiků marketingu Philip Kotler je toho názoru, že koncept marketingu je nutno rozšířit. Představuje si využití marketingu i v jiných souvislostech, než těch, které jsou spojeny s prodejem zboží a služeb na průmyslových nebo spotřebitelských trzích. Jedná se o jeho uplatnění i v neziskových organizacích, při propagování lidí a jejich názorů, událostí i míst.

Takový marketing lze tedy realizovat na různých prostorových úrovních a především na úrovni měst a obcí. Na první pohled nám to evokuje myšlenku územního plánování měst a obcí. V profesionálním prostředí prostorového plánování vyvolávaly metody spojené s pojmem *městský marketing* různé reakce, pohybující se od nadšeného souhlasu až po zdrženlivost nebo absolutní odmítnutí *prodeje města* (Janečková, L., Vašítková, M., 1999). V současné době je městský marketing chápán jako nezbytný nástroj pro další rozvoj měst.

Hlavním pilířem městského marketingu je ekonomický, sociální, kulturní a fyzický rozvoj celého města. Základním determinantem úspěšného rozvoje každého je schopnost komunikace a kooperace mezi všemi relevantními aktéry jako jsou podniky, firmy, komunální politici, správa města, svazy, sdružení, neziskové organizace, kulturní a religiózní instituce atd. Přestože představy a zájmy jednotlivých aktérů jsou v mnoha případech diferencované a na první pohled problematicky slučitelné, musí být parciální zájmy odpovídajícím způsobem eliminovány ve prospěch flexibility a konkurenceschopnosti města. Městský marketing jako koncept založený na komunikaci a kooperaci nabízí perspektivní šanci spojit různé aktéry nejenom v rámci jednoho projektu, ale i v rámci kontinuálního celoměstského udržitelného rozvoje a tím integrovat dříve heterogenní síly v jeden efektivní celek (Městský marketing, dostupné z: <http://www.mestskymarketing.cz/cs/projekty/mamer/>).

Hlavní cíle městského marketingu:

- Komplexní zvýšení atraktivity města pro všechny cílové skupiny
- Optimalizace procesního řízení za účelem zvýšení efektivity a využití ekonomických, sociálních a přírodních zdrojů
- Posílení ekonomické základny města
- Vylepšení externí a interní image města
- Prohloubení a profilace městské identity obyvatel a podnikatelů

3.3. Typologie měst

„Využití marketingu měst a obcí není stejné ve všech územních celcích. Vzhledem k jejich různorodosti se liší nejen jejich poslání, ale také konkurenční výhody“ (Janečková, L., Vašítková, M., 1999, s. 17).

Pro marketingové účely lze pro klasifikaci využít typologie měst, jak ji uvádí publikace Turistika ve městech (Law, 1996).

- Hlavní města
- Průmyslová města
- Velká atraktivní historická města
- Města s příjemným okolím a vybavením pro zábavu

Dle Janečkové a Vašítkové je další možností jak kategorizovat města geografická segmentace jejich zákazníků, tj. oblastí odkud přicházejí jejich návštěvníci (Janečková, L., Vašítková, M., 1999):

- Světová města
- Kontinentální
- Národní
- Regionální
- Lokální.

3.4. Marketingové prostředí obce

V marketingovém prostředí měst je důležité vnější a vnitřní prostředí obce. Vnější prostředí je tvořeno:

- Demografické prostředí
- Ekonomické prostředí
- Politicko-právní prostředí
- Sociálně-kulturní prostředí
- Přírodní prostředí
- Technologické prostředí

Vnitřní prostředí obce je možno definovat jako situace uvnitř organizace města. Je dáno především obecním rozpočtem, který závisí na dotacích ze státního rozpočtu i na výdajích. Dobře uchopený marketingový přístup může výrazně zlepšit situaci z hlediska dalších příjmů (Janečková, L., Vašítková, M., 1999).

3.5. Tržní postavení

Tržní postavení města je role, ve které se město představuje svým návštěvníkům, či obyvatelům. Rozlišují se tyto typy:

- Turistická oblast
- Středisko rozvoje průmyslu
- Středisko rozvoje služeb
- Nákupní centrum
- Komerční a finanční centrum (Janečková, L., Vašítková, M., 1999)

Je velmi důležité, aby město znalo své konkurenty v rámci dané lokality, regionu, státu i na mezinárodní úrovni. Je podstatné, aby si město uvědomilo jaká je jeho spádová oblast a na co se nejvíce soustředit. Zda v rámci regionu, celé země atd. Tržní postavení města souvisí mimo jiné s převládající kulturou. Tato kultura má velký podíl na vytváření podnikatelské kultury a kvality poskytovaných služeb – přeneseně řečeno kvality města. Geografická orientace je zásadní pro určení marketingové strategie. Jak velký a intenzivní bude tržní potenciál, na kterém se bude snažit město získat své zákazníky přinášející do obce investice i spotřebu. Je důležité, aby město vhodným způsobem a všemi možnými prostředky dokázalo využít jeho potenciálu (Janečková, L., Vašítková, M., 1999).

Posledním, významným faktorem, který se podílí na tržním postavení měst je tzv. *genius loci* neboli duch místa. Jedná se o jistou specifickou identitu daného místa, jež je silně ovlivněno kulturně-historickým vývojem. Důležité je ho správně uchopit a pozitivně využít při budování image města.

3.6. Propagace a reklama města

Důležitým nástrojem pro "zviditelňování" města je propagace. Kvalitně zpracované propagační materiály ať tištěné nebo multimediální, by měly být umístovány v informačních centrech, na veřejných akcích, na webu apod. (Janečková, L., Vašítková, M., 1999).

4. Image Liberce a jeho genius loci

Image a genius loci jsou dva velmi rozlišné termíny, ale zároveň spolu úzce souvisí. Oba termíny jsou již popsány výše. Co se týče Liberce nebo jakéhokoliv jiného města či místa je důležité, aby tyto termíny nebyly zaměňovány. Image je daný, utváří ho množství externalit a každý ho má v podvědomí, aniž by byl nucen dané místo osobně navštívit. Naopak u genia loci je osobní návštěva nutností. Bez toho, aby člověk určité místo sám fyzicky navštívil, není možné pocítit zvláštní atmosféru onoho ducha místa, výjimkou může být kvalitní fotografie. Propagační materiály, internet, televize apod. nejsou schopny přenést energii, kterou dané místo vyzařuje, na jejich základě je možné si utvořit názor na to, jaký má dané místo image.

4.1. Zachycení genia loci pomocí fotografie

Je vůbec možné genia loci díky fotografii zaznamenat? Zachycení genia loci na fotografii je velmi obtížné. Proto, aby bylo možné pocítit danou atmosféru, hraje roli mnoho faktorů. Je důležité světlo, počasí, současné citové rozpoložení sledovatele, to do jaké míry dané místo zná, jeho okolí, apod. Dalšími velmi důležitými prvky jsou ostatní smysly a to, jak tělo pozorovatele reaguje na okolní podmínky. Zvuky podněcují různé pocity, stejně tak pachy a vůně. Pokud je pozorovatel v místě se zavázanýma očima pozná, zda je například v lese, u vody, nebo v uzavřené místnosti. Toto vnímání fotografie není schopná předat, pouze zastoupit. Fotografie není schopná přenášet jiné smysly než obraz, ale dokáže je do jisté míry zastoupit. Pomocí symboliky, barvy, hudebního doprovodu nebo popisu.

Fotografie v kontextu s geniem loci je tedy problematická. Záleží na mnoha faktorech do jaké míry je možnost alespoň částečně genia loci na fotografii zachytit. Důležité je světlo, úhel fotografování, technika a především do jaké míry je fotografie upravovaná. Upravená fotografie je zkreslená a tím její autor může ovlivnit názor jejího pozorovatele. Pokud autor fotografii doplní popisem, bude pocit z ní opět odlišný, pozorovatel bude ovlivněn informacemi, které získá (Zelenka, J. a kol., 2008).

4.2. Základní charakteristika města Liberec

VYMEZENÍ ZÁJMOVÉHO ÚZEMÍ



Obrázek č. 1 vymezení města Liberec

Severočeská metropole, jak se Liberci často přezdívá, leží v Liberecké kotlině Žitavské pánve. Na jihu je chráněn Ještědsko-kozákovským hřbetem a na severovýchodě obklopen Jizerskými horami. V současnosti zde žije 101 865 obyvatel (SLDB 2011).

Liberec je město velmi mladé, vznikl ve 13. století jako bezvýznamná osada na obchodní stezce. Městská práva získal Liberec až v roce 1577. Zlaté období nastalo pro Liberec v 18. století, kdy došlo k rozvoji textilního průmyslu. Punc textilního města si Liberec udržel až do konce 20. století. Významnou osobností Liberce byl Liebieg, který se značnou měrou zapříčinil o rozvoj a současnou podobu města.

Liberec má díky geografické poloze dobré předpoklady pro celoroční rekreaci. Město Liberec svým položením mezi Jizerskými horami a Ještědským hřebenem nabízí širokou škálu turistických aktivit. Na svazích obou horských celků se nachází množství lyžařských vleků a běžeckých tratí, jsou tu vhodné podmínky pro pěší a cykloturistiku. Liberecký okres je přitažlivý pro návštěvníky nejen bohatstvím přírodních krás, ale i silnou kulturní tradicí a množstvím stavebních a uměleckých památek. Na území

Jizerských hor se nalézají nejvíce údolních přehrad, nejvíce rozhleden a nejrozsáhlejší plochy rašelinišť (ČSÚ, 2013).

V dnešní době prošel Liberec mnoha změnami. Dochází k obnově zanedbaných částí města. Po úpadku textilního průmyslu vznikly nové průmyslové oblasti se zaměřením převážně na automobilový průmysl.

4.3. Prezentace Liberce

V této části se autorka zaměřila na to, jakým způsobem je město Liberec prezentováno decizní sférou, na co obyvatelé a potenciální návštěvníci upozorňují a láká a co je naopak pomíjeno.

Důležitým nástrojem propagace je především internet. Oficiální stránky města jsou určeny především obyvatelům Liberce. Návštěvníci zde naleznou důležité informace o dění ve městě, je možno nahlédnout do strategických dokumentů města.

Naopak pro návštěvníky slouží především portál Městského informačního centra. Na stránkách najdou komplexní informace o Liberci, jeho stručnou historii, tipy na ubytování, stravování a dopravu. Velmi dobrým způsobem jsou v tabulce rozčleněny zařízení dle druhu na pivnice, vinice, cukrárny atd., s možností internetového připojení a především kde je možný bezbariérový přístup, což je velmi přínosnou informací.

Nejvýznamnější atraktivity města a blízkého okolí jsou propagovány prostřednictvím virtuálních prohlídek.

Město láká návštěvníky především na kulturně-historické památky a sportovní aktivity. Liberec má výjimečné sportovní zázemí, a to nejen v zimním období. V posledních letech vzniklo v jeho okolí mnoho cyklostezek. Sportoviště jsou neustále rozšiřována a vznikají nové areály.

Nejvíce Liberec upozorňuje na jeho proslule známé atraktivity jako je Ještěd, ZOO a botanická zahrada. To je samozřejmě dobré, ale dle autorčina názoru by měl být kladen větší důraz na místa a zařízení, která jsou, dá se říci, ve stínu těchto atraktivit a mají co nabídnout. Měl by být kladen větší důraz na kulturu, které se tato práce bude věnovat dále, nebo samotnému centru města, které je opomíjeno, a v posledních letech v něm potkáváme stále méně návštěvníků.

Dle mínění autorky není dobré přitahovat návštěvníky do Liberce, na centrum Babylon. Tento soukromý komplex uměle vytvořené zábavy nenabízí víc než jak utratit

co nejvíce peněz v co nejkratším čase. Mezi obyvateli Liberce velkou oblibu nenašel, navštěvují ho turisté především z Prahy, Německa a Polska. Liberec disponuje jinými kvalitními zařízeními a místy, do kterých by měl návštěvníky přitáhnout a na jejichž propagaci by se město mělo zaměřit.

4.4. Postavení Liberce vůči ostatním městům

Každé město je něčím typické, charakteristické. Například Pardubice jsou městem perníku, Ostrava je charakteristická báňským průmyslem a podobně.

Dle typologie měst popsané výše, je možné Liberec zařadit hned do dvou kategorií. Do průmyslových měst, jimž byl Liberec především v minulosti v oblasti textilního a sklářského průmyslu. V minulých letech docházelo v průmyslovém odvětví k útlumu, ale v současné době je možné sledovat nárůst a to především v oblasti automobilového průmyslu. Díky geografické poloze, ve které Liberec leží, můžeme město zařadit také do kategorie měst s příjemným okolím a vybavením pro zábavu. Dle geografické segmentace je v současnosti možné Liberec zařadit především do kategorie regionální s mezinárodním přesahem. V budoucnu by mohlo být možné zařadit Liberec do kategorie národní, potenciál k tomu město má.

4.5. Liberec-město několika tváří

Město Liberec má charakteristik několik, ať už z pohledu jeho obyvatel nebo návštěvníků. Jako každé jiné město i Liberec prochází určitým vývojem, dříve byl pro něj charakteristický již zmíněný textilní průmysl, dnes je možné sledovat jiné oblasti, znaky a trendy, jež jsou pro Liberec typické.

Co se týče již zmíněného průmyslu, v současnosti je znatelný nárůst automobilového průmyslu. V okrajových částech města Liberec vznikly velké průmyslové zóny zaměřené na toto odvětví. Na jednu stranu poskytují pracovní příležitosti, na stranu druhou jejich výstavba značně narušila krajinný ráz. Kromě průmyslu jsou i jiné oblasti typické pro město Liberec, které se autorka snaží přiblížit v následujících podkapitolách.

4.6. Liberec – město sportu

Sport má ve městě pod Ještědem dlouholetou tradici. Je to dáno jednak jeho polohou mezi horami, ale i významnými sportovci, kteří v Liberci založili sportovní kluby a jednoty. V minulosti liberecký sport proslavilo především armádní sportovní středisko Dukla. Od 50. let 20. století se ve městě stále rozšiřovalo a rozšiřuje sportovní zázemí. Liberecké kluby jsou známé po celé republice i ve světě.

Každoročně město hostí významné sportovní události, a to především v zimním období. Závod v běhu na lyžích Jizerská padesátka se pod záštitou TJ Lokomotiva Liberec koná již od roku 1968, kdy se ho účastnilo 52 běžců. V loňském ročníku bylo zhruba 6000 závodníků jak z řad domácích a zahraničních profesionálních sportovců, tak rekreačních sportovců nebo známých osobností. Jizerská padesátka je tak nejen důležitou sportovní, ale i společenskou událostí.

Nejvýznamnější libereckou sportovní událostí bylo bezesporu pořádání Mistrovství světa v klasickém lyžování v roce 2009. Díky této akci prošlo město významnými změnami. Byl vybudován nový sportovní areál v Liberci-Vesci, který je volně přístupný návštěvníkům po celý rok. Došlo k rozšíření a modernizaci sportovního areálu Ještěd. Pořádání MS bylo pro Liberec velkou příležitostí jak se zviditelnit a dostat do podvědomí tuzemských i zahraničních návštěvníků, což se ne úplně podařilo v pozitivním světle díky podvodné aféře organizačního výboru šampionátu.

Ve zmodernizovaných areálech se každoročně pořádají světové šampionáty, závody světového poháru, v letošním roce se zde konalo úspěšné MS Juniorů.

Skutečnost, že je Liberec bezesporu městem sportu dokazuje i fakt, že získal od Asociace evropských měst sportu titul Evropské město sportu 2012, což městu pomůže v propagaci jak v naší zemi, tak především v Evropské unii.

4.7. Liberec – město kultury

Tak jako v každém jiném městě i Liberec má co nabídnout v oblasti kultury. Ať se jedná o divadlo, kino, výstavy nebo jiné aktivity. Důležitou změnou prochází v Liberci oblast umění. Oblastní galerie v Liberci se přestěhovala ze svého domova v původní vile Johanna Liebiega v areálu libereckého zámku do významné budovy na Masarykově třídě, do areálu bývalých městských lázní (viz příloha č. 2). Městské lázně procházejí rozsáhlou rekonstrukcí a dle názoru autorky bylo přesunutí galerie do těchto

prostor výjimečně dobrou volbou. Tento cenný objekt dlouhá léta chátral a původní využití by v konkurenci těžko obstálo. Zároveň je to výborná příležitost k dalšímu zviditelnění města a jeho propagaci v oblasti kultury a umění. Nové prostory budou mnohem větší a je zde prostor pro konání a pořádání akcí různého druhu.

Pokud by v budoucnosti došlo k obnově libereckého výstaviště (viz příloha č. 2), jež v současnosti také chátrá a je v dezolátním stavu, jednalo by se spolu s galerií, Severočeským muzeem (viz příloha č. 2) a celým areálem Lidových sadů o ryze městskou kulturní lokalitu. Což by ocenili jak obyvatelé Liberce, návštěvníci, ale i samotné město jelikož by bylo vše takřkajíc "po ruce" a lidé by mohli v krátkém čase navštívit více kulturních zařízení. Dá se říci, že takovým způsobem už fungují Lidové sady. Je zde významná ZOO, na kterou navazuje botanická zahrada, dětský koutek a kulturní centrum (viz příloha č. 2). Oblast by se tak rozšířila o další kulturní aktivity.

Liberec má v oblasti kultury určitě co nabídnout a je zde velký prostor pro další rozvoj a propagaci v této oblasti.

4.8. Liberec – město nákupních center

V posledních letech můžeme sledovat nový trend nákupních center. V Liberci jich v krátké době vzniklo hned několik, některé plány nebyly nakonec realizovány. Pro město ve kterém žije cca 100 000 obyvatel je počet takto velkých nákupních center nadměrný. Obchodní a zábavní centra ve středu města nezapadají do místní zástavby a architektonicky jsou tyto stavby nepřilíživé úrovni.

Díky realizaci obchodního centra Fórum v samotném středu města došlo v roce 2009 k demolici původního obchodního centra Ještěd.

Další nevhodnou stavbu autorka vidí v horní části centra města. Nákupní galerie Plaza (viz příloha č. 2) s sebou nesla také řadu protestů a odpůrců. Přání občanů bylo na nevyužitých plochách vybudovat klidovou zónu s parkem a lavičkami. Bohužel by tato investice byla pro město "pouze investicí", která by s sebou nesla v budoucnu opět jen náklady a byla by pro vedení města zátěží. Liberečtí zastupitelé jsou často oproti přáním, hlasům a názorům místních tak trochu imunní, a proto dali přednost izraelským investorům. Dnes slouží nákupní galerie spíše jako průchod na náměstí Dr. Edvarda Beneše, nebo jako parkoviště uprostřed centra města.

Ve stejném období měla vyrůst i další nákupní galerie, a to na Perštýně. Po investorech ale zůstala jen dnes už nechvalně proslulá "díra", která se, dá se říci, jen

přestěhovala z míst, kde dnes stojí právě nákupní galerie Plaza. Bylo několik neúspěšných návrhů jak s tím prostorem naložit. Nejčastěji se jednalo o bytovou zástavbu, které je ale ve městě už také nadmíru. Velmi zajímavé jsou návrhy studentů architektury, jak tomuto nevyužitému prostoru vdechnout nějakou atmosféru a účelně ho využít. Velmi poutavý je nejnovější návrh studenta architektury na Technické univerzitě Josefa Trakala (viz příloha č. 2). Projekt je inspirován historií konkrétně zahradami královny Semiramis. Zahrady autor řešil jako stupňovitou stavbu, která má po vstoupení na místo přikázaný směr chůze. "Stavba je navržena tak, aby svým vzhledem a rázem zapadla do okolí a vzdáleně připomínala mohutnost staveb jako je nákupní centrum Fórum a Delta. Zahrady jsou rozděleny do několika etáží" (redakce libereckadrbna.cz). Každé patro má pak svůj účel. Autorovým cílem projektu bylo vytvoření klidové zóny v centru města, kde je vysoká koncentrace lidí. Taková oblast určitě ve středu Liberce není a chybí zde.

Dalším takovým prostorem, kde by se vybudování klidové zóny jevilo jako ideální, je lokalita kde v minulosti stál komplex Textilany. Po její demolici zde mělo vyrůst nákupní centrum. Jednalo se o vůbec první projekt tohoto typu v Liberci a byl značně megalomanský. Holanští investoři zde plánovali vybudovat obchodně-společensko-zábavní komplex a luxusní byty s názvem Hollandia. Mělo zde být více než 70 000 m² prodejní plochy a počítalo se s tramvajovou zastávkou přímo ve středu areálu. Jak už bývá v Liberci zvykem, tak developer po demolici areálu Textilany od projektu odstoupil a od té doby je plocha nevyužitá. Obyvatelé okolních sídlišť Broumovská, Na Bídě a Králův Háj by opět nejraději uvítali rekreační plochu. Probíhala i petice o "vybudování parku místo Textilany", ale neúspěšně. Zastupitelé argumentují tím, že je v blízkosti klidová zóna u přehrady Harcov a příroda je pro liberecké "na dosah" MHD do přilehlých Jizerských hor, nebo na Ještěd. Jiná města takový nadstandart nemají, a proto je zbytečné investovat do parků ve středu města.

Faktem zůstává, že zeleň v centru města opravdu chybí a bylo by dobré nevyužité plochy šetrným způsobem zrevitalizovat. Nebude to přínosem pouze pro obyvatele Liberce, ale i pro budoucí návštěvníky města, jelikož takové plochy jako je "kráter" na Perštýně, nebo plocha po Textilaně celkový image města kazí.

4.9. Liberec – město architektury

Co se týče architektury je Liberec ojedinělý což ve své knize Liberec – urbanismus architektura industriál pomníky objekty a památky výborně vystihuje a popisuje autor Jaroslav Zeman. Dle Zemana se snad v žádném jiném městě v České republice nedá setkat s takovými protiklady jako právě v Liberci. "Na jedné straně mimořádně vysoké ambice jeho obyvatel, jež se projevíly po polovině 19. století v pojmenování města *druhé hlavní zemské, první německé město v Čechách*, a na druhé straně absence komplexního zastavovacího plánu s takřka periferním charakterem některých částí, pronikajících do samého středu města. Tím vznikla působivá skrumáž vzájemně koexistujících průmyslových areálů, honosných vil, pompézních veřejných budov, velkorysých zahradních čtvrtí a maloměstské zástavby, vytvářející zdejšího svérázného *genia loci*" (Zeman, J., 2011).

Jelikož Liberec leží v oblasti Sudet, je jeho architektura silně ovlivněna Němci. Liberec se může pyšnit ojedinělým souborem historizujících a secesních vil obklopených zelení, které vznikly na přelomu 19. a 20. století. Vilové čtvrti se rozkládají na dnešní Masarykově třídě, která je jednou z nejkrásnějších libereckých čtvrtí s ojedinělou atmosférou. Secesní vily se tu snoubí s krásnými zahradami a parky. V centru Masarykovy třídy jsou budovy Severočeského muzea a nové Galerie, které sami o sobě vyzařují *genia loci*. Celou oblast pak doprovází stoletá lipová alej.

Další vilové čtvrti jsou na Husově třídě, Lidových sadech a na svazích nad harcovskou přehradou. Jedná se o relativně klidné lokality s přítomným *geniem loci*. Vliv německé architektury dokazuje i fakt jednoho z libereckých symbolů, liberecká radnice, jež je kopií radnice ve Vídni. Na jejím návrhu spolupracovalo několik německých architektů a na libereckém náměstí Dr. E. Beneše stojí od roku 1893.

Významnou rodinou, která ovlivnila architekturu Liberce, byla již zmíněná rodina Liebiegů. V Liberci můžeme najít několik významných budov, které zde vybudovali. Velmi unikátní je tzv. Liebiegovo městečko (viz příloha č. 2), které se nachází v bezprostřední blízkosti tamější továrny. Jedná se o zaměstnanecké sídliště, které ve své době disponovalo veškerou občanskou vybaveností. Realizace Liebiegova městečka probíhala v několika etapách v letech 1853-1929. V současné době je městečko atraktivní lokalitou pro bydlení. Jedná se o poklidnou čtvrť, která beze sporu má svého *genia loci*. Dle autorčina názoru by si tato lokalita zasloužila větší péči z hlediska památkové ochrany. Dalšími architektonicky cennými budovami, které utváří

tvář Liberce a o jejichž realizaci se zasloužili Liebiegové je bývalé sídlo Oblastní Galerie, Liebiegova vila na Jablonecké ulici a především také Liberecká výšina, která je jedním ze symbolů Liberce. V současné době došlo k její rekonstrukci a po delším čase, kdy byla nevyužitá i k jejímu opětovnému otevření.

Image Liberci v novodobé historii udával ateliér Sial (Sdružení inženýrů a architektů Liberce) v čele s architektem Karlem Hubáčkem. Jeho působení bylo z hlediska architektury důležitou etapou ve vývoji města. Z jejich dílny pochází *stavba století* a zároveň nejtypičtější symbol Liberce, horský hotel a televizní vysílač Ještěd. Rukopis ateliéru Sial ale můžeme vnímat po celém Liberci. Realizovali stavby jako areál Libereckých výstavních trhů, areál vysokoškolských kolejí, plavecký bazén, palác Syner a mnoho dalších. Dá se říci, že novodobý Liberec je z dílny Ateliéru Sial.

4.9.1. Ještěd versus Ještěd

Ing. Arch. Karel Hubáček je jednou z nejvýznamnějších osobností, která se zapříčinila o *genia loci* Liberce. Jeho originální dílo hotel a satelitní přijímač Ještěd (viz příloha č. 2) je největší dominantou města a typickým symbolem. Ještěd patří k Liberci stejně jako Eiffelova věž k Paříži, Socha Svobody k New Yorku, nebo Sagrada Familia k Barceloně. Obyvatelé města Liberec jsou na Ještěd hrdí.

Stavba dnes již historická, která stále vyvolává v obyvatelích města silné emoce různého druhu. Je již výše zmíněný obchodní dům Ještěd (viz příloha č. 2) jenž pochází také z dílny arch. Hubáčka. Obchodní dům byl postaven v letech 1970-1979 v centru Liberce a i přes vlnu protestů a několika zamítnutých žádostí o zařazení stavby mezi kulturní památky byl OD Ještěd v roce 2009 zbourán, aby zde mohlo vyrůst obchodní centrum nové. OD Ještěd byl charakteristickou stavbou pro spodní část centra Liberce. Což dokazují i dobové snímky a pohlednice, kde nejčastějšími zaznamenanými symboly jsou právě oba „*Ještědy*“. Od začátku své existence vyvolával tento obchodní dům mezi obyvateli města rozporuplné názory. Část ho považovala za architektonicky zajímavý a část za vyloženě „ošklivý“. Během své existence OD Ještěd patřil spolu s hotelem Ještěd k nejvýznamnějším symbolům města a je škoda že se tuto stavbu nepodařilo zachránit. V tomto případě totiž nebylo možné *genia loci* bez povšimnutí přehlédnout.

4.10. Liberec – město soch

Celkovou atmosféru měst dotvářejí detaily a sochy jsou v budování image města a spoluutváření genia loci významným prvkem. Liberec je oproti jiným městům na oblast sochařského umění vskutku bohatý a patří mezi špičku, dle názoru mnoha odborníků, mezi absolutní v České republice.

Výstavnictví soch má v Liberci vcelku dlouhou tradici. V roce 1969 se zde konala unikátní výstava soch nazvaná Socha a město. Akce se tehdy zúčastnilo 31 sochařů, kteří vystavili celkem 43 děl. Sochaři pojali Liberec jako velkou výstavní síň a rozmístili své sochy po městě v souladu s okolím. Některé sochy zdobí Liberec dodnes, celkem se jich zachovalo sedm. Jedním z nejkrásnějších zákoutí je park před bývalým Bytexem (dnes restaurace) na Masarykově třídě, autory soch jsou Jiří Novák a Eva Kmentová (viz příloha č. 2).

Další zdařilou realizací je Dvanáct měsíců od Josefa Klimeše v parku před hotelem Zlatý lev (viz příloha č. 2). Toto sousoší dokonale splynulo se svým okolím a stalo se součástí všedního života Liberečanů (Karpaš, R., 1996).

Liberec nezaostává ani v oblasti moderního umění. První sochou umístěnou v novém tisíciletí v Liberci byla v roce 2001 Koule od Milana Housera. Plastiku tvoří dvě laminátové polokoule, mezi nimiž je vložen kruh z plexiskla. Koule se nachází na rohu hotelu Zlatý lev a pomyslně odděluje centrum města s klidovou lokalitou.

Zřejmě nejdiskutovanějším dílem je Snídaně obrů od Davida Černého u zdi v Sokolské ulici z roku 2005 (viz příloha č. 2). Zastávka autobusů MHD je celá z bronzu a je spojením umění a architektury. Veškeré prvky tohoto díla jsou propojeny s historií a současností Liberecka. Stůl a židle uvnitř zastávky jsou kopiemi, které lidé běžně používali na konci devatenáctého století. Židovský svícen upozorňuje na židovskou synagogu, která stávala nedaleko a byla vypálena. Na stole stojí váza, jejíž předlohou je historická nádoba ze Severočeského muzea a její obsah odkazuje na unikátní sbírku masožravých rostlin v liberecké botanické zahradě. Odhozený liberecký párek poukazuje na další symbol města a trochu drsnou připomínku vlády nacistů znázorňuje hlava libereckého rodáka Konráda Henleina napíchnutá na vidličku. Krátce po realizaci, dílo vzbudilo mezi Liberečany vášnivé diskuze, mnohým se nelíbilo. Dnes z jeho přítomnosti město těží, stalo se zajímavou turistickou atrakcí města.

Náměstí před libereckou radnicí se stalo jakousi otevřenou galerií. V posledních letech se tu vystřídalo hned několik děl. První z nich byli dřevění vrabci, kteří dnes

hnízdí u ZOO. Velmi oblíbená hlavně mezi dětskou populací byla Kočičí rodina od Martiny Niubo-Klouzové (viz příloha č. 2). V roce 2011 zde byla po dobu 3 měsíců umístěna socha Jiřího Davida tvořená 85 tisíci klíči. Osmi tunové dílo tvořící nápis Revoluce do výšky 7 metrů je ohlédnutím za politickým vývojem v České republice. Libereckým cestovatelem je Malý Mart'an, jehož autorem je Jaroslav Róna. Sedící chlapec byl umístěn nejdříve před Krajskou vědeckou knihovnou, poté na Náměstí Dr. Edvarda Beneše a nakonec našel svůj domov u hotelu Ještěd.

Sochy jsou umísťovány nejen pod libereckým nebem ale i uvnitř budov. Například uvnitř Krajské vědecké knihovny je dílo Žíla z roku 2002 věnované hudebníkovi Milanu Hlavsovi. V hale budovy městského magistrátu se vznáší děvčátko s balonky. Dílo nazvané Splněný sen od stejné autorky jako u Kočičí rodiny.

4.11. Významné osobnosti

Nejsou to jen stavby, historické okolnosti nebo obyvatelé kdo ovlivňují image a atmosféru měst. Jsou to i významné osobnosti a slavní rodáci.

V Liberci je to několik silných jmen s tímto městem spjatých. Co se týče architektury, jsou to již výše zmínění Liebiegové a arch. Hubáček, kteří ve městě zanechali stopy.

Nemusí se však jednat jen o hmotné dědictví. Mnohdy stačí jen jméno, které může být přínosem v oblasti reklamy a propagace při budování image města.

Prvním z nich a pravděpodobně i nejslavnějším z libereckých rodáků je Vlasta Burian. Slavný komik se narodil 9. 4. 1981, v dnes již zbouraném domě v Lucemburské ulici. V Liberci navštěvoval i českou školu v ulici 5. května, na jejíž budově je dnes pamětní deska s vyobrazením Vlasty Buriana. Paradoxem je ovšem fakt, že místo rodiště a jeho okolí je jednou z nejzanedbanějších částí v centru Liberce. Jedná se o lokalitu „Papírového náměstí“ která vyzařuje kouzlo a zajisté má *genia loci*. I když je Vlasta Burian jeden z nejslavnějších rodáků města, dnes v jeho místě narození není jediná připomínka. V budoucnosti by naopak město mohlo z této oblasti profitovat. Lokalita si však žádá kompletní rekonstrukci, z domů zbyly jen torza a zatím se jedná o území „vybydlené“. S citlivým přístupem by zde mohla vzniknout skutečně městská čtvrť se zahradami, terasami, kavárnami a obytnými domy, kterou Liberec v centru města postrádá.

Dalším ze slavných libereckých rodáků je literární kritik František Xaver Šalda. Významná osobnost české kultury se narodila 22. 12. 1867. Šaldovi bydleli ve Frýdlantské ulici a 4 roky po narození F. X. Šaldy se odstěhovali do Čáslavi. Přestože si nepřál, aby bylo jeho jméno používáno, najdeme ho v Liberci hned na několika místech. Od roku 1957 nese jeho jméno liberecké divadlo, v roce 1990 se objevilo na průčelí jednoho z libereckých gymnázií, na štítě knihkupectví v Revoluční ulici a Šaldova busta byla v roce 1972 umístěna na liberecké radnici (Karpaš, R. a kol., 1996).

5. Genius loci Liberce

Empirická část práce je zaměřena na to jak město Liberec vnímají jeho obyvatelé, případně návštěvníci. Cílem je zjistit, jak lidé vnímají atmosféru města, co je pro něj charakteristické a jaké lokality jsou dle jejich názoru významné. Výsledky výzkumu mohou být přínosem pro decizní sféru. Na jejich základě může město brát v potaz zájem obyvatel o místní lokality a snažit se v rámci možností vyhovět těm, kteří ve městě žijí.

6. Hypotézy

Na základě stanovených cílů bakalářské práce jsou stanoveny tyto hypotézy:

1. Nejvýraznějším symbolem města Liberec je spíše horský hotel a vysílač Ještěd, než liberecká radnice (viz příloha č. 2).
2. Lokalitou se zvláštní atmosférou bude vnímána spíše Masarykova třída, než liberecká přehrada (viz příloha č. 2).
3. Atmosféru města ovlivňují spíše jeho obyvatelé, než návštěvníci.

7. Metodologie

V empirické části bakalářské práce byla zvolena dotazovací metoda. Pro sběr dat bylo použito nestandardizované dotazníkové šetření a to jak v tištěné, tak elektronické podobě. Zformulovaný dotazník je anonymní a je tvořen celkem 16 otázkami. Základní část tvoří 3 otázky týkající se pohlaví, věku a vztahu k městu Liberec. Zbylé otázky jsou zaměřené na město Liberec, na informace týkajících se jeho charakteristik, atmosféry a významných lokalit. Většina otázek má otevřený charakter. Konkrétní podoba dotazníku je uvedena v příloze č. 1.

8. Charakteristika výzkumného vzorku

Vzhledem ke stanoveným cílům práce byli pro potvrzení nebo vyvrácení výzkumných předpokladů osloveni náhodní lidé pohybující se v různých částech města Liberec. Elektronické dotazníky byly rozeslány do e-mailových schránek dostupných uživatelů. Celkem bylo osloveno 40 respondentů, z nichž ne všichni oslovení odpověděli na všech 16 otázek.

9. Výsledky a interpretace výzkumu

V této části bakalářské práce jsou prezentovány výsledky dotazníkového šetření. Pro větší přehlednost je text doplněn o tabulky a grafy. Celkem bylo osloveno 40 respondentů různého věku, pohlaví a vztahu k městu Liberec.

Otázka č. 1: Pohlaví

Tabulka č. 1: Pohlaví (zdroj: autorka)

Ot.1	abs.četn.	rel.četn
Žena	26	65,00%
Muž	14	35,00%
Celkový součet	40	100,00%

Tabulka č. 1 prezentuje poměr respondentů v rámci pohlaví.

Z celkového počtu 40 respondentů na dotazníky odpovědělo 26 žen a 14 mužů.



Graf č. 1: Pohlaví (zdroj: autorka)

Otázka č. 2: Věk

Tabulka č. 2: Věk (zdroj: autorka)

Ot.2	abs.četn.	rel.četn
0-17 let	1	2,50%
18-25 let	23	57,50%
26-40 let	5	12,50%
41-60 let	8	20,00%
61 let a více	3	7,50%
Celkový součet	40	100,00%



Graf č. 2: Věk (zdroj: autorka)

Jak je možné vyčíst z grafu a tabulky výše, tak z celkových 40 dotazovaných převažuje skupina ve věku mezi 18-25 lety. Většina těchto respondentů odpovídala elektronickou formou, naopak u věkové skupiny 41 let a výše převážná část dat pochází z rozhovorů a tištěných dotazníků.

Otázka č. 3: Jaký je Váš vztah k městu Liberec?

Tabulka č. 3: Vztah k městu Liberec (zdroj: autorka)

Ot.3	abs.četn.	rel.četn.
bydlím zde	20	53,00%
dojíždím do školy	15	39,00%
dojíždím za prací	2	5,00%
turista	3	3,00%
Celkový součet	40	100,00%



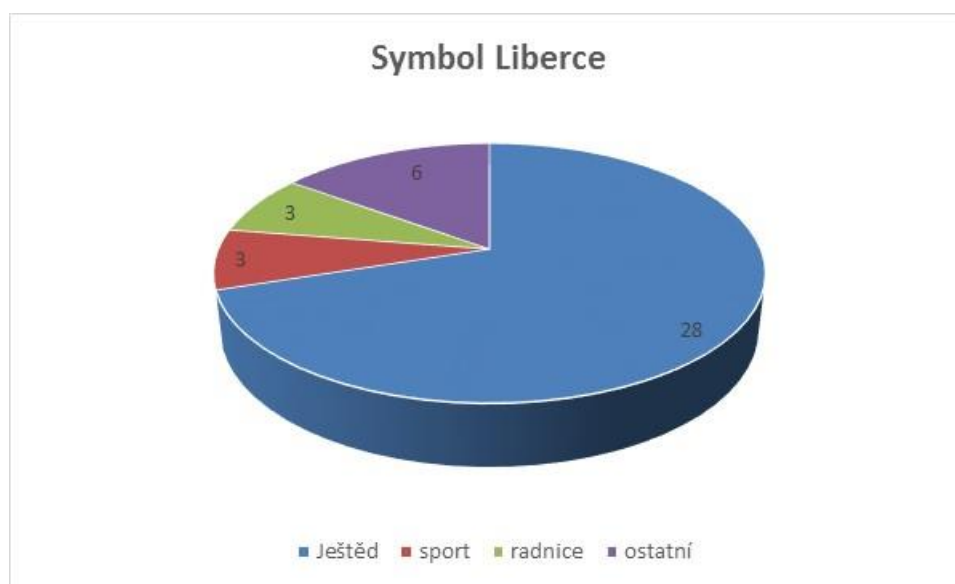
Graf č. 3: Vztah k městu Liberec (zdroj: autorka)

Jak bylo možné předpokládat na začátku výzkumu, většina dotazovaných byli obyvatelé města Liberec. Dotazovaní dojíždějící za studiem korespondují s odpovědí na otázku týkající se věku. Nejméně dotázaných dojíždí do Liberce za prací, nebo jako turista.

Otázka č. 4: Co Vás napadne jako první když se řekne Liberec?

Tabulka č. 4: Symbol Liberce (zdroj: autorka)

Ot.4	abs.četn.	rel.četn
Ještěd	28	70,00%
sport	3	7,50%
radnice	3	7,50%
ostatní	6	15,00%
Celkový součet	40	100,00%



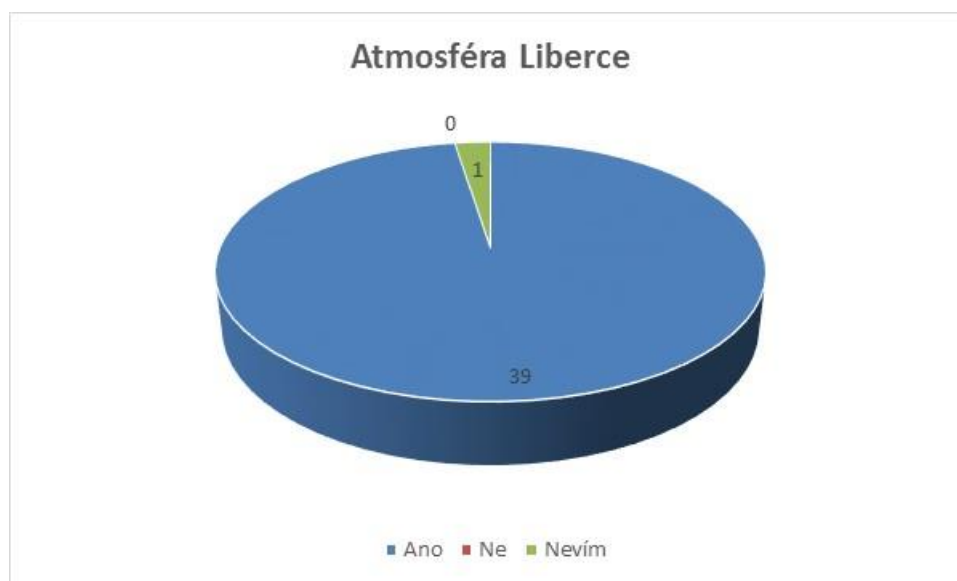
Graf č. 4: Symbol Liberce (zdroj: autorka)

Na otázku číslo 4 odpovědělo všech 40 respondentů. Pro převážnou většinu dotazovaných je symbolem evokujícím město Liberec Ještěd. 3 dotázané jako první ve spojení s Libercem napadne sport a radnice. V ostatních odpovědích se vyskytovala ZOO, Liebieg nebo mladí respondenti mají město spojené se školou.

Otázka č. 5: Jsou místa, která oplývají zvláštní atmosférou, myslíte si, že Liberec takovou atmosféru vyzařuje?

Tabulka č. 5: Atmosféra Liberce (zdroj: autorka)

Ot.5	abs.četn.	rel.četn.
Ano	39	97,50%
Ne	0	0,00%
Nevím	1	2,50%
Celkový součet	40	100,00%



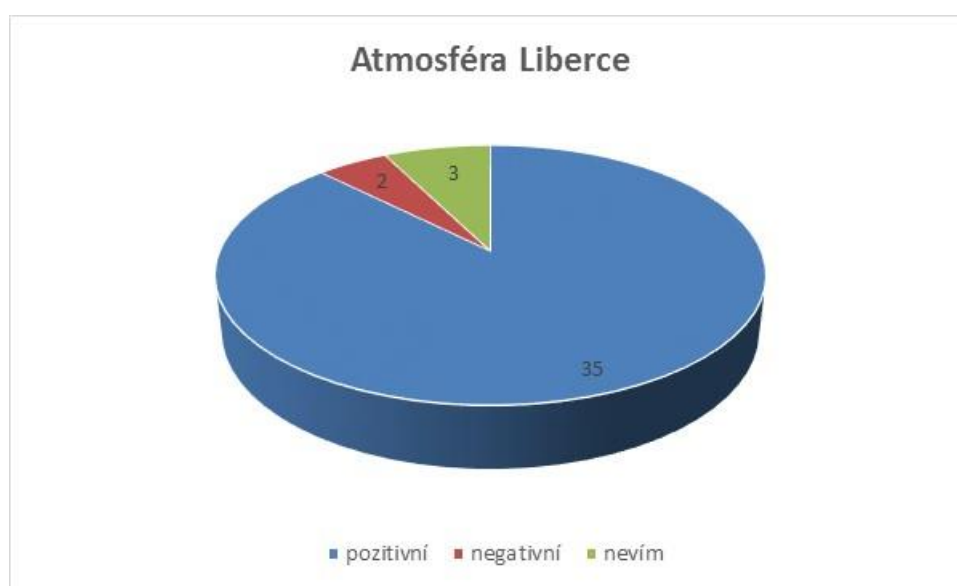
Graf č. 5: Symbol Liberce (zdroj: autorka)

Kromě jediné odpovědi, kdy dotázaný nevěděl, zda město vyzařuje zvláštní atmosféru, všech 39 dotazovaných zastává názor, že město Liberec takovou atmosféru vyzařuje. Z tohoto zjištění je možné soudit, že město Liberec není lidem lhostejné a vyvolává mezi nimi emoce, ať už pozitivní nebo negativní.

Otázka č. 6: Je tato atmosféra pozitivní, nebo spíše negativní?

Tabulka č. 6: Atmosféra Liberce (zdroj: autorka)

Ot.6	abs.četn.	rel.četn.
pozitivní	35	87,50%
negativní	2	5,00%
nevím	3	7,50%
Celkový součet	40	100,00%



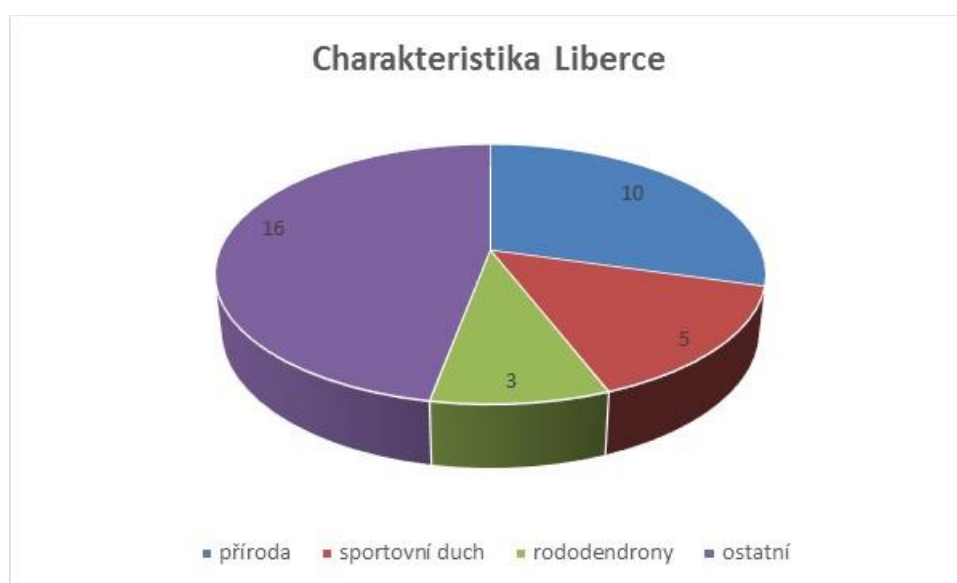
Graf č. 6: Atmosféra Liberce (zdroj: autorka)

Je kladným zjištěním, že 35 dotazovaných z celkových 40 odpovědí je toho názoru, že atmosféra v Liberci je pozitivní. Pouze 2 respondenti zastávají názor, že atmosféra ve městě je spíše negativní. 3 dotázaní nevěděli k jaké straně se přiklonit a odpověděli, že nevědí. Z výsledků u této otázky lze usoudit, že Liberec je městem oblíbeným a v podvědomí lidí se jedná o město s pozitivní atmosférou.

Otázka č. 7: Co byste řekli, že je pro atmosféru Liberce charakteristické?

Tabulka č. 7: Charakteristika Liberce (zdroj: autorka)

Ot.7	abs.četn.	rel.četn.
příroda	10	29,41%
sportovní duch	5	14,71%
rododendrony	3	8,83%
ostatní	16	47,05%
Celkový součet	34	100,00%



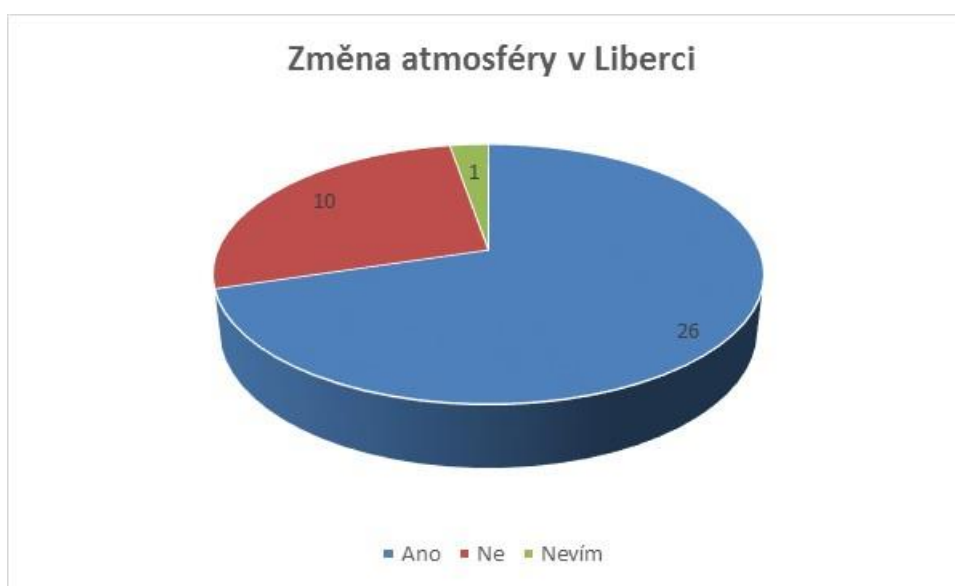
Graf č. 7: Charakteristika Liberce (zdroj: autorka)

Na otázku co si lidé myslí, že je pro atmosféru Liberce charakteristické odpovědělo celkem 34 respondentů. Nejvíce se dotázaní shodovali na tom, že je pro libereckou atmosféru typická příroda a její těsná blízkost. 5 respondentů odpovědělo, že je ve městě cítit sportovní duch, dle názoru 3 lidí jsou to rododendrony. V ostatních 16 odpovědích se vyskytovala historie, kultura nebo pohoda. Naopak z negativních charakteristik byly mezi odpověďmi názory jako uspěchanost, nevlídnost počasí a zima. Celkově lze z odpovědí potvrdit odpovědi na otázku č. 6, že dle podvědomí lidí převažuje atmosféra města pozitivní.

Otázka č. 8: Změnila se atmosféra v Liberci od dob Vašeho dětství, nebo od té doby kdy jste se přistěhoval, popřípadě město navštívil v minulosti a jakým způsobem?

Tabulka č. 8: Změna atmosféry v Liberci (zdroj: autorka)

Ot.8	abs.četn.	rel.četn.
Ano	26	70,27%
Ne	10	27,03%
Nevím	1	2,70%
Celkový součet	37	100,00%



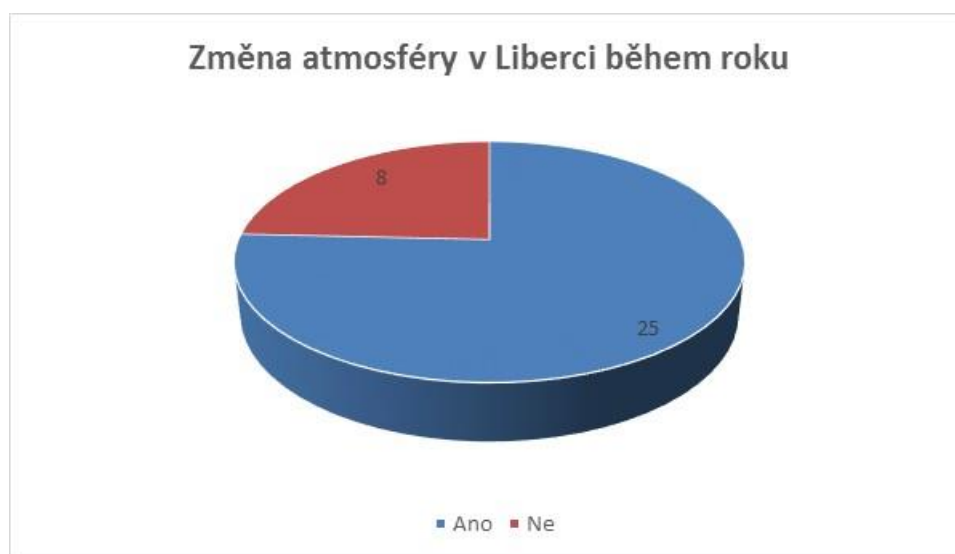
Graf č. 8: Změna atmosféry v Liberci (zdroj: autorka)

Z 37 dotázaných jsou 2/3 toho názoru, že se atmosféra v Liberci v průběhu předešlých let změnila. 1/3 respondentů si myslí, že se nezměnila a pouze jeden dotázaný nevěděl. Z pozitivního pohledu změny atmosféry ve městě lidé vidí především opravu historických budov a výstavbu a realizaci nových sportovišť. Naopak negativní změna atmosféry je vnímána především zástavbou ve městě, konkrétně výstavba nových, moderních nákupních center. Množství nákupních center dotazovaní často označují za „zbytečné“.

Otázka č. 9: Mění se atmosféra v Liberci během roku? Pokud ano, jakým způsobem.

Tabulka č. 9: Změna atmosféry v Liberci během roku (zdroj: autorka)

Ot.9	abs.četn.	rel.četn.
Ano	25	75,75%
Ne	8	24,25%
Celkový součet	33	100,00%



Graf č. 9: Změna atmosféry v Liberci během roku (zdroj: autorka)

Na otázku č. 8 odpovědělo z celkového počtu 40 dotázaných 33 respondentů. 25 z nich si myslí, že se atmosféra v Liberci během roku mění. 8 dotázaných je toho názoru, že je atmosféra ve městě stále stejná. Zároveň dotázaní uvádějí, že se atmosféra nejvíce mění v závislosti na ročních obdobích. Dle jejich názoru jsou cítit největší rozdíly v zimě a v létě. V zimě je v Liberci více lidí, především turistů a studentů a je zde cítit „sportovního ducha“. Naopak v létě je ve městě klid až „mrtvo“ především z důvodu letních prázdnin.

Otázka č. 10: Která místa nebo lokality v Liberci vyzařují zvláštní energii?

Tabulka č. 10: Lokality vyzařující zvláštní energii (zdroj: autorka)

Ot.10	abs.četn.	rel.četn.
Ještěd	14	26,42%
Přehrada	10	18,87%
Masarykova třída	9	16,98%
Lidové sady	7	13,21%
ostatní	13	24,52%
Celkový součet	53	100,00%



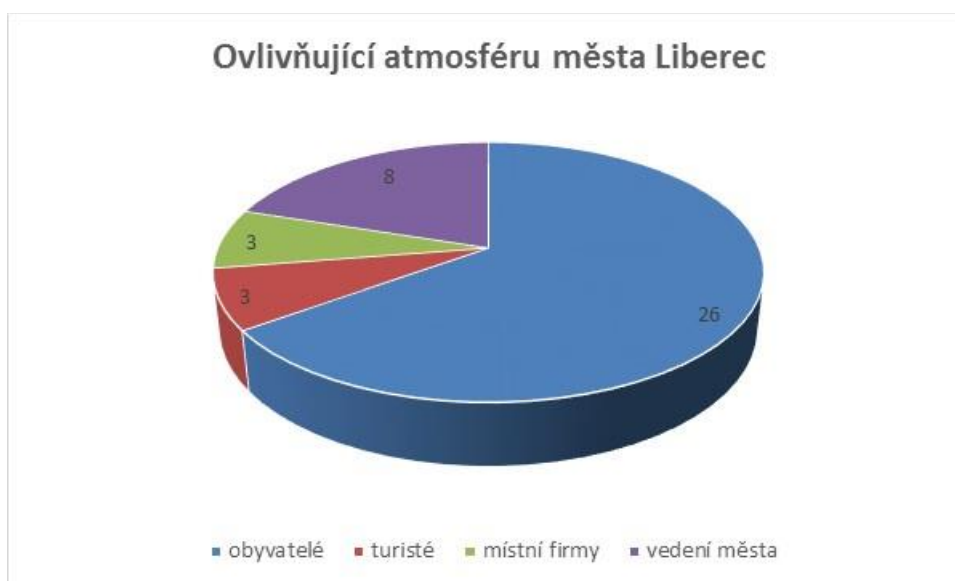
Graf č. 10: Lokality vyzařující zvláštní energii (zdroj: autorka)

Na otázku č. 9 odpovědělo 36 dotázaných z celkových 40. Někteří uváděli více lokalit. Jednotlivé lokality a jejich celkový počet je znázorněn v tabulce a pomocí grafu výše. Nejvíce dotázaných vidí jako místo se zvláštní energií Ještěd. To dokazuje, že lidé mají Ještěd ve spojení s Libercem silně v podvědomí. Co se týče ostatních míst tak se v odpovědích nejvíce objevovaly lokality „papírové náměstí“, Náměstí Pod branou, liberecké výstaviště, nebo obecně historické centrum města.

Otázka č. 11: Kdo, nebo co nejvíce ovlivňuje celkovou atmosféru Liberce?

Tabulka č. 11: ovlivňující atmosféru města Liberec (zdroj: autorka)

Ot.11	abs.četn.	rel.četn
obyvatelé	26	65,00%
turisté	3	7,50%
místní firmy	3	7,50%
vedení města	8	20,00%
Celkový součet	40	100,00%



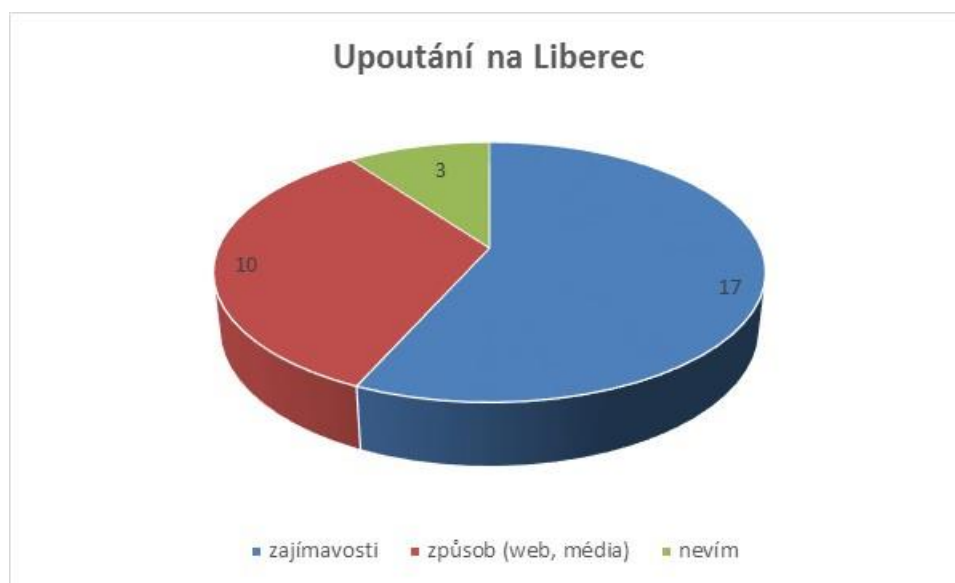
Graf č. 11: Ovlivňující atmosféru města Liberec (zdroj: autorka)

K otázce týkající se toho, kdo nebo co nejvíce ovlivňuje atmosféru města, se vyjádřilo všech 40 dotázaných. Dle jejich názoru jsou to především samotní obyvatelé, kdo utváří atmosféru v Liberci a spolu s nimi vedení města. Po 3 odpovědích jsou to pak turisté a místní firmy. Z toho je možné konstatovat, že pro fungující město s pozitivní atmosférou, je spolupráce decizní sféry s obyvateli města je velmi důležitá.

Otázka č. 12: Jak byste na Liberec upozornil jeho případné návštěvníky?

Tabulka č. 12: Upoutání na Liberec (zdroj: autorka)

Ot.12	abs.čeln.	rel.čeln.
zajímavosti	17	56,70%
způsob (web, média)	10	33,30%
nevím	3	10,00%
Celkový součet	33	100,00%



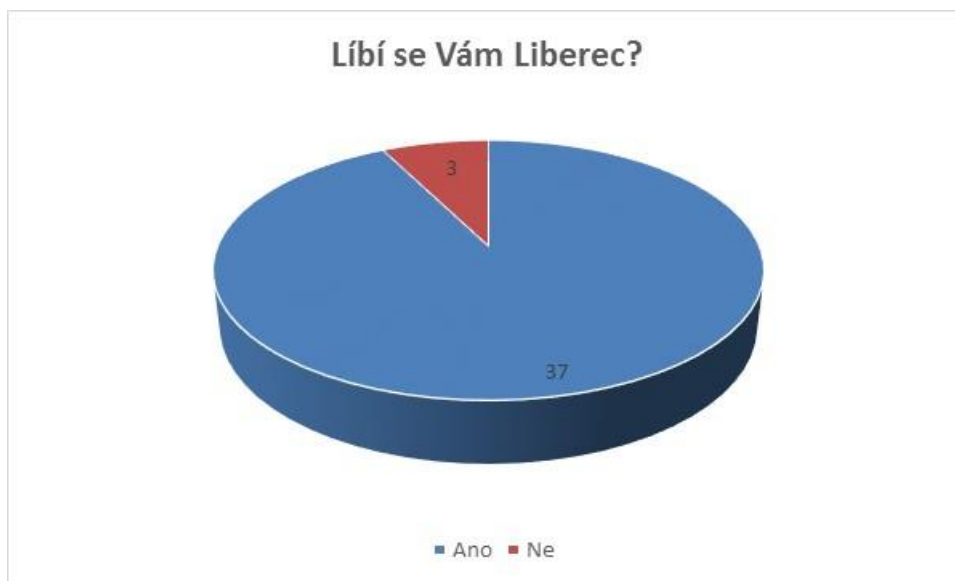
Graf č. 12: Upoutání na Liberec (zdroj: autorka)

Tato otázka se ukázala jako problematická z důvodu její formulace. Dotázaní ji chápali dvěma různými způsoby. Jedni se snažili upozornit na zajímavá místa a lokality jako tomu bylo u předešlých otázek. Druhá část odpovědí byla zaměřena na to, jakým způsobem by návštěvníky upozorňovali na město Liberec, aby ho navštívili. Co se týče zajímavostí, tak se opakovaly lokality Ještěd, Masarykova třída, Zoo nebo sportovní možnosti a architektura. Způsob, jakým by lidé poukazovali na město, byl především prostřednictvím médií. Respondenti vidí sílu ve webových stránkách, televizní reklamě nebo pomocí reklamních spotů v rádiu.

Otázka č. 13: Líbí se Vám Liberec?

Tabulka č. 13: Líbí se Vám Liberec? (zdroj: autorka)

Ot.7	abs.četn.	rel.četn
Ano	37	92,50%
Ne	3	7,50%
Celkový součet	40	100,00%



Graf č. 13: Líbí se Vám Liberec? (zdroj: autorka)

Na otázku zda se lidem Liberec líbí, odpovědělo všech 40 dotázaných respondentů. Pouze 3 dotázaným se město Liberec nelíbí. Lze tedy konstatovat, že město Liberec je mezi lidmi oblíbené a dle jejich mínění se obecně jedná o město „hezké“.

Otázka č. 14: Co se Vám na Liberci nejvíce líbí?

Tabulka č. 14: Co se na Liberci líbí nejvíce? (zdroj: autorka)

Ot.14	abs.četn.	rel.četn.
poloha	11	31,43%
staré město, architektura	7	20,00%
příroda	5	14,28%
Ještěd	3	8,57%
ostatní	9	25,72%
Celkový součet	35	100,00%



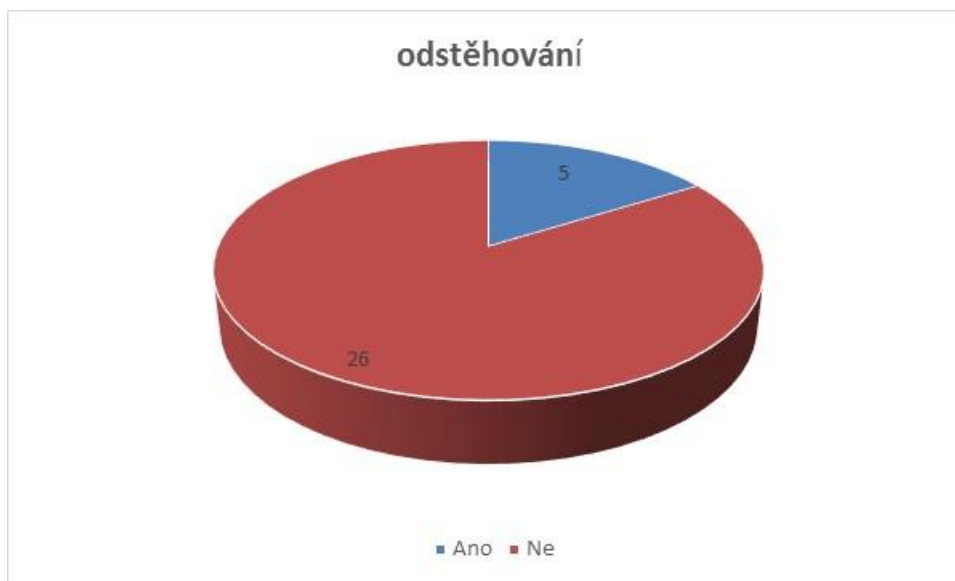
Graf č. 14: Co se na Liberci líbí nejvíce? (zdroj: autorka)

Na otázku co se lidem na Liberci nejvíce líbí, odpovědělo 35 respondentů. Nejvíce lidí oceňuje polohu města. Především oceňují blízkost Jizerských hor a bezprostřední kontakt s přírodou, kterou označilo celkem 5 dotazovaných jako to co se jim na Liberci nejvíce líbí. Mezi dalšími „top“ dotazovaní označují architekturu města nebo Ještěd. V ostatních odpovědích se vyskytovaly například možnosti sportovního vyžití nebo velikost města a jeho rozpoložení.

Otázka č. 15: Pokud zde žijete, plánujete nebo byste se chtěl odstěhovat?

Tabulka č. 15: Odstěhování (zdroj: autorka)

Ot.15	abs.četn.	rel.četn.
Ano	5	16,13%
Ne	26	83,87%
Celkový součet	31	100,00%



Graf č. 15: Odstěhování (zdroj: autorka)

K otázce týkající se odstěhování se z města Liberec se vyjádřilo 31 dotázaných. Poměr odpovědí koresponduje s odpověďmi na otázku, zda se lidem Liberec líbí. Převážné většině se Liberec líbí, a tudíž se neplánují v současné době z města odstěhovat. Odstěhovat by se chtělo nebo plánuje pouze 5 respondentů.

Otázka č. 16: Pokud jste turista, plánujete další návštěvu?

Tabulka č. 16: Návštěva Liberce v budoucnu (zdroj: autorka)

Ot.16	abs.četn.	rel.četn.
Ano	12	70,59%
Ne	5	29,41%
Celkový součet	17	100,00%



Graf č. 16: Návštěva Liberce v budoucnu (zdroj: autorka)

Na otázku zda máte v plánu další návštěvu Liberce, odpovědělo 17 respondentů. Z toho 12 další návštěvu plánuje a 5 neplánuje.

10. Shrnutí výsledků empirické části

Cílem empirické části bakalářské práce bylo zjistit, jak lidé vnímají město Liberec. Jaké jsou jeho charakteristické symboly a významné lokality. Dále bylo cílem zjistit, co se lidem na městě Liberec líbí, zda město oplývá pozitivní nebo negativní atmosférou a co takovou atmosféru ovlivňuje. Pro výzkumná zjištění byli osloveni jak obyvatelé města, tak jeho návštěvníci různého pohlaví a věku.

K dosažení stanovených cílů bakalářské práce byly zformulovány hypotézy, které byly ověřeny prostřednictvím dat získaných prostřednictvím dotazníkového šetření.

Hypotéza č. 1: Lze předpokládat, že nejvýraznějším symbolem města Liberec je spíše horský hotel a vysílač Ještěd, než liberecká radnice. Předpoklad byl ověřován otázkou č. 4. Otázka se týkala symbolů města. Co lidem město Liberec evokuje.

Hypotéza č. 2: Lze předpokládat, že lokalitou se zvláštní atmosférou bude vnímána spíše Masarykova třída, než liberecká přehrada. Předpoklad byl ověřován otázkami č. 4, 10 a 14. Otázky byly zaměřeny na místa vyzařující zvláštní energii, charakteristiku Liberce a co se dotazovaným na Liberci nejvíce líbí.

Hypotéza č. 3: Lze předpokládat, že atmosféru města ovlivňují spíše jeho obyvatelé, než návštěvníci. Předpoklad byl ověřován otázkou č. 11. Otázka byla zaměřena na to, kdo nejvíce ovlivňuje atmosféru ve městě Liberec.

9.1. Shrnutí výsledků výzkumu

Vyhodnocení hypotéz:

Hypotéza č. 1: Výzkumem bylo zjištěno, že 28 (70,00%) z celkového počtu 40 dotázaných, si jako při vyslovení „Liberce“, představí Ještěd. Pro 3 (7,50%) respondenty je pro město Liberec typická budova radnice. 3 (7,50%) respondenti uvádějí, že je to sport a 6 (15,00%) dotázaných uvádí jinou variantu. Mezi ostatními odpověďmi se vyskytovala například ZOO a přehrada.

Z odpovědí vyplývá, že pro obyvatele Liberce nebo jeho návštěvníky je typickým symbolem města Ještěd, tudíž se předpoklad č. 1 potvrzuje.

Hypotéza č. 2: Z výsledků výzkumu vyplývá, že lidé vnímají zvláštní atmosféru v Liberci v několika lokalitách. 14 (26,42%) dotázaných uvádí, že zvláštní atmosférou

oplývá Ještěd. Přehradu uvádí 10 (18,87%), Masarykovu třídu 9 (16,98%), Lidové sady 7 (13,21%) a ostatní lokality 13 (24,52%) dotázaných. Jako ostatní místa, kde dotázaní pociťují cosi zvláštního, uvádějí náměstí Pod Branou, areál výstaviště, nebo oblast „Papírového náměstí“.

Ze získaných odpovědí vyplývá, že jako lokalitu se zvláštní atmosférou lidé vnímají převážně Ještěd. Druhý nejvyšší počet odpovědí získala liberecká přehrada a až za ní Masarykova třída. Předpoklad č. 2 se tedy nepotvrdil.

Hypotéza č. 3: Z výsledků výzkumu vyplývá, že pro 26 (65,00%) dotázaných jsou to samotní obyvatelé města, kdo nejvíce ovlivňují jeho atmosféru. 8 (20,00%) respondentů je toho názoru, že je to vedení města a po 3 (7,50%) dotázaných si myslí, že to jsou turisté nebo místní firmy.

Dle získaných odpovědí bylo zjištěno, že to jsou obyvatelé města, kdo z největší části ovlivňuje jeho atmosféru a předpoklad č. 3 se tedy potvrdil.

9.2. Diskuze

Výzkumné šetření bakalářské práce bylo zaměřeno na zjištění, jak je město Liberec vnímáno mezi jeho obyvateli nebo návštěvníky. Jaké lokality ve městě jsou dle jejich názoru hodnotné, co považují za jeho největší pozitiva, zda se jim město líbí a kdo a co ovlivňuje celkovou atmosféru ve městě.

Do výzkumného vzorku byli zahrnuti lidé pohybující se ve městě Liberec, jeho obyvatelé, návštěvníci nebo ti, kteří do města dojíždějí za prací nebo studiem. Získané odpovědi jsou především od respondentů, kteří v Liberci trvale žijí.

Z výsledků výzkumu vyplynulo, že město Liberec je v podvědomí lidí oblíbené a že se jedná o město, které samo o sobě oplývá pozitivní atmosférou. Tato atmosféra se mění především v průběhu roku střídáním ročního období. Důvodem je fakt, že město má dlouholetou sportovní tradici, a to především v oblasti zimních sportů. V zimním období v Liberci lidí přibývá a naopak v létě je město poloprázdné, což je také dáno odchodem studentů, kteří atmosféru v Liberci také spoluutvářejí.

Dle získaných odpovědí lidé Liberec mají rádi a jako město se jim líbí. Jako největší a typický symbol Liberce je dle předpokladů vnímán Ještěd. Ještěd je i lokalitou, kde lidé pociťují zvláštní atmosféru. Lze tedy konstatovat, že Ještěd je místo s „*geniem loci*“. Mezi další lokality v Liberci, kde lidé pociťují onoho „*genia loci*“ patří

liberecká přehrada Harcov, Liebiegovo městečko, nebo „papírové náměstí“. Velmi dominantní je Masarykova třída. Lidé ji označovali v jednotlivých odpovědích sice méně než Ještěd nebo přehradu, ale jako další lokality se zvláštní atmosférou označovali Lidové sady, areál výstaviště nebo Zoo, které na Masarykovu třídu bezprostředně navazují nebo jsou její součástí. Je tedy možné říci, že celá tato oblast Liberce je obecně vnímána velmi pozitivně, je oblíbená a přítomnost „genia loci“ je de facto nepřehlédnutelná.

Dle názoru dotázaných jsou to obyvatelé města, kteří nejvíce ovlivňují jeho atmosférou. Obecně je možné říci, že to nejsou jen obyvatelé, ale celkově všichni lidé, kteří se ve městě pohybují. Ať už v Liberci žijí, navštěvují ho, nebo jsou to studenti, především všichni lidé jsou tvůrci atmosféry. Jako další element, kdo ovlivňuje atmosféru je vedení města. Vedení města ovlivňuje jeho atmosféru svými rozhodnutími, které jsou mnohdy v nesouladu s jeho obyvateli.

Celkově lidé na Liberci oceňují jeho velikost, polohu a především bezprostřední kontakt s přírodou. Liberec je město obklopené horami. Jizerské hory a Ještědsko-kozákovský hřbet jsou jak v pěší dostupnosti, tak velmi dobře dostupné prostřednictvím MHD. Příroda je pravděpodobně největším odůvodněním oblíbenosti Liberce. Naopak jako negativní je vnímána městská zástavba, především nárůst obchodních center v posledních letech v lokalitách, kde by místní raději viděli plochy veřejné zeleně, to odůvodňuje názory některých z dotázaných, že ti kdo ovlivňují atmosféru v Liberci, jsou lidé ve vedení města.

9.3. Doporučení

Navrhovaná opatření jsou pouze podněty pro vedení města Liberce. Jelikož je Liberec krajským městem mohou být získaná data přínosem i pro krajskou správu nebo Českou centrálu cestovního ruchu. Výsledky mohou být využity pro budování značky města a pro jeho další propagaci. Při realizaci jakýchkoliv změn je nutné jejich zvážení, realizovatelnost a především finanční možnosti.

Zapojení obyvatel města při rozhodování

Město by mělo více spolupracovat s jeho samotnými obyvateli. Názory obyvatel jsou důležité, město by se mělo snažit v rámci možností vyjít vstříc jejich požadavkům. Pro fungující město je spolupráce obyvatel s decizní sférou důležitým faktorem.

Marketing města a jeho propagace

Město Liberec má velký potenciál, aby se stalo hlavním turistickým centrem na severu Čech. Nejen proto by se město mělo ve větší míře věnovat jeho propagaci. Reklama a vizuální styl města je důležitý pro podvědomí lidí. Liberec by měl využít moderních technologií v této oblasti a vytvořit městu jednotný vizuální styl s poutavým logem.

Plochy veřejné zeleně

Plochy veřejné zeleně jsou v Liberci v několika posledních letech velmi diskutovaným tématem. Faktem zůstává, že veřejné parky uvnitř města chybí a lidé se zatím marně dovolávají jejich zřízení. V centru jsou dvě velké lokality, kde by bylo možné park realizovat. První z nich je nevyužitá plochy na Perštýně, která se pro zřízení odpočinkové plochy přímo nabízí. Spodní centrum města je v podstatě bez zeleně. Druhou lokalitou je dosud nevyužitá plocha po bývalé Textilaně. Ta by mohla být cílem odpočinku obyvatel přilehlých sídlišť Broumovská, Na Bídě a Králův Háj.

„Papírové náměstí“

Velmi cennou lokalitou v centru Liberce je oblast tzv. Papírového náměstí (viz příloha č. 2). Revitalizace této oblasti by zatraktivnila celé centrum města a „oživila ho“. Rekonstrukce by přilákala nové nájemníky, investory a především malé a střední podnikatele, kteří v centru Liberce chybí.

Závěr

Bakalářská práce je zaměřena na město Liberec a především na jeho postavení v podvědomí široké veřejnosti.

V teoretické části práce jsou vymezeny základní pojmy týkající se dané problematiky. Jejich výskyt v literatuře a základní definice. Úvodní část se zabývá termínem *genius loci*. Je vysvětlen historický původ spojení a význam. Stěžejní část rešeršní části je pak věnována dílu o *geniu loci* Christiana Norberga-Schulze. Spolu s hlavním tématem práce jsou vysvětleny pojmy místo, image a marketing míst.

Na rešeršní část bakalářské práce navazuje teoretická část zabývající se městem Liberec. Stručně je popsána charakteristika města a to jakým způsobem se město snaží o svou propagaci. Dále jsou jednotlivé kapitoly věnovány oblastem charakterizující město Liberec, především oblast sportu, kultury, sochařství nebo naopak negativnímu trendu posledních let, obchodním centřům. Samostatná kapitola je věnována významným osobnostem, kteří zanechali ve městě Liberec stopy.

Cílem empirické části bakalářské práce bylo zjistit, jak město Liberec vnímají lidé, kteří se v něm pohybují. V rámci výzkumu bylo osloveno celkem 40 respondentů různého pohlaví a věku. Pro naplnění cíle empirické části práce bylo zvoleno dotazníkové šetření a byly stanoveny hypotézy, které byly pomocí jednotlivých otázek v dotazníku potvrzeny nebo vyvráceny. Výsledky dotazníkového šetření jsou prezentovány v tabulkách a grafech. V závěrečném zhodnocení jsou pro decizní sféru navržena praktická opatření.

Ačkoliv v jednotlivých otázkách nebyl použit termín *genius loci*, úkolem bylo vytyčení lokalit v Liberci, kde je možné *genia loci* pocítit. Výzkumné otázky byly zaměřeny především na lokality, kde lidé cítí zvláštní atmosféru nebo na místa vyzařující zvláštní energii.

Názory jednotlivých respondentů byly různé, ale celkově lze konstatovat, že všechny na začátku stanovené hypotézy byly potvrzeny. Nejvíce na městě lidé oceňují jeho polohu, blízkost přírody a hor. Jako typický symbol Liberce je vnímán Ještěd. Lze říci, že místa, kde lidé cítí přítomnost *genia loci*, jsou městské dominanty jako přehrada, Masarykova třída a Lidové sady, Liebiegovo městečko nebo také „Papírové náměstí“. Pozitivním zjištěním je fakt, že lidem se město Liberec líbí a lze říci, že je oblíbené.

Na základě zjištěných faktů jsou státní správě navrhnutá doporučení, jak by bylo možné město Liberec zatraktivnit, a to jak pro jeho stávající obyvatele, tak pro návštěvníky.

Seznam použitých informačních zdrojů

- ARCDATA PRAHA. S.R.O. *Digitální vektorová geografická databáze České republiky ArcČR® 500*. 2014.
- CÍLEK, Václav. *Genius loci*. In: Lidé a země. 2002, roč. 51, č. 9, s. 668-673. ISSN 0024-2896.
- CÍLEK, Václav. *Prohlédni si tu zemi*. Praha: Dokořán, 2012. ISBN 978-80-7363-419-3.
- DAY, Christopher. *Duch a místo*. Brno: ERA, 2004. ISBN 80-86517-95-0.
- JANEČKOVÁ, Lidmila a Miroslava VAŠTIKOVÁ. *Marketing měst a obcí*. Praha: Grada, 1999. ISBN 80-7169-750-8.
- KARPAŠ, Roman a kol. *Kniha o Liberci*. Liberec: Dialog, 1996. 664 s. ISBN 80-86761-13-4.
- KOTLER, P., HEIDER, D. H., REIN, I. *Marketing Places: Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities, States and Nations*. New York: The Free Press, 1993. ISBN 0029175968.
- HRADIL, Radomil. *Duše měst*. Hranice: Fabula, 2010. ISBN 978-80-86600-67-3.
- MATLOVIČ, René a Kvetoslava MATLOVIČOVÁ. *Česká geografie v Evropském prostoru: Koncept miesta vo vývoji geografického myslenia*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2007. ISBN 978-80-7040-986-2.
- MATLOVIČOVÁ, Kvetoslava. *Analýza interného imidžu mesta Prešov*. Prešov, 2011. Vědecká práce. Univerzita Prešov.
- NORBERG-SCHULZ, Christian. *Genius loci: krajina, místo, architektura*. 2. vyd. Praha: Dokořán, 2010. 219 s. ISBN 978-80-7363-303-5.
- NOVOTNÝ, Jaroslav. *Krajina, řeč a otevřenost Bytí: Studie k Heideggerovu existenciálnímu pojetí prostorovosti*. Praha: Univerzita Karlova-Fakulta humanitních studií, 2006. ISBN 80-239-8972-3.
- VÁVRA, Jaroslav. Jedinec a místo, jedinec v místě, jedinec prostřednictvím místa. *Geografické rozhledy*. 2008/2009, roč. 18, č. 4.
- VENCÁLEK, Jaroslav. *Genius loci*. In: Geografické rozhledy. 2008/2009, roč. 18, č. 4, s. 4-5. ISSN 1210-3004.

VYSEKALOVÁ, Jitka a Jiří MIKEŠ. *Image a firemní identita*. Praha: Grada, 2009. ISBN 978-80-247-2790-5

ZELENKA, Josef. *Percepce krajiny a genius loci*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2008. ISBN 978-80-7041-191-9.

ZEMAN, Jaroslav. *LIBEREC, urbanismus, architektura, industriál, pomníky, objekty, památky*. Liberec, 2007. ISBN 978-80-86660-33-2.

Internetové zdroje:

Brožura Hollandia Liberec. [online]. [cit. 2013-09-30]. Dostupné z: <http://www.buildingworld.cz/pdf/shopping.pdf>

ČSÚ [online]. 2013 [cit. 2013-09-30]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/home>

Liberec-architektura na severu Čech. [online]. [cit. 2013-09-27]. Dostupné z: <http://liberec-reichenberg.net>

Liberecká drbna [online]. 2013 [cit. 2013-09-30]. Dostupné z: <http://www.libereckadrba.cz/kauzy-a-temata/dira-na-perstyne-nemusi-byt-ostudou-rika-student.html>

Městské informační centrum Liberec [online]. 2013 [cit. 2013-09-30]. Dostupné z: <http://www.infolbc.cz/>

Mestskymarketing.cz. [online]. 2014 [cit. 2014-1-10]. Dostupné z <http://www.mestskymarketing.cz/index.php>.

Náš Liberec [online]. 2011 [cit. 2013-09-30]. Dostupné z: <http://www.nasliberec.cz/aktuality/kdo-a-jak-vydelal-na-jame-na-libereckem-perstyne-200-milionu.php>

SIAL [online]. 2013 [cit. 2013-09-30]. Dostupné z: <http://www.sial.cz/>

Statutární město Liberec [online]. 2013 [cit. 2013-09-30]. Dostupné z: <http://www.liberec.cz/cz/>

Seznam příloh

Příloha č. 1 – Dotazník viz s. 31

Příloha č. 2 – Fotodokumentace viz s. 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 31

Příloha 1

DOTAZNÍK

Genius loci Liberce

Dobrý den,

Děkuji za několik minut Vašeho času pro vyplnění následujícího dotazníku. Dotazník se týká města Liberec, jeho charakteristik a toho, jakým způsobem je vnímán lidmi, jež v něm žijí, pracují nebo ho navštěvují. Dotazník je anonymní a data budou použita výhradně v mé bakalářské práci.

S pozdravem

Michaela Gromovská

Technická univerzita v Liberci

Fakulta Přírodovědně-humanitní a pedagogická

Katedra geografie

michaela.gromovska@tul.cz

1. Pohlaví

- a) Žena
- b) Muž

2. Věk

- a) 0-17
- b) 18-25
- c) 26-40
- d) 41-60
- e) 61 a více

3. Jaký je Váš vztah k městu Liberec?

- a) Bydlím zde
- b) Dojíždím do školy
- c) Dojíždím za prací
- d) Turista

4. Co Vás napadne jako první když se řekne Liberec?

5. Jsou místa, která oplývají zvláštní atmosférou, myslíte si, že takovou atmosféru Liberec vyzařuje?

- a) Ano
- b) Ne
- c) Nevím

- 6. Je tato atmosféra pozitivní nebo spíše negativní?**
- a) Pozitivní
 - b) Negativní
 - c) Nevím
- 7. Co byste řekli, že je pro atmosféru Liberce charakteristické?**
- 8. Změnila se atmosféra v Liberci od dob Vašeho dětství, nebo od té doby kdy jste se přistěhoval, popřípadě město navštívil v minulosti a jakým způsobem?**
- 9. Mění se atmosféra v Liberci během roku? Pokud ano, jakým způsobem.**
- 10. Která místa nebo lokality v Liberci vyzařují zvláštní energii?**
- 11. Kdo nebo co nejvíce ovlivňuje celkovou atmosféru Liberce?**
- a) Obyvatelé
 - b) Turisté
 - c) Místní firmy
 - d) Vedení města
- 12. Jak byste na Liberec upozornil případné návštěvníky?**
- 13. Líbí se Vám Liberec?**
- a) Ano
 - b) Ne
- 14. Co se Vám na Liberci nejvíce líbí?**
- 15. Pokud zde žijete, plánujete nebo byste se chtěl odstěhovat?**
- a) Ano
 - b) Ne
- 16. Pokud jste turista, plánujete další návštěvu?**
- a) Ano
 - b) Ne

Příloha 2



Obrázek č. 2: Oblastní Galerie viz s. 23(zdroj: autorka, datum pořízení snímku 20. 4. 2014)



Obrázek č. 3: výstaviště viz s. 23 (zdroj: autorka, datum pořízení snímku 20. 4. 2014)



Obrázek č. 4: Severočeské muzeum viz s. 23 (zdroj: autorka, datum pořízení snímku 20. 4. 2014)



Obrázek č. 5: Lidové sady viz s. 23 (zdroj: autorka, datum pořízení snímku 20. 4. 2014)



Obrázek č. 6: Lidové sady viz s. 23 (zdroj: autorka datum pořízení snímku 20. 4. 2014)



Obrázek č. 7: Lidové sady viz s. 23 (zdroj: autorka, datum pořízení snímku 20. 4. 2014)



Obrázek č. 8: NG Plaza viz s. 23 (zdroj: autorka, datum pořízení snímku 20. 4. 2014)



Obrázek č. 9: návrh studenta viz s. 24 (zdroj: libereckadrbna.cz)



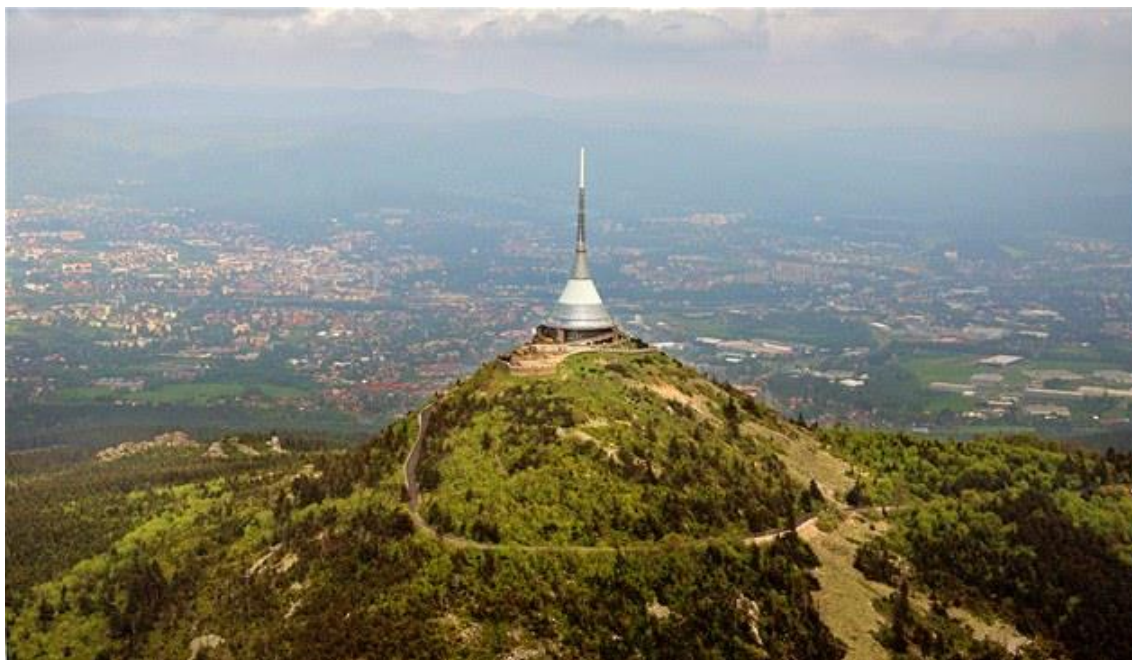
Obrázek č. 10: Liebiegova městečko viz s. 25 (zdroj: autorka, datum pořízení fotografie 5. 12. 2013)



Obrázek č. 11: Liebiegovo městečko viz s. 25 (zdroj: autorka, datum pořízení fotografie 5. 12. 2013)



Obrázek č. 12: Liebiegovo městečko viz s. 25 (zdroj: autorka, datum pořízení fotografie 5. 12. 2013)



Obrázek č. 13: Ještěd viz s. 26 (zdroj: liberec.idnes.cz)



Obrázek č. 14: OD Ještěd viz s. 26 (zdroj: Liberec-architektura na severu Čech. [online]. [cit. 2012-12-16]. Dostupné z: <http://liberec-reichenberg.net>)



Obrázek č. 15: sochy před Bytexem viz s. 27 (zdroj: autorka, datum pořízení snímku 20. 4. 2014)



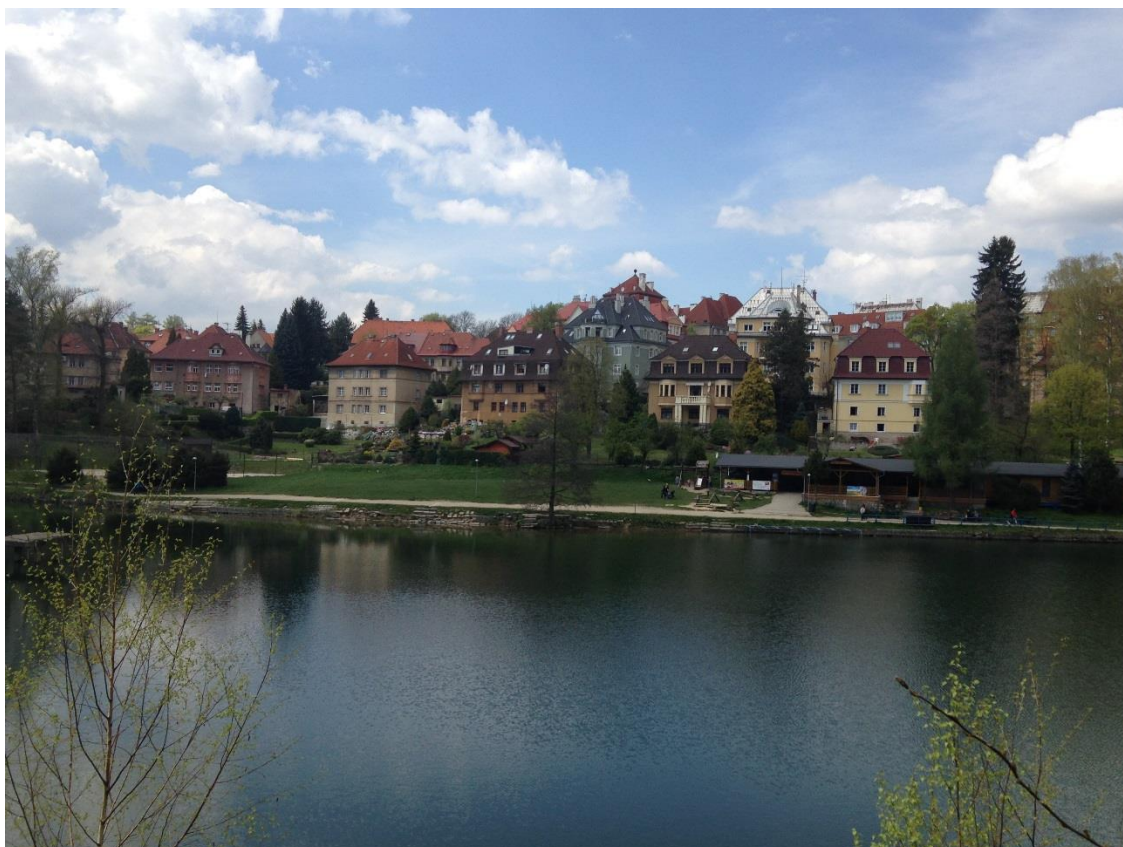
Obrázek č. 16: zastávka viz s. 27 (zdroj: autorka, datum pořízení snímku 20. 4. 2014)



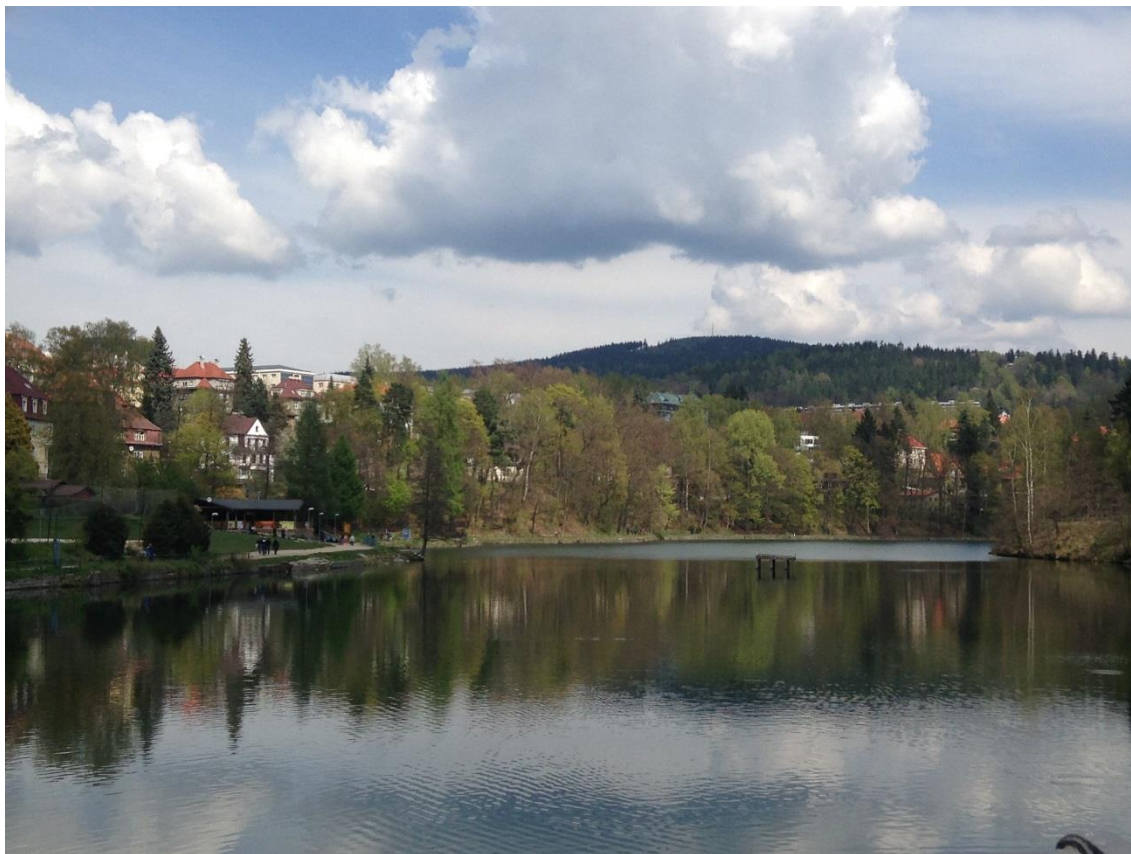
Obrázek č. 17: kočky viz s. 28 (zdroj: autorka, datum pořízení snímku 20. 4. 2014)



Obrázek č. 18: radnice viz s. 30 (zdroj: autorka, datum pořízení snímku 20. 4. 2014)



Obrázek č. 19: přehrada viz s. 30 (zdroj: autorka, datum pořízení snímku 20. 4. 2014)



Obrázek č. 20: přehrada viz s. 30 (zdroj: autorka, datum pořízení snímku 20. 4. 2014)



Obrázek 21: Papírové náměstí viz s. 50 (zdroj: autorka, datum pořízení snímku 20. 4. 2014)



Obrázek č. 22: Papírové náměstí viz s. 50 (zdroj: autorka, datum pořízení snímku 20. 4. 2014)



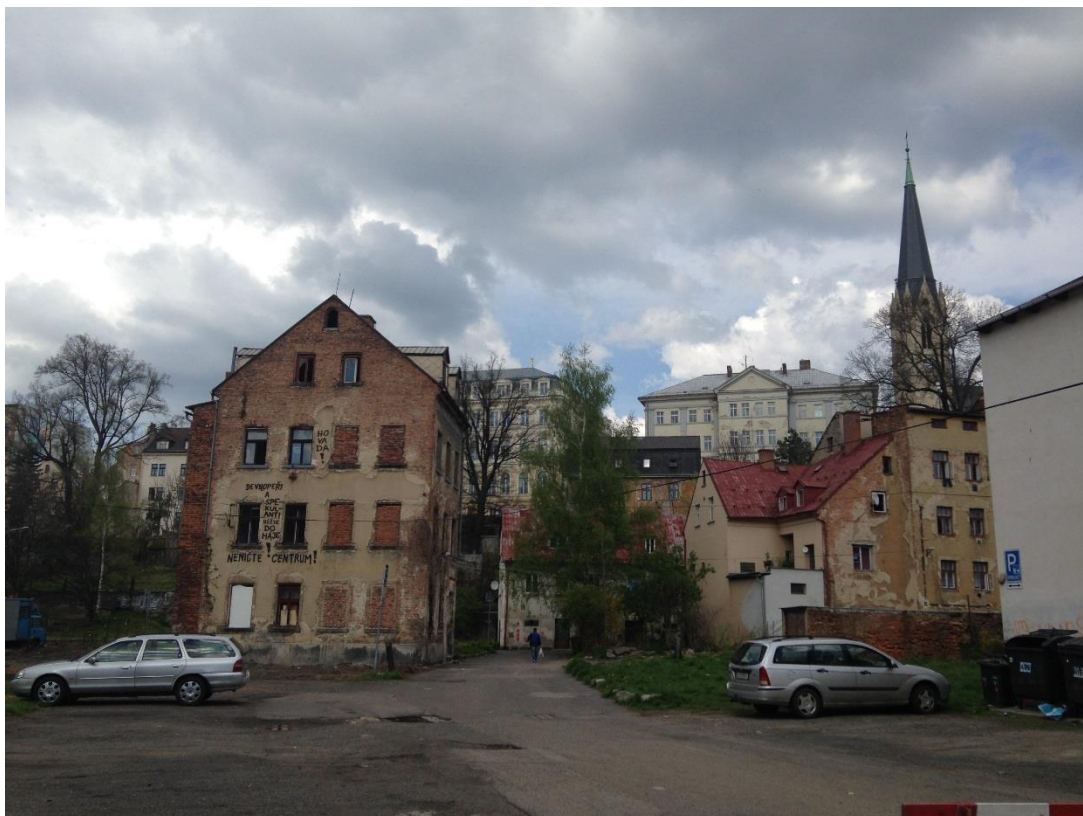
Obrázek č. 23: Papírové náměstí viz s. 50 (zdroj: autorka, datum pořízení snímku 20. 4. 2014)



Obrázek č. 24: Papírové náměstí viz s. 50 (zdroj: autorka, datum pořízení snímku 20. 4. 2014)



Obrázek č. 25: Papírové náměstí viz s. 50 (zdroj: autorka, datum pořízení snímku 20. 4. 2014)



Obrázek č. 26: Papírové náměstí viz s. 50 (zdroj: autorka, datum pořízení snímku 20. 4. 2014)