

Zpráva o výzkumu rizikového chování na ulici Obchodná Bratislava

Studie byla hrazená z veřejných zdrojů hlavního města Bratislava na základě objednávky Magistrátu hlavního města Bratislava (OTS 1903619).

prosinec 2019

Mgr. Ida Kaiserová, PhD.

Mgr. Petr Matoušek

1. Úvod	4
2. Metodologie	5
2.1. Aplikovaná sociologie	5
2.1.1. Grounded theory	6
2.1.2. Případová studie	7
2.2. Metody	8
2.2.1. Polostrukturované rozhovory	8
2.2.2. Pozorování	9
2.2.3. Studium dokumentů	9
2.3. Postup analýzy	10
3. Popis lokality	11
3.1. Popis lokality – sociální kontext	11
3.2. Popis lokality – urbánní kontext	12
3.3. Popis lokality – teoretický kontext	13
4. Analýza	18
4.1. Drinking culture	18
4.1.1. Drinking culture jako součást globalizace	18
4.1.2. Stag-party turistika	19
4.1.3. Drinking culture jako jednání rituálu přechodu	20
4.1.4. Párty-slava a spolek Pohoda	21
4.2. Mediální obraz Obchodní	22
4.3. Poznámka o násilí	24
4.4. Obchodní ulice a koncept dopravy	24
4.5. Dlažba	25
4.6. Automobilový provoz v ulici	26
4.7. Právní normy	26
4.7.1. Zákon o ochraně pred zneužívaním alkoholických nápojov...	27
4.7.2. Vyhláška o „zákaze požívania alkoholických nápojov na verejne prístupných miestach na území hlavného mesta SR Bratislavy“	29
4.7.3. Vyhláška o „pravidlách času predaja v obchode a času prevádzky služieb na území mestskej časti Bratislava – Staré Mesto“	31

4.8. Vlastnická struktura	33	
4.8.1. Stavebně-historický vývoj	33	
4.8.2. Restaurace s levným alkoholem	35	
4.8.3. Vlastnické vztahy	36	
4.8.4. Památková ochrana	36	
4.9. Základní mapování CS	38	
4.9.1. Popis cílové skupiny	38	
4.9.2. Časový řez	41	
4.10. Zranitelné skupiny	42	
5. Závěr	44	
5.1. Urbánní dimenze prostoru a doporučení k jejímu zlepšení	45	
5.2. Sociální dimenze prostoru a doporučení k jejímu zlepšení	47	
5.3. Shrnutí	50	
6. Literatura	51	

Neprošlo jazykovou úpravou.

1. Úvod

Text předkládané zprávy shrnuje výsledky sociologického šetření realizovaného v rámci zakázky Magistrátu hlavního města SR Bratislavy. Zakázka byla formulována takto: **Výskumné zisťovanie zamerané na možnosti podporných intervencií reagujúce na riešenie problematiky porušovania verejného poriadku a užívania návykových látok na exponovaných miestach mesta Bratislava, konkrétne na ulici Obchodná.¹**

Terénní šetření a následná analýza probíhaly v období říjen 2019 – leden 2020. Autoři výzkumu – sociologové Mgr. Petr Matoušek a Mgr. Ida Kaiserová, PhD., ve svém výzkumu postupovali podle podkladů zadavatele. Ten měl specifický zájem o cílovou skupinu mladých lidí (pod 18 let), kteří zde pijí alkohol a jejichž přítomnost je negativně hodnocena dalšími uživateli tohoto prostoru. Mimo tuto specifikovanou skupinu se autoři zaměřili také na analýzu prostoru a jeho urbánních a sociálních souvislostí. Provedená analýza je syntézou obou přístupů.

Obchodní ulice coby součást širšího městského centra Bratislavy je tvořena smíšenou zástavbou malých jednopatrových domů s rozsáhlými dvory bývalých vináren a dále vyšší zástavbou činžovních domů, které tvoří zástavbu v okolních ulicích. V ulici je zakázán provoz motorových vozidel, vede zde však několik tramvajových linek a během dne tak ulice plní významnou tranzitní funkci.

Ulice byla v průběhu 20. let důležitým komerčním centrem, jehož význam upadl na přelomu tisíciletí, kdy byla ve městě vystavěna první obchodní centra, která odsud odvedla zákazníky i jejich kupní sílu. Ulice byla také poznamenána řadou nevhodných stavebních zásahů a rozdrobenou majetkovou strukturou. V současnosti je místem levných nákupů, rychlého občerstvení a noční zábavy spojené s pitím alkoholu.

Sociální jednání cílové skupiny autoři analyzovali v kontextu sociologického pojmu „drinking culture“ (kultura pití alkoholu), který umisťuje jednání mladých Bratislavanů do globálního kontextu sociálního života mládeže, ovlivněného fenomény komercializace a sociálních sítí.

Dalším zdrojem porozumění jednání cílové skupiny byla analýza postupů institucí zodpovědných za dodržování řady formálních pravidel určených k regulaci (především nočního) života v centru města. Součástí šetření tak byla realizace rozhovorů s představiteli dotčených institucí (policie, správní odbor, odbor hlavní architektky). Další

¹ V dalším textu uvádíme název zkoumané ulice v českém překladu a také ji česky skloňujeme, stejně jako ostatní bratislavská místopisná jména. Výjimkou jsou citace ze slovenských textů.

rozhovory byly provedeny s majiteli a provozovateli některých vybraných místních podniků a také se zástupci neziskového sektoru. Všechny tyto rozhovory nám byly zdrojem porozumění tomu, jak přesně funguje sociální dění na Obchodní ulici a jakou roli má v tomto prostoru naše cílová skupina.

Vedle polostrukturovaných, plánovaných rozhovorů se zástupci institucí a organizací jsme provedli také desítky rozhovorů během naší noční terénní práce. Tyto rozhovory nám pomohly k tomu, abychom si vytvořili představu o tom, jak vypadá „pití alkoholu“ dnešních mladých Slováků či mladých cizinců, kteří do Bratislavy přijíždějí studovat nebo se jenom krátce pobavit.

Součástí našeho šetření bylo také studium řady rozličných dokumentů — zákonů, úprav, odborné literatury, dokumentů vydaných dotčenými institucemi a řady mediálních zpráv věnovaných nočnímu i dennímu životu v Bratislavě. Získaná data jsme postupně analyzovali s ohledem na zadání: možnost intervencí ze strany magistrátu do zkoumaného prostoru tak, aby se omezilo narušování veřejného pořádku a také snaha podpořit v daném prostoru zájmy cílové skupiny. Naše závěry jsou shrnuty do jednotlivých doporučení, vycházejících z analýzy dat.

2. Metodologie

V kapitole věnované metodologii se věnujeme popisu obecné metodologie kvalitativního výzkumu, který propojujeme s aplikovanou sociologií. V druhé části se věnujeme představení konkrétních metod, které jsme při zpracování studie využili.

2.1. Aplikovaná sociologie

Kvalitativní sociologické metody jsou orientované na interpretaci zkoumaných fenoménů z pohledu jednotlivců, malých skupin. Neopírají se o statistické předpoklady chování populací (získám-li odpověď na stejnou otázku od dostatečně velkého — reprezentativního — vzorku lidí, mohu takovou odpověď zobecnit na celou společnost), oproti tomu předpokládají, že zvolený fenomén je třeba zkoumat do hloubky, v kontextu jeho souvislostí, tak jak se vyskytuje v žitém světě lidí. Namísto reprezentativity vzorku nabízí tzv. reprezentativitu problému — analýza jednotlivého případu má přesah a v určité míře se opakuje v různých jiných kontextech města, městské politiky a interakcí skupin lidí.

Výzkum studie o rizikovém chování na ulici Obchodní, byl realizován jako výzkum aplikovaný. Zatímco cílem výzkumu základního je rozšiřovat lidské poznání v určité oblasti, toto poznání zobecňovat a tím postupně budovat obecné teorie, aplikovaný výzkum takové ambice nemá. Usiluje stejně jako základní výzkum o zvýšení našeho porozumění předem zvolenému konkrétnímu problému, ale rozsah nabytých poznatků je relativně úzký, zaměřený zpravidla na konkrétně vymezený problém a jeho úkolem je výsledky srozumitelně vysvětlit zadavateli a poskytnout mu základní vodítka pro řešení.

2.1.1. Grounded theory

Nechceme zatěžovat čtenáře rozsáhlou sociologickou teorií, ale je nutné zmínit základní postup, jakým jsme studii zpracovávali, protože to má vliv i na konkrétní výsledky a strukturu tohoto textu. Princip grounded theory upozorňuje na postup kvalitativního výzkumu, který má logickou strukturu indukce — od konkrétních údajů směrem k zobecnitelným závěrům až k akademické teorii. „Nezačínáme teorií, kterou bychom následně ověřovali. Spíše začínáme zkoumanou oblastí a necháváme, ať se vynoří to, co je v této oblasti významné.“² Začínáme tedy od nuly, bez předporozumění — bez očekávání toho, co se v terénu (tedy na Obchodní ulici) děje.

Tato „nulová znalost“ je částečně v rozporu s tím, že jsme přijali zadání, které již vychází ze znalosti a problematiky území. Zadání takového výzkumu tedy území strukturuje, ohraničuje, hierarchizuje a upozorňuje na důležité problémy v lokalitě. Zároveň tím i trochu předjímá a předpokládá v položených otázkách výsledky takového výzkumu. V tomto bodě se tedy objevuje rozpor v přístupu k lokalitě na straně zadavatele a na straně řešitelů. Zatímco zadavatelé vystupují v roli těch, kteří vědí, řešitelé se snaží o maximální citlivost k jevům v lokalitě.

Jsme si vědomi, že se v textu projevuje jistý posun mezi zadáním, které řešitelé obdrželi, a výslednými závěry. Bývá obvyklé, že výzkumníci v terénním šetření narazí na souvislosti, které do zprávy a analýzy musí zapracovat, neboť kauzálně ovlivňují zkoumaný problém. Též se objeví i zjištění, že zkoumaný problém není tak palčivý, není spjatý pouze s místem, ale je spíše celospolečenským fenoménem. V každém případě neponecháváme otázky zadavatele stranou, ale posuny v tématu vysvětlujeme v části věnované výsledkům analýzy.

² Strauss, A., Corbinová, J. (1999): *Základy kvalitativního výzkumu. Postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Boskovice: Albert, 1999.

2.1.2. Případová studie

Případová studie je způsob, jakým lze analyzovat konkrétní případ, případně několik případů vedený snahou porozumět jejich dynamice a jejich ukotvení do sociální struktury každodenního světa. Případ je vždy specifický, ale zároveň komplexně včleněný do spleti světa — a to strukturálně, prostorově i časově. Případová studie nemá jednotný metodologický design, je provázanou výzkumnou strategií, která obsahuje různé metody, a nástroje jak sběru dat, tak i následné analýzy. Na rozdíl od jiných výzkumných strategií neexistuje u případové studie běžně opakovatelná rutina postupu, což z ní dělá poměrně obtížnou výzkumnou strategii (Yin 2003a: 57)³.

Případová studie má obvyklé etapy jako každá jiná výzkumná strategie: sběr dat, práce s teoretickými koncepty, analýza a psaní textu. Tyto etapy provází etické premisy, které jsou základní součástí každé výzkumné zprávy. Metoda případové studie má i své slabé stránky, většinou (např.: Jelínková, 2011, 194)⁴ jsou uváděny tyto:

- Problém generalizace (zobecnitelnosti)
- Problém objektivity
- Slabá empirická podloženost
- Nedostatečně zdůvodněný výběr případu
- Nemožnost opakování

Nejdůležitější výtky vychází z toho, že každý případ je unikátní a proto nelze získané výsledky zobecnit. Tuto výtku lze v našem případě odmítnout, neboť se věnujeme ve velké míře takovým teoretickým konceptům, které již zobecněny jsou a u kterých prokazujeme souvislost se zkoumanými problémy v území. Stejně tak se opakuje struktura (uspořádání) úřadů — ať již magistrátu nebo místní městské části, kterým se během šetření věnujeme též. I proto si myslíme, že lze naši studii opakovat a porovnávat s dalšími a dalšími případy zásahů do veřejných prostranství v různých městech a obcích.

Problematický je výběr případu a jeho zdůvodnění. Při výběru jsme především respektovali výběr zadavatele s jeho znalostí terénu a tématu. Tuto znalost nijak nezpochybňujeme, ale upozorňujeme na odlišnosti v zadávací dokumentaci a zjištěními uskutečněnými v terénu.

³ Yin, R.K. (2003): *Case Study Research: Design and Methods*. London: SAGE.

⁴ Jelínková, M. (2011). Případová studie. In M. Nekola, H. Geissler, & M. Muralová (Eds.), *Současné metodologické otázky veřejné politiky* (pp. 194-220). Praha: Karolinum.

Pokud bychom definovali případovou studii, souhlasíme s Helen Simons (2009: 21)⁵, která definuje případovou studii jako „hlubkové prozkoumávání z rozmanitých perspektiv složitosti a komplexity konkrétního projektu, politiky, instituce nebo systému v kontextu reality. Je založená na výzkumu, zahrnuje různé metody a stojí na faktech. Její primární účel je přinesení hlubokého porozumění určitému tématu, programu, politice, instituci, nebo systému, aby generovaly poznání a/nebo formovaly vývoj politik, odborné postupy a občanskou nebo společenskou činnost.“

2.2. Metody

Výzkumné metody, které představujeme v následujících kapitolách, jsou standardními kvalitativními metodami. Používají se při sběru dat, která jsou následně analyzována. Kvalitativní metody jsou specifické v tom, že pro porozumění analyzovaného problému není využívána pouze jedna metoda, ale spíše jejich kombinace.

2.2.1. Polostrukturované rozhovory

Základní metodou, kterou jsme v tomto výzkumném šetření používali, byly polostrukturované rozhovory. Tyto rozhovory byly vedeny individuálně. Jejich podstatou je rozhovor s otevřenými otázkami, které jsou zčásti předem připravené, zčásti vznikají jako reakce na předchozí odpovědi a témata, která byla v rozhovoru otevřena. Výzkumník má během polostrukturovaného rozhovoru jakýsi základní plán možných souvislostí zkoumaného tématu. Snaží se postupně dostat ke všem těmto souvislostem. Může se stát, že obsah rozhovoru nastolí jiná, dosud nepojmenovaná témata. Zde záleží na výzkumné citlivosti sociologa, zda se bude snažit tato nová témata více rozvíjet, či nikoli.

Rozhovory jsou zaznamenávány na diktafon, případně do výzkumného deníku. Jejich přepisy pak slouží jako podklady pro další analýzu. Během dvou pobytů v Bratislavě jsme uskutečnili jedenáct hlubkových rozhovorů s představiteli těchto institucí a organizací: státní policie, městská policie, útvar hlavní architektky hl. města Bratislavy, oddělení přestupků městské části, oddělení sociálních věcí magistrátu hlavního města Bratislavy.

Dále jsme mluvili s představiteli neziskového sektoru — s představiteli občanského sdružení „Odysseus“, občanského sdružení „Obchodná ulica a okolie“ a dále a dále jsme uskutečnili po jednom rozhovoru s majitelem a nájemcem podniků na Obchodní a také se zástupcem LGBT komunity ve městě. Uskutečnili jsme také cca 20 rozhovorů s

⁵ Simons, H. (2009). Case study research in practice. London, : SAGE Publications

mladými návštěvníky podniků s levným alkoholem (včetně čtyř studentek z Francie) a 10 rozhovorů s nočními chodci (zhruba polovina byli Němci a Rakušané) – návštěvníky Obchodní ulice.

Na počátku našeho terénního šetření se uskutečnilo za pomoci zadavatele setkání s některými provozovateli a zaměstnanci místních podniků. Setkání proběhlo formou skupinového rozhovoru s účastníky.

2.2.2. Pozorování

Pozorování je standardním postupem sociologie, umožňuje sledovat kromě komunikace i neverbální projevy nějakého jednání, jeho kontext, včetně fyzického prostoru, ve kterém se odehrává atd. Z pozorování vznikají terénní poznámky, které co nejpodrobněji a s co nejmenším odstupem zaznamenávají pozorovanou situaci. Terénní poznámky se analyzují stejným způsobem jako ostatní sebraná data (rozhovory, dokumenty...).

Předmětem našeho pozorování byla především Obchodní ulice, ale v souvislosti se zkoumanými problémy jsme pozorování rozšířili i do dalších lokalit především Starého Města. Pozorování byla též prováděna ve dvorcích, prodejnách a podnicích v lokalitě Obchodní. Terénní poznámky se staly součástí této studie. Pozorování se uskutečnilo ve dvou soustavnějších obdobích (17.- 20.10. A 25.11. – 1.12. 2019). V rámci těchto dnů jsme se snažili pozorovat ulici tak, abychom z jednotlivých návštěv složili čtyřicetihodinovou „koláž“ umožňující porozumět zdejším kontinuitám či naopak předělům v pobytu jednotlivých skupin.

2.2.3. Studium dokumentů

Studované dokumenty jsou nejrůznější texty, které nějakým způsobem souvisí s analyzovanou lokalitou Obchodní ulice. Lze je rozdělit do tří okruhů. Prvním okruhem je odborná literatura. Věnovali jsme se především textům z oblasti architektury, veřejné politiky, sociální politiky a sociologie. Druhou oblastí byly dokumenty místní samosprávy a dalších institucí (např. památkový ústav...). Třetím okruhem byla média, která o Obchodní ulici psala v různých souvislostech. Tato metoda zahrnovala internetové zdroje, sociální sítě a také fotografické knihy.

2.3. Postup analýzy

Jak je patrné výše, při analýze případové studie se pracuje s množstvím dat, která mají různou povahu. Některá jsou ryze verbální, jiná naopak vizuální, pozorování je mixem obojího. Jedním ze základních požadavků při analýze dat je data redukovat, uspořádat, přisoudit jim určitou hierarchii a především je provázat mezi sebou — nejen co se týká dat sebraných v terénu, mixují se mezi sebou také data z terénu a z odborné literatury.

Hlavním důvodem sběru velkého množství dat je to, že problém, který zkoumáme, — problém zásahů do veřejného prostoru — je problémem veřejných politik, které vždy zahrnují velké množství aktérů⁶ a rovin, na nichž se odehrává jejich vzájemné jednání. Problémy veřejných politik můžeme stručně definovat jako určitou mezeru mezi stávající a normativně žádoucí situací, která má být překonána činností státu (Morávek 2011: 106)⁷.

V našem případě není veřejněpolitický problém problémem mezi občany, organizacemi a státem, ale problémem mezi občany, organizacemi a municipalitou (samosprávou).

Každý z nich má jinou perspektivu, jinou argumentaci, jiné cíle a možnosti, jak problém veřejného prostoru řešit a jak k němu přistupovat. Můžeme mluvit nejen o analýze jejich perspektiv, ale také o analýze rámců neboli o analýze způsobů, jak je problém veřejného prostoru zarámován ve výpovědích aktérů, dokumentech organizací i v samotném veřejném prostoru. Tato analýza perspektiv, rámců umožňuje též poukázat na hierarchii aktérů, jejich začlenění do struktur organizací a strategie, které využívají v průběhu řešení problému. Oproti tomu objektivistický analytický pohled především kvantitativního přístupu často vychází pro zjednodušení z jediné perspektivy, zatímco jiné perspektivy opomíjí (srovnej např. Morávek 2011: 125)⁸.

Výsledný text je tedy výsledkem analytické práce dvou sociologů, kteří množství dat z lokality a o lokalitě překloupili do jediného textu tak, aby odpovídal zadání. Při této práci vždy dochází k interpretaci těchto dat, tak aby byla srozumitelná, zakotvená do teoretických principů veřejnoprávní a sociální politiky. Navrhovaná řešení jsou potom výslednicí — propojením — sebraných údajů v lokalitě, jejich interpretace a teoretického zakotvení. Při jejich tvorbě jsme se řídili zadáním, reálnou možností jejich aplikace (finanční

⁶ Aktérem zde myslíme nejenom jednotlivce, ale také např. instituce (nebo právní normy) — možnosti jejich vzájemného působení jsou skutečně mnohočetné.

⁷ Morávek, J. (2011). Analýza rámců. In M. Nekola, H. Geissler, & M. Muralová (Eds.), *Současné metodologické otázky veřejné politiky* (pp. 105-135). Praha: Karolinum.

⁸ viz pozn. 7

náročnost, politická prosaditelnost...) a principy teorie sociální koheze, která zajišťuje veřejný prostor přístupný pro všechny skupiny obyvatel, včetně zranitelných skupin.

3. Popis lokality

V této kapitole se věnujeme dvěma oblastem, které určují veřejný prostor: urbánnímu kontextu a sociálnímu kontextu. Urbánní kontext zahrnuje hmotnou složku architektury, vozovky, mobiliáře a sociální kontext zahrnuje způsoby, jakým tuto hmotnou složku užívají (či naopak neužívají) lidé. V odborné literatuře se vedou spory o nadřazenosti jedné či druhé složky, tento spor však není pro tuto zprávu podstatný. Naopak, snažíme se obě složky v analytické práci posuzovat souměrně, hledat jejich vztahy a způsoby ovlivňování. Píšeme-li v této kapitole o kontextu, jde nám především o obecnější popis analyzované lokality a o její zpřehlednění. Jednotlivé oblasti obou složek — urbánní i sociální — jsou dále rozvedeny v analytické části. Ve třetí části propojujeme popis lokality s teoretickými koncepty, které jsme při analýze využívali. Nejde nám o jejich odborné teoretické představení, ale o jejich zapojení do popisu lokality tak, aby bylo viditelné a logicky provázané jejich využití v rámci analyzovaného území.

3.1. Popis lokality — sociální kontext

Ulice Obchodní je charakteristická tím, že je užívána 24 hodin denně. Střídají se tu v podstatě 4 svébytné „režimy“ užívání. Budeme-li postupovat v jejich popisu od ranních hodin, prvními uživateli jsou lidé, kteří skrze Obchodní a Poštovní proudí do práce — ať už tramvají, nebo pěšky. Dále v dopoledních hodinách je ulice užívána seniory, kteří sem míří za nákupy do levných obchodů, a také rodiči s malými dětmi. Tyto skupiny jsou v odpoledních hodinách postupně nahrazovány lidmi vracejícími se z práce, kteří zde nakupují a procházejí, a dále studenty, kteří prostory kaváren využívají k setkávání nebo práci na počítači. Večer, zejména o víkendech, ale i ve čtvrtek a ostatních dnech, jsou uživateli především lidé, kteří na Obchodní míří za zábavou.

Proces střídání jedné uživatelské skupiny druhou je velmi pozvolný, maminky s dětmi večer pomalu mizí z prostoru a převahu získávají studenti. Jednotlivé etapy užívání se tak vždy po nějakou dobu překrývají a vzájemné interakce těchto různých skupin jsou tím, co tvoří identitu ulice Obchodní. Není to identita odrážející pouze jednu z uživatelských skupin, ale jejich mix, vzájemné překrývání a spoluobývání prostoru. To je to, co

vytváří charakter lokality. Toto společné potkávání je možné i díky tomu, že většina sociálních skupin má obdobné a vzájemně kompatibilní způsoby užívání veřejného prostoru.

Základní problémy vznikají, promíchají-li se lidé, jejichž užívání veřejného prostoru je odlišné. V případě Obchodní ulice jsou to zejména interakce lidí jdoucích za zábavou a ze zábavy s lidmi jedoucími do práce nebo seniory. Tím vzniká „pověst“ o Obchodní ulici jako o „nebezpečné“ zóně. Zásahy do této „urbánní situace“ by neměly být vedeny snahou omezit jednu či druhou skupinu uživatelů, tedy vytlačit ji v rámci změn z ulice Obchodní. Tento průnik skupin bychom naopak měli vnímat jako žádoucí projev resistance tohoto prostoru vůči procesu gentrifikace tak, jak probíhá v mnoha jiných městech i místech v Bratislavě (např. Michalská brána v části Starého Mesta).

Hlavním doporučením je naopak tuto různorodost podpořit v hranicích tolerance a interakce jednotlivých skupin. Zásadní hranicí této interakce, kterou je nutné citlivými zásahy ošetřit, je hranice mezi pracujícími a dopoledními návštěvníky a opozdilci vracejícími se Obchodní ulicí z noční zábavy. Především z důvodů užití alkoholu jsou tito lidé ostatními skupinami uživatelů vnímáni jako nebezpeční, a přestože jejich noční aktivity nemusí s Obchodní ulicí souviset, jejich přítomnost na Obchodní je v médiích neustále reprodukována jako výhradní problém této ulice.⁹

3.2. Popis lokality – urbánní kontext

Urbánní kontext ulice Obchodní ulice je výjimečný v tom, že se ulice pomalu přetvářela ze soukromých dvorů do nynějšího stavu polouzavřených území, které mění pasáže, průchody, ale i chování lidí v lokalitě. Je to především proměna obchodů, kaváren, krčem, hospůdek, ale i dostupné tramvajové spojení, které jsou velkými urbánními zásahy do lokality. V lokalitě se proměnil poměr obytných ploch, z některých, které zůstaly, se staly krátkodobé ubytovací provozy. Mnohé z těchto změn byly provedeny bez respektu a patrně i následného vymáhání regulativních omezení platných pro toto území (viz dokument Krajského pamiatkového úradu Bratislava: Zásady ochrany pamiatkového územia Pamiatková zóna Bratislava – centrálna mestská oblasť z roku 2015).

⁹ Srovnej např.: <https://bratislava.dnes24.sk/strelba-na-obchodnej-ulici-policia-nahanala-muzaktory-ohrozoval-ludi-nozom-332101>)

3.3. Popis lokality – teoretický kontext

Obchodní ulici můžeme rozumět jako ulici postmoderní¹⁰. Taková perspektiva nám umožňuje zaměřit pozornost na charakteristické aspekty postmoderny: pluralitu, fragmentárnost, estetizaci, derealizaci a spektakl, aniž bychom je chtěli nějak zásadně měnit, regulovat či si na ně stěžovat. Chápeme je jako principy, které identitu ulice utvářejí a dávají jí rysy specifčnosti v kontextu Bratislavy. Nepovažujeme za nutné se v této zprávě věnovat jednotlivým principům z jejich teoretických hledisek, spíše je zde představujeme v kontextu analyzované lokality.

Pluralita

Slovak Pub; Góvinda; Thajská jídla; Vietnamská kuchyně; Krumpla; Kebab; Libanonská kuchyně; McDonald's... (terénní deník)

Pluralita je nejvíce viditelná v oblasti gastronomie, která zachovává specifické prostředí nízkorozpočtových občerstvení a zároveň pracuje s „regionálními“ přístupy, které se v ulici potkávají na velmi malém, koncentrovaném území. Není možné napsat, která z restaurací je nejlepší.

Kam půjdeme jíst?

Včera jsme byli v Góvindě, tak dneska bych nějakou čínu? (terénní deník)

Pluralita není hierarchická, její význam spočívá v celku.

Fragmentárnost

Procházíme průjezdem, otevíráme dveře a ocitáme se v obchodě. Vypadá to zde jako v obchodě z 90. let – elektronika, spotřebiče, hodinky, žárovky na stromeček, vše promícháno. Někdo si něco kupuje. Pozdravíme, prodavač nám věnuje pohled, hovoří se zákaznící. Cítím se nepatřičně – vždyť je to soukromý obchod, nejdu si nic koupit. Beru za kliku dveří a vycházím na Obchodní. Pasáž skrz obchod – skrz pultový obchod. Je to krátká chodba z tichého prostoru zadního traktu u

¹⁰ více k tomuto přístupu např. Sedláková, M. (2018). Veřejný prostor a podoby post/moderny: Poznámky k úpravám veřejných prostor v Brně. In K. autorů (Ed.), *Veřejný prostor v širším kontextu – město, industriál, krajina* (pp. 63-72). Praha: Fakulta stavební ČVUT v Praze a Česká technika – nakladatelství ČVUT v Praze nebo HARVEY, David. *The Condition of Postmodernity: An Inquiry into the Orgins of Cultural Change*. Cambridge/MA-Oxford, Blackwell, 1995

synagogy do rušné Obchodní ulice. Jak to vzniklo, nevadí mu to? Pozorujeme lidi, kteří vcházejí do obchodu, ale už nikdy nevycházejí. Prošli pasáží/obchodem do jiného území. (terénní deník)

Prostor Obchodní není rozdělen na zóny obchodů, zóny občerstvení, zóny soukromého nebo veřejného. Vše je fragmentarizováno do různých malých částí, s různými majiteli i uživateli. V rámci Obchodní lze spíše než o zónách mluvit o jakési celkové mozaice. Fragmentárnost je dána také prolínáním sociálních skupin v prostoru, neexistencí stálých míst, často praktikovaným procházením a projížděním ulice.

Estetizace

V rozhovorech s odborníky, které jsme prováděli v rámci našeho šetření, se často opakovalo sousloví reklamní smog, nutnost jeho regulace a jednotný design. Nápravu má zajistit manuál jednotného uličního designu.

Změť reklamních cedulí, neónů, různých nápisů je fascinující. To je bazar, tržiště, východ. To nemá informační charakter, to nemá přilákat hosty, kupující, to je nedílná součást ulice, fasád domů, estetika chaosu. Světelný smog tvoří zvláštní osvětlení ulice, přebírá funkci nevykonných lamp. Už je toho v tom prostoru tolik, že to vlastně člověka neruší, nevšímá si toho, je to součástí tržiště. (terénní deník)

Ani reklamní smog ani jednotný design v této ulici v podstatě nepřekáží. Ulice Obchodní je v podstatě jasně ohraničeným územím, ve kterém světelný smog dotváří a podtrhuje urbanistickou nejednotnost stávajících provozů. Zpracovaný regulativ by tento stav navrátil do pevných hranic předpisů.

Derealizace

Derealizace je pojem z oblasti psychologie a upozorňuje na stav prožívání okolí jako něčeho nereálného, snového, neskutečného.

Páteční noc, na ulici hrozně lidí, proplétají se mezi sebou, je zima, jsou zachumlaní do bund a kabátů. Najednou mezi nimi probíhají tři chlápci v krátkých kalhotách — běžci. Proč tady, vždyť sem nepatří? (terénní deník)

Opilý chlap navštěvuje každý obchod na Obchodní. Má pracovní kalhoty, je umazaný od barvy. Teď zašel do obchodu, kde prodávají saka a kravaty. Po chvíli vychází a něco křičí směrem k prodavačce. Lidé se rozestupují a on míří do dalšího obchodu. Takto prošel 4, než nastoupil do tramvaje. (terénní deník)

Studenti v Martinusu — u stolů se zásuvkami je plno. Všichni sklonění nad počítači, nikdo nekomunikuje. Jsme na Obchodní? (terénní deník)

Derealizace je umožněna právě tím mísením různých skupin ve veřejném prostoru, nejen jejich interakcí, ale naopak jejich opomíjením.

Spektákl

Pátek v noci, kolem dvanácté hodiny. Proud lidí po ulici, mladí lidé s lahvemi alkoholu, lidé mířící do starého města, do podniků a z podniků na Obchodní ulici.

„Ahoj, Ty zase dneska vypadáš.“

„Ahoj, to je Jana.“

Partička mladých si sedá před McDonald's, v kabátu lahev vodky a před sebe pokládá lahev vody. Mluví spolu, občas je vyruší nějaký známý, známá, kteří procházejí na ulici. Občas si někdo přisedne, někdo jiný se zvedne. (terénní deník)

Kdybych měl -náct, vůbec bych tady nechodil do hospod, dovnitř, to nejdůležitější se odehrává na ulici. (terénní deník)

Být viděn. Venku, se slečnou, s alkoholem, být viděn dlouho do noci, být viděn a mluvit, potkat se, dění v noci a interakce mládeže na Obchodní lze nahlížet metaforou divadla — jeviště je na ulici a hospody, to je zákulisí. Nejdůležitější součástí Obchodní je její noční korzo. „Důležitějším než kdy jindy se stala image, jevení, podívaná, upoutávání pozornosti. Pokud se stane kritériem inscenování a vzbuzení ohlasu jako měřítko masmediální společnosti, pak se veřejný prostor města může stát mediální platformou pro zviditelnění jak osobních, tak kolektivních zájmů.“¹¹ V rámci mediální analýzy jsme se věnovali i Instagramu, kde byly fotografie z Obchodní pouze zážitkovými fotografiemi z

¹¹ Sedláková, M. (2018). Veřejný prostor a podoby post/moderny: Poznámky k úpravám veřejných prostor v Brně. In K. autorů (Ed.), *Veřejný prostor v širším kontextu — město, industriál, krajina* (pp. 63-72). Praha: Fakulta stavební ČVUT v Praze a Česká technika — nakladatelství ČVUT v Praze

večírku, ze zábavy, je možné jim tak rozumět jako součásti image dospívání a prezentace dospělého víkendového světa.

Jak je patrné z výše uvedených charakteristik, jedná se o provázané situace, které se dějí v uvedeném prostoru, v konkrétním čase a které vytvářejí identitu a specifičnost území. Z popisu urbanistické proměny je patrné, že proměna Obchodní ulice do současné postmoderní podoby nebyla změnou okamžiku. Tato změna trvala dlouhý čas, velmi dobře pozvolnost proměny zachycují fotografické knihy.¹² Byla provázena okázalým nezájmem ze strany odpovědných orgánů – v materiálu Krajského památkového úřadu v Bratislavě je například komentován stav některých prostor v Obchodní ulici:

*nerespektující objekty pred hotelom Crown Plaza v priestore chodníka Obchodnej ulice umiestnením nerešpektujú dané prostredie a je potrebné ich bez náhrady odstrániť...*¹³

nebo:

*Ako v diskusii vysvetlil vedúci Mestského ústavu ochrany pamiatok Ivo Štassel, na Obchodnej je viac než 95 percent vonkajšej reklamy nelegálnej.*¹⁴

K postavení nevhodných objektů nebo k umístění nevhodné venkovní reklamy došlo navzdory tehdy platným předpisům a patrně za nezájmu regulujících institucí. Tento nezájem se pomalu přeměňuje v zájem, který je však provázen potřebou zavedení regulativních mechanismů. Na webových stránkách o. z. Obchodná ulica a okolie¹⁵ se tak píše o Nové Obchodné, která se vytváří skrze regulaci reklamy a tvorby obchodní značky Obchodná. Tento rozpor mezi samovolným růstem ulice a regulativním ovlivňováním velmi dobře postihuje následující citace:

¹² Bartoš, Juraj: Obchodná ulica. Svedectvo doby. Zum Zum production 2019. Ľubo Stacho: Obchodná. Slovart 2014.

¹³ Krajský pamiatkový úrad Bratislava: Zásady ochrany pamiatkového územia Pamiatková zóna Bratislava – centrálna mestská oblasť z roku 2015, str 167

¹⁴ <http://www.obchodnaulicaaokolie.sk/aka-je-skutocna-obchodna/>

¹⁵ <http://www.obchodnaulicaaokolie.sk/nova-obchodna/>

Ulica sa stala akýmsi eklektickým skanzenom architektonických ideí od stredovekých vinohradníckych domov cez odkazy jednotlivých realizácií zastupujúcich tú-ktorú dobu. Nechtiac vznikla akási „jedinečnosť“, ktorú však treba skvalitniť novou náplňou funkcie ulice, parciálnymi dizajnerskými a architektonickými zásahmi na súčasnej európskej úrovni a hlavne očistiť od vizuálneho smogu vnesením minimalizmu do súčasného chaosu. (asb.sk 15. 3. 2017)¹⁶

Obchodní ulice svým samovolným přerodem, který probíhal za nezájmu místní samosprávy, je specifickou mozaikou, jejíž fungování, specifická a autenticita je v dobrém i zlém vytvářena právě tímto nezájmem a opomíjením. Dlouhodobé opomíjení ale vytváří problémové — neuralgické body v prostoru, které souvisí jak se zásahy do urbanistického kontextu, tak se sociálním fungováním lokality zejména v nočním období. Problematické neuralgické body přitahují k místu pozornost a zvyšují zájem o problematiku správy a regulativů. Britský architekt Matthew Carmona se touto proměnou místa *opomíjeného* v místo *v centru pozornosti* teoreticky zabývá ve své analýze témat správy a regulace. Upozorňuje na to, že z míst nadměrně spravovaných se přemírou kontroly a regulace stala místa, ze kterých se vytratila spontánnost, pestrost a různorodost obou složek veřejného prostoru — urbanistické i sociální.¹⁷

Vnímáme zde podobnost se situací na Obchodní a to nám umožňuje formulaci základní otázky, zda je možné tuto nechtěnou, ale vzniklou jedinečnost považovat za hodnotnou a ochrany hodnou, nebo zda je nutné od svévolného růstu přejít k odborným urbanisticko-architektonickým zásahům ve jménu plánování veřejného prostranství. Spolu s tím se je možné ptát na to, jak významná co do velikosti, hodnoty území a měřítka ulice Obchodní ulice je. Její „kouzlo nechtěného“ se v měřítku celé Bratislavy nezdá být nijak zvlášť problematické. Problematické se naopak z našeho pohledu ukazuje přelévání nežádoucích jevů z širšího území Starého Města.

¹⁶ <https://www.asb.sk/architektura/komercne-objekty/obchody-a-sluzby/obchodna-ulica-v-bratislave>

¹⁷ Mathew Carmona, Contemporary Public Space: Critique and Classification, Part One: Critique, Journal of Urban Design XV, 2015, s. 123-148

4. Analýza

Tato kapitola obsahuje výsledky našich pozorování a šetření, které rozšiřují původní zadání a poskytují širší kontext zkoumanému sociálnímu jednání (především cílové skupiny – mladých lidí účastnících se nočního života na Obchodní ulici).

4.1. Drinking culture

Základním sociologickým kontextem, v němž jsme ve zkoumané situaci (prostor Obchodné, zejména v nočních hodinách víkendových dní) analyzovali jednání cílové skupiny, je fenomén *drinking culture* – kultury pití (alkoholu). Odborná literatura považuje *drinking culture* za významný fenomén globalizovaných západních společností, který je podstatnou součástí sociálního života mladých lidí. Od 90. let 20. století, kdy dochází k postupné globalizaci trhů a národních kultur, sledují odborníci rostoucí přítomnost jevu, kterému říkají „excessive“ drinking – nezřízené pití, pití za účelem navození stavu opilosti a ztráty sociálních zábran.¹⁸

4.1.1. Drinking culture jako součást globalizace

„Žádoucí“ ztráta sociální (sebe)kontroly je v literatuře popisována jako akt rezistence vůči utlačivým, disciplinujícím silám korporátního kapitalismu, snažícího se vměstnat občana/spotřebitele do maximálně efektivně fungujícího vzorce „pracuji, abych utrácel“. Na druhou stranu je tato ztráta (sebe)kontroly způsobená účinky alkoholu coby způsob rezistence vůči systému značně stimulována prostřednictvím reklamy a volnětržních podmínek nadnárodního trhu s alkoholem. Fenomén *drinking culture* tak někteří odborníci vnímají jako situační ambivalenci mezi sedukcí (sváděním – odvozeném z marketingových zájmů alkoholového korporátu) a represí (odvozenou z tržně-kapitalistického systému a jeho pracovně výkonových ctností).¹⁹

St Nicolaus producent alkoholických nápojů – marketing mají targetovaný na mladých lidí, kolega mal zháňať influencerov a rapperov, tu prácu odmietol.
(terénní deník, rozhovor s majitelem podniku)

¹⁸ Goodwin, I., Griffin, Ch. (2017): Neoliberalism. alcohol and identity, in Routledge, str.22

¹⁹ Bailey, L., Griffin, Ch. (2017): Class, gender and young people alcohol consumption in a digital world, in: Routledge, str 32

Uvažujeme-li o fenoménu drinking culture jako o marketingovém obsahu, obsahuje odborná literatura zajímavou souvislost s fenoménem urbánního prostoru a jeho revitalizace. (...) deregulaci alkoholového průmyslu doprovází další, specifitější zájmy státu a korporací. Propagování lokalit spojovaných s konzumací alkoholu se jako součást podpory nové noční ekonomiky stává ústředním tématem městské regenerace (Chatterton and Hollands, 2001). Tyto korporátem propagované a ohraničené „divoké zóny“ cílí především na mladé konzumenty alkoholu (Hayward and Hobbs, 2007).²¹ Příkladem takového propojení regenerace městského centra a globální drinking culture je do jisté míry vedle Obchodní ulice především bratislavské Staré Město.

Dalším relevantním termínem, který lze v této souvislosti v literatuře nalézt, je tzv. NTE — night-time economy — tedy ekonomika nočního života — zdůrazňující, že noční život (velko)města vytváří řadu různorodých podnikatelských příležitostí.²²

Součástí pobytu mladých lidí v NTE je i dění na sociálních sítích — sdílení zážitků, obrázků, popisů excesivního chování během „pařby“ (angl. binge drinking) nebo informací o událostech. Tato sdělení pak mohou v různé míře transparentnosti obsahovat také reklamu na alkohol a drinking culture.

4.1.2. Stag-party turistika

Bratislava stejně jako řada dalších evropských měst je cílovým místem tzv. stag-party turistiky, neboli komerčně organizovaných „výjezdních“ rozluček se svobodou. Mladí muži západního světa vyráží do Bratislavy za jediným cílem — řádně se opít, pobavit a pořídít to lacině a bez přílišné sociální kontroly.²³

Přes jistou uniformitu, k níž globalizovaná drinking culture směřuje, připouští odborná literatura stálou přítomnost jistého národního „svérázu“. Autoři bohužel nezmiňují

²⁰ citaci z rozhovoru zde uvádíme jako ilustraci oné ambivalence mezi sváděním a restrikcí, ve které se nacházejí motivace mladých lidí k pití

²¹ Goodwin, I., Griffin, Ch. (2017): Neoliberalism. alcohol and identity, in Routledge, str.21

²² Aniž by toto bylo explicitně reflektováno v povaze veřejné správy — dodáváme my.

²³ příklady webových stránek cestovní kanceláře, která rozlučky se svobodou v řadě evropských měst organizuje: <https://www.thestagcompany.com/bratislava-stag-weekends>

Slovensko, ale jako specifickou (a analyticky jistě podnětnou) uvádějí národní drinking culture mladých Italů a Italek:

Existují jisté lokální, regionální a národní variace v kultuře pití coby součástí normativního vzorce toho, jak mladí lidé pijí. Například Becarria a col. (2015) ukazují, že narozdíl od mnoha severních evropských zemí, Nového Zélandu, Austrálie a USA, není popíjení až do stavu opilosti přijatelnou normou mezi mladými konzumenty alkoholu v Itálii. Opilost je zde vnímána negativně, jako kazení zábavy. Ukazuje se, že mladí Italové mají jistou rezistenci vůči vlivům globální kultury pití. „Dobře zapřít“ znamená pro mladé Italy pouze „dostat se do nálady“, což je vnímáno jako akceptovatelná míra pití, při které je zachována dostatečná úroveň vnímavosti a sebekontroly.²⁴

Naše terénní zkušenosti z Bratislavy odkazují k tomu, že slovenský „sociální vzorec“ toho, jak mladí Slováci a Slovenky pijí, se blíží národní zkušenosti Seveřanů a Anglosasů spíše než té italské. Vysvětlení tohoto zajímavého fenoménu není cílem této zprávy.

4.1.3. Drinking culture jako jednání rituálu přechodu

Na fenomén kultury pití alkoholu — drinking culture, který jsme výše popsali především jako produkt globalizovaného trhu s alkoholickými nápoji a hedonistické spotřební kultury, jsme nahlíželi ještě jinou, intimnější, ale stejně tak sociologickou perspektivou *životních etap*. Naše cílová skupina — mladí lidé okolo 18-i let — se nachází ve významné etapě přechodu mezi dětstvím a dospělostí. Je pro ni charakteristické hledání a práce na své vlastní identitě, nezávislé na původní rodině. Součástí této „práce“ na vlastní identitě je i zkoušení a zakoušení řady do té doby zapovězených zážitků a zkušeností. Jednou z nich je bezesporu i pití alkoholu a prožívání nejrůznějších následků jeho požití. V tomto smyslu je popíjení alkoholu mladými lidmi na veřejných místech města pevnou součástí naší (slovenské, české, evropské) kulturní zkušenosti, je do jisté míry rit-

²⁴ Bailey, L., Griffin, Ch. (2017): Class, gender and young people alcohol consumption in a digital world, in: Routledge, str. 39

realizované²⁵. Snažíme se ve svém textu uvést toto ritualizované jednání do souvislosti se sociálním děním v konkrétním místě současné Bratislavy.

4.1.4. Párty-slava a spolek Pohoda

Bratislavský noční život je třeba zařadit do kontextu globálního turismu a jeho drinking culture ještě jedním způsobem — místně specifickým. Město po řadu let propagovalo svůj obraz jako města vhodného k víkendové návštěvě spojené se zábavou a nočním životem.²⁶

V několika posledních letech, již za předchozích primátorů, se město snaží tuto „značku“ překrýt a z návštěvy Bratislavy udělat poněkud serióznější záležitost.²⁷

Snaha vedení města na regulaci nočního života a s ním spojené alkoholické turistiky však může narážet na jasně vyprofilované zájmy provozovatelů podniků pro turisty a další noční návštěvníky centra.

Na okresním ředitelství státní policie SR nás upozornili na historii nedůsledného přístupu k otevíracím dobám podniků v centru města — snaha městské části omezit pomocí VZN otevírací dobu vedla jejich provozovatele k uspořádání protestní akce za účasti veřejnosti nazvané Párty u Rada. Tato akce měla patrně zastrašující účinek na tehdejšího starostu městské části. Spolu s rozsudkem Nejvyššího soudu bylo nutné otevírací dobu regulovat pomocí výše zmíněného schématu opírajícího se o kategorii podniků a intervaly otevírací doby. Přístup policie k vymáhání jejího dodržování však považujeme za liberální a patrně poznamenaný vyhrožováním, které tehdejší starosta Radoslav Števcík zažil.²⁸

Do jisté míry podobnou situaci jsme zaznamenali také v Čechách, konkrétně v centrální části Prahy, která je nejvíce zatížena turismem a s ním spojenými negativními externalitami. V posledních komunálních volbách (2018) zde zvítězila politická hnutí a strany, které měly jasný politický program — omezení a regulace nejvíce excesivních projevů turismu. Snaha nastavit jasná pravidla a regulovat např. otevírací dobu restaurací a nočních

²⁵ wikipedie — viz rituál — Podle R. A. Rappaporta je to „posloupnost jednání, kterou si účastníci nevytvářejí na místě sami“.^[1]<https://cs.wikipedia.org/wiki/Rituál>

²⁶ <https://bratislava.dnes24.sk/bratislava-schovala-do-vrecka-vsetky-europske-metropoly-je-idealnym-party-mestom-235372>

²⁷ <https://cestovanie.pravda.sk/mesta/clanok/395959-koniec-party-slavy-bratislava-laka-kvalitnej-simi-zazitkami-a-lame-rekordy-navstevnosti/>

²⁸ <https://www.aktuality.sk/clanok/375770/stovky-ludi-v-nocnej-bratislave-protestovali-na-party-u-rada/>

podniků však narazila na tvrdý odpor majitelů těchto provozoven, kteří, jak se ukázalo, měli na radnici své politické zástupce.

Na úterní jednání zastupitelstva Prahy 1 dorazila asi padesátka neobvyklých návštěvníků – převážně urostlých svalnatých mužů s krátkým sestřihem a v tmavém oblečení. Tvrdili, že přišli podpořit rozpad koalice, která chce zrušit výjimky pro noční provoz předzahrádek. Někteří zastupitelé uvedli, že jejich přítomnost jim nebyla příjemná a považují ji za formu nátlaku či zastrašování. (aktualne.cz, 18.12.2019)²⁹

Spor vyvrcholil odvoláním starosty Pavla Čížinského a obnovením staronové koalice z minulého volebního období. Některá česká média přesně reflektovala, že ve sporu o vedení radnice jde o jasně profilované konfliktní zájmy starousedlíků a majitelů provozoven.

Jednání zastupitelů bylo bouřlivé, dosavadní i novou koalici přišlo podpořit velké množství lidí, kteří zaplnili sál na Žofíně a nezdrželi se hlasitých projevů. Při vystupování u mikrofonu jednoznačně převažovali starousedlíci, kteří mluvili o tom, jak je život v centru obtížný. Děkovali přitom dosavadní koalici za zlepšování situace. (aktualne.cz 14.1. 2020)³⁰

Pražský případ dokládá, že správa území, kde se potkává noční byznys s běžnými funkcemi města, je nesmírně náročná. Zájmy běžných obyvatel a zájmy provozovatelů nočních podniků jsou v jasném konfliktu. Přestože si obyvatelé Prahy 1 zvolili politickou reprezentaci deklarující snahu ochránit jejich práva, „síla“ nočního byznysu posléze zvítězila nad výsledky voleb.

4.2. Mediální obraz Obchodní

Mediální obraz Obchodní ulice vytvořily zejména tři tragické události. Během první byl zabit Filipínek Henry Acorda, během druhé byl policií usmrcen člověk s nožem a

²⁹ <https://zpravy.aktualne.cz/regiony/praha/padesatka-svalovcu-prisla-podporit-rozpad-koalice/r~2726248221a911eaac760cc47ab5f122/>

³⁰ <https://zpravy.aktualne.cz/regiony/praha/praha-1-ma-novou-a-nezvyklou-koalici-v-centru-metropole-povl/r~cada779836d211ea9b40ac1f6b220ee8/>

během třetí byl ukopán cizinec. V žádné z popsaných událostí média neuvádějí, jaká přesně byla jejich souvislost s Obchodní ulicí. První situace se stala na samém začátku ulice Obchodní, druhá situace se stala na Obchodní, ale pronásledovaný člověk běžel na Obchodní z jiné lokality a ve třetí je sice již referováno v některých denících o tom, že se incident odehrál mimo Obchodní ulici — na Náměstí SNP, ale po úvodním odstavci se text opět otáčí na téma Obchodní ulice.

Obchodná ulica v centre Bratislavy, na ktorej Juraj H. na smrť dobil Filipínca Henryho Acordu, zažíva bitky a vandalizmus denne. Napriek tomu polícia tvrdí, že lokalita nepatrí medzi najrizikovejšie v meste.³¹

Bratislavou v posledných týždňoch otriasli vlny násilia. Jednou z posledných bola vražda mladého cudzinca na Námestí SNP, ku ktorej došlo v nedeľu v ranných hodinách. Ako informovala Polícia SR, malo ísť o 22-ročného muža s balkánskym pôvodom. Cudzinec bol dokopaný na smrť. Už predtým sa mnohí Bratislavčania vyhýbali neslávne známej Obchodnej ulici a jej okoliu.³²

Na tomto mieste je důležité upozornit na proměnu hranic lokality Obchodní. Zatímco noční život se odehrává nejvíce v hranicích mezi křižovatkou Poštovní, Obchodní ulicí a náměstím Kollárovo, obě smrtelné nehody se odehrály za touto hranicí blíže ke Starému městu. Přesto byly obě situace v médiích spojeny s Obchodní ulicí. V prvním textu je velmi důležitý rozpor mezi vnímáním Obchodní ulice jako „Obchodná ulica v centre Bratislavy ... zažíva bitky a vandalizmus denne.“ Oproti tomu policejní statistiky uvádějí, že „lokalita nepatrí medzi najrizikovejšie v meste.“³³ Považujeme za důležité komunikovat například policejní statistiky i události v Bratislavě tak, aby automaticky nebyly spojovány s Obchodní ulicí.

³¹ <https://spravy.pravda.sk/regiony/clanok/472546-obchodna-ulica-v-slepej-ulicke/>

³² <https://www.startitup.sk/za-posledne-mesiace-tu-policia-zasahovala-uz-vyse-500-krat-situacia-v-okoli-obchodnej-je-stale-zla/>

³³ <https://spravy.pravda.sk/regiony/clanok/472546-obchodna-ulica-v-slepej-ulicke/>

4.3. Poznámka o násilí

V souvislosti s výše popsányými násilnými situacemi chceme upozornit ještě na jednu důležitou věc a tou je proměna násilí, respektive toho, jakým způsobem dochází k napadení druhých osob. V obou případech svoji roli sehrála kopnutí do oblasti hlavy. V dalším zdokumentovaném a policií zveřejněném případě se jen úplnou náhodou netrefil sedmnáctiletý útočník kopem do oběti.³⁴ Je to proměna chování při bitce, na kterou jsme se v rozhovorech též ptali. Zatímco pro starší generaci je použití kopů známka zbabělosti, pro mladší generaci se kop stává „normální součástí arsenálu při bitce se soupeřem“. Je to vysoce rizikové chování. V jednom z rozhovorů zaznělo, že tuto proměnu má částečně na svědomí reklama spojená s bitvou v Oktagonu – mezi Vémolou a Attilou Véghem.³⁵

4.4. Obchodní ulice a koncept dopravy

Obchodní ulice je v materiálech útvaru hlavního architekta i v dokumentu „Obchodná ulica – návrhy riešení, ÚHA“, prezentována jako dopravní tepna udržitelné dopravy ve městě. S tím souvisí, že je na Obchodní ulici v těchto dokumentech nahlíženo v souvislosti s dopravou jako na prostor, ve kterém je třeba prosadit a upravit její hierarchizaci – cyklisté, zásobování, tramvaje – tak, aby nedocházelo ke konfliktům.

*„letné terasy a sedenia (...) vytlačajú chodcov do električkovej dráhy, resp. tam, kde sa najčastejšie pohybujú cyklisti a cyklistky. Prispievajú tak k **vzniku priestorových konfliktov a nebezpečných situácií.**“* (kapitola 3. Mobilár a vybavenie ulice, zvýraznění původní)

V rámci pozorování Obchodní ulice jsme nezaznamenali žádný takový střet, konflikt, který by se mezi různými uživateli ulice odehrál, ať se již pohybovali jakýmkoli prostředkem nebo pěšky. Zvláště v čase páteční noci, kdy je Obchodní ulice plná korzujících lidí, kteří jsou často pod vlivem alkoholu, jsme nepozorovali žádnou problematickou situaci, navzdory tomu, že tramvajový pás není oddělen žádnou bariérou, chodníky jsou

³⁴ <https://refresher.cz/68899-Bitka-na-Obchodnej-ulici-v-Bratislave-17rocny-mladik-sa-pokusil-z-miesta-cinu-utiect>

³⁵ Jak doplňuje D.Šariková — jedná se o celkový nárůst popularity (a tržeb) MMA (mixed martial arts) na Slovensku. Nejde jenom o jeden zápas a jeho reklamu. Roste počet fanoušků a lidí, kteří tento sport zkouší.
<https://strategie.hnonline.sk/marketing/1988936-oktagon-mma-je-to-este-sport-alebo-uz-soubiznis>

úzké a lidé využívají celý prostor ulice. Mnohem více, než regulaci zahrádek a oddělení jednotlivých dopravních aktérů nahlížíme na prostor Obchodní ulice prizmatem sdíleného veřejného prostoru, který prosazoval Hans Monderman (1945-2008). Toto pojetí se vyznačuje odstraněním formálních dopravních pravidel, stejně jako oddělujících dopravně-inženýrských prvků (obrubníků, semaforů). V prostoru se lidé řídí ve své interakci sociálními pravidly (oční kontakt, komunikace mezi jednotlivými účastníky), přičemž základní pravidla silničního provozu (např. přednost jízdy tramvají) zůstávají zachována. Přesně takové situace jsme pozorovali při průjezdu tramvají, ale i při zásobování jednotlivých obchodů – lidé se domlouvali, kritickými místy v blízkosti shluku lidí projížděla auta pomaleji...

Q. No rules? It would be anarchy.

A. Peaceful anarchy. Live and let live. Like a skateboard park, where teens of all stripes nod each other on and merge in harmony.

<http://news.bbc.co.uk/2/hi/programmes/newsnight/7187165.stm>

Koncept sdíleného prostoru je dle našeho pozorování mnohem bližší tomu, jak v současnosti užívají Obchodní ulici různé sociální skupiny a jaká je povaha jejich interakcí, které lze nazvat mírumilovnou koexistencí. Nedílnou součástí dopoledního provozu Obchodní ulice jsou maminky s dětmi, které projíždějí na různých odrážedlech, kolech, v blízkosti tramvajového pásu a také zde je přítomna vysoká míra ohleduplnosti řidičů i chodců k malým dětem. Hierarchizací dopravy (ať již cyklistické, nebo veřejné), by tento prostor byl ochuzen o interakce, toleranci, ale i specifický chaos, které jsou nyní na ulici přítomny.

4.5. Dlažba

V předchozí kapitole jsme popsali děti na odrážedlech a v této kapitole jimi začneme popisem situace z terénního deníku.

Sedíme v kavárně Martinusu, popijíme čaj. Kolegyně zapisuje poznámky z pozorování, já koukám z okna. Malý kluk se řítí po ulici na odrážedle. Opravdu malé odrážedlo, tatínek je o velký kus za ním. Kluk jede po protější straně ulice, po železném zamřížovaném kanálku, který je podél celé ulice. Baví se tím, jak jede po „čáře“. Kousek dál ale je mřížka z kanálku vystouplá. Kluk narazí do mřížky a

přepadne přes řídítka. Brečí, tatínek jej bere do náruče, odrážedlo do druhé ruky a pokračují v cestě. (terénní deník)

Dlažba je na mnoha místech rozbitá, porušená, mřížoví kanálků vyčnívá nad povrch a nezapadá do sebe. Na tomto stavu se podepisuje zejména zásobování obchodů, především skládání zboží z nákladního auta přímo na dlažbu, aniž by řidiči či závozníci používali například gumové pásy (v případě sudů s pivem např.). Nejde tak jenom o pravidla úpravy vjezdů, ale i pravidla skládání zboží, která je nutné začít komunikovat a prosazovat směrem k majitelům obchodů a prodejcům.

4.6. Automobilový provoz v ulici

Přestože je vjezd osobních aut i zásobování upraven (viz dokument OHA), kontroly tohoto vjezdu jsou velmi sporadické a množství aut, ať již parkujících ve dvorcích, nebo i v ulici, je velké. Ve zmiňovaném dokumentu OHA je upozorňováno na nejasné množství vydaných výjimek a problém s parkováním vozidel taxi služby. K navrhovaným opatřením v dokumentu není třeba nic dodávat, naše pozorování došlo ke stejným výsledkům. Jednou situací, kterou v této souvislosti chceme uvést, je povolení pro rozvážení jídla z jedné restaurace s rychlým občerstvením. Mnohokrát v noci projíždí vozidlo tohoto občerstvení ulicí, zastaví před obchodem a naloží zboží, které rozváží po bytech. Toto se děje zejména v pátek a v sobotu v noci, kdy je pěší provoz na ulici největší. Pro tento typ provozovny nacházející se v pěší zóně se nám jeví výjimka pro rozvoz zboží velmi problematickou záležitostí, která zatěžuje provoz a hrozí též změnou charakteru ulice (pokud by těchto výjimek bylo více).

4.7. Právní normy

Jednání, které jsme mohli pozorovat v nočních hodinách na ulici Obchodní, má svoje normy různého charakteru (kulturní, sociální, mravní, právní, zdravotní...). Ač tyto normy vznikají mimo čas a prostor, ve kterém se pozorované jednání odehrává, na jeho podobu mají významný vliv. Některé z nich může magistrát a městské části sám vydávat — to jsou obecní vyhlášky (slovensky — všeobecne záväzné nariadenia), jiné — zákony — iniciuje pouze parlament či vláda.

Identifikovali jsme tři právní normy, které významně zasahují do jednání na Obchodní ulici:

1) Zákon č.219/1996 Národnej rady Slovenskej republiky o ochrane pred zneužívaním alkoholických nápojov a o zriaďovaní a prevádzke protialkoholických záchytných izieb.

2) Vyhláška 4/2014 „o zákaze požívania alkoholických nápojov na verejne prístupných miestach na území hlavného mesta SR Bratislavy“.

3) Vyhláška č.6/2017 „o pravidlách času predaja v obchode a času prevádzky služieb na území mestskej časti Bratislava – Staré Mesto“.

4.7.1. Zákon o ochrane pred zneužívaním alkoholických nápojov...

Novelizovaný zákon o ochrane pred alkoholizmom upravil kompetencie polície smerom k riešeniu opitosti mladistvých. Od léta 2018 má štátni (stejně jako městská policie) možnost kontrolovat u mladistvých osob jevících známky opitosti přítomnost alkoholu v těle.

První větší preventivní akce, při které policie uplatnila své nové kompetence, se odehrála v létě 2018:

Závažné zistenia mala policajná akcia, ktorá prebiehala v piatok (27.7.) večer v bratislavskom Starom Meste. „Alkohol bol zistený u deviatich mladistvých. Po pozitívnej dychovej skúške boli predvedení na policajné oddelenie, kde boli za prítomnosti zamestnancov sociálnoprávnej ochrany detí a sociálnej kurately zároveň privolaní ich zákonní zástupcovia,“ uviedla hovorkyňa Krajského riaditeľstva Policajného zboru (KR PZ) v Bratislave Lucia Mihalíková. (spravy.pravda.sk 28. 7. 2018)³⁶

Součástí novelizace byla možnost kontrolovat přítomnost alkoholu a také možnost přivolat zákonného zástupce. Další průběh šetření, které policie předává příslušné městské části (kde má mladistvý svou trvalou adresu) probíhá v rámci tzv. přestupkového řízení, jehož průběh má v gesci samospráva (a nikoli policie).

³⁶ <https://spravy.pravda.sk/domace/clanok/478493-policia-si-v-uliciach-bratislavy-posvietila-na-popijajucu-mladez/>

Uplatnění novelizovaného zákona, zvýšená aktivita policie v daném území a uplatňovaný postup přestupkového oddělení na městské části, vedly, dle vyjádření policistů, k významnému omezení situací, kdy byli na Obchodní ulici k vidění opilí mladiství.

Situace se změnila v létě vloni, kdy můžeme dávat dechové zkoušky mladistvým a neplnoletým, předtím tam bylo těch problémů víc, 10krát horší, teď to není až takový problém, protože se nám podařilo aplikovat tu změnu, hodně mladistvých se podařilo najít, sebrali jsme je na obvodní oddělení, zavolali jsme rodičům, pak se to poslalo na úřad (sociálka, městská část) a do škol a dostalo se to mezi ně, to byla taková generální prevence. A ta ulice se vyčistila...(z rozhovoru s okresním policejním ředitelem)

zákon č. 219 — ochrana před alkoholismem (zakazuje se požívat — ta kompetence přešla z dohledu z městských na státní policisty.)

(terénní deník. Okresní policejní ředitelství, listopad 2019)

Podstatnější než možnost alkohol prokázat je pro celou situaci spíše to, co následuje. Pokud se alkohol prokáže, policie má oprávnění přivolat zákonného zástupce a sociálního kurátora, který má nepřetržitou službu, a za jejich přítomnosti sepsat protokol. Zákonný zástupce si dítě odveze domů. Protokol, který policie zhotoví, se předává na místní úřad dle trvalého bydliště podnapilého mladistvého a zde je s ním a jeho zákonným zástupcem vedeno přestupkové řízení.

To následuje s jistou časovou prodlevou od samotné události. Probíhá formou setkání příslušného úředníka odboru přestupků na městské části s mladistvým, zákonným zástupcem a pracovníkem sociálního odboru. Jde o jiného pracovníka, než který byl přítomen sepsování protokolu. Mladistvý je vyzván k tomu, aby popsal, co se stalo a také vyjádřil svůj názor na popsané. Sociální pracovník se může dotázat zákonného zástupce na okolnosti, které nejsou ve spisu dostupné, směřující k rodinné situaci (nastavení pravidel stran pití alkoholu, večerního pobytu mimo domov apod.). Stejně tak má možnost se k situaci vyjádřit i zákonný zástupce.

Smyslem řízení je dojít k jakési domluvě — uznání viny/vzbuzení účinné lítosti a příslibu, že ve věci dojde k nápravě, nejlépe ve formě nastavení pravidel ze strany rodiny a jejich akceptaci ze strany mladistvého. Pokud je takového výsledku dosaženo, spis se

„nezakládá“ do databáze a událost nemá žádné další správní následky. Zákonná zodpovědnost přechází na rodiče a ty, co mu prodali či podali alkohol.

4.7.2 Vyhláška o „zákaze požívania alkoholických nápojov na verejne prístupných miestach na území hlavného mesta SR Bratislavy“

Vyhláška — všeobecne záväzné nariadenie — ďalej len VZN o zákazu konzumace alkoholu na území městské části Staré Město.

Tato norma, podobně vytvořená a uplatňovaná v řadě evropských měst, reaguje na zvýšený počet návštěvníků center měst, jejich konzumaci alkoholu doprovázenou chováním, které ruší ostatní obyvatelé či návštěvníky. Myšlenkou, která za podobnými normami stojí, je vytlačit popíjení alkoholu a s ním spojené další chování do podniků k tomu určených, jejich zahrádek či sklepů. Oprávnění vykonávat kontrolu této vyhlášky má městská policie a pracovníci městského úřadu. Jako sankci lze udělit pokutu do výše 33 eur.

Na rozdíl od výše popsané kontroly přítomnosti alkoholu, která umožňuje poměrně jistě prokázat, že mladistvý alkohol požil a má jej v těle, je akt popíjení alkoholu na veřejnosti prokazatelný hůře. JUDr. Ružarovský ve své právní analýze³⁷ obdobných vyhlášek shrnuje, co vše je třeba splnit, aby byl prokázán přestupek:

Záverom už len zopakujeme, že na vyvodenie administratívnoprávnej zodpovednosti za priestupok podľa ustanovenia § 48 zákona o priestupkoch, sú relevantné tieto okolnosti:

- 1. **platné a účinné všeobecne záväzné nariadenie obce** zakazujúce alebo obmedzujúce požívanie alkoholických nápojov na verejne prístupných miestach,*
- 2. **požitie nápoja** osobou na mieste a v čase, kedy to VZN zakazuje, pričom táto skutočnosť musí byť spoľahlivo preukázaná,*
- 3. a spoľahlivé preukázanie, že nápoj, ktorý osoba požila, je **alkoholickým nápojom**.*

³⁷ Pokuta za pitie alkoholu na verejnosti, Právne Noviny, 12.4.2018 — <https://www.pravnenoviny.sk/pokuta-za-pitie-alkoholu-na-verejnosti>

Obtížnost prokázat přestupek ilustrují dva příklady interakce mezi policistou a „osloveným“ občanem na ulici, které nám policisté popisovali:

policista se zeptá: „Čí je lahev?“

odpověď: „Nevím“ (terénní deník)

policista: „Co to piješ?“

odpověď: „Nic, už jsem to vypil.“ (terénní deník)

Aby mohlo být pití alkoholu na veřejném prostranství prokázáno, musí být ten, kdo ho pil, viděn a zároveň musí být prokazatelné, že to, co pil, byl alkohol.

Situace kontroly obou těchto předpisů je „poznamenána“ jistou rezistencí těch, kdo jsou kontrolováni — stejně jako policisté jsou i oni znalí obsahu těchto předpisů a právních dopadů jednotlivých součástí svého jednání. Vědí proto, že nesmí označit konkrétního dospělého, který alkohol zákonně koupil a potom jim ho (nezákonně) podal. Nebo že nesmí být při popíjení alkoholu viděni — či nesmí být prokazatelné, že lahev s alkoholem je jejich, případně, že obsahuje či obsahovala alkohol.

Tato okolnost může být vnímána jako úsměvná součást nočního „soužití“ těch, kteří jsou venku, a vnímáme to tak i my — rezistence k represí je součástí kulturní výbavy lidstva, zdrojem naděje a inovace. Nicméně pracovníci policie i úřadu opakovaně, nezávisle na sobě uvedli, že pokud jsou situace vyhocenější, je „kontrolovaných“ početní převaha a přítomna je i agrese coby spoluúčinek požití alkoholu, situace je pro městského policistu náročná a často riziková. Vyžaduje vysokou míru sebekontroly, výcviku (ke zvládnutí agresivity) a fyzické zdatnosti. Zde má městská policie patrně řadu rezerv a podobné situace, které se na ulici odehrávají jsou tak pro ni velmi náročné.

Obtíže při kontrole přestupků způsobuje také nastavení kompetencí městských policejních sborů zákonem:

Vzhľadom na právny stav, keď mestský policajt v podmienkach Slovenskej republiky nie je oprávnený z miest verejne prístupných vyhotovovať obrazové, zvukové alebo obrazovo-zvukové záznamy, dostáva sa do dôkaznej núdze. V tejto súvislosti

4.7.3. Vyhláška o „pravidlách času predaja v obchode a času prevádzky služieb na území mestskej časti Bratislava – Staré Mesto“³⁹

L: Ta svoboda podnikání — je to ve vlnách, nejdříve to bylo velké srdce, otevřené, pak se to změnilo — jsou tu lidé, bydlí tu a chodí do práce ..

B: Není to jednoduché, ten prokurátor to vždy bedlivě zkoumá, jaké to bude mít dopady

(terénní deník, referát obchodu, správných konaní a veřejného poriadku Městské části Bratislava Staré Město, listopad 2019)

Otevírací doba

Otevírací dobu v jednotlivých podnicích reguluje VZN č. 6/2017, které upravuje kategorie podniků dle povahy jejich provozu a nastavuje interval, v jehož rámci má mít provozovna nastaveny otevírací hodiny. Tento rámec — typ provozovny v kombinaci s intervalem otevíracích hodin — je výsledkem několikaletých soudních projednávání původního VZN z roku 2013, které bylo opraveno Nejvyšším soudem SR.

Zjednodušeně řečeno, lze obsah nového, soudním výsledkem inspirovaného VZN vyložit tak, že podniky s maximální otevírací dobou mohou mít otevřeno do 04:00 hod (během víkendu). Pokud mají otevřeno i v tuto dobu, musí splňovat nařízení Ministerstva zdravotnictví o maximálně povolené hranici hluku — tuto skutečnost podniky dokládají během kolaudace — oznámením úřadu městské části (jehož součástí je i doklad o naměřené hladině hluku).

Otevírací doba je ožehavé téma. Je zdánlivě žádoucí mít možnost otevřít podnik co nejdéle do noci, a tím obsloužit a inkasovat maximální počet zákazníků. Pokud má

³⁸Pokuta za pitie alkoholu na verejnosti, Právne Noviny, 12.4.2018 — <https://www.pravnenoviny.sk/pokuta-za-pitie-alkoholu-na-verejnosti>

³⁹ Jak jsme byli během korektur textu upozorněni, došlo v lednu 2020 k úpravě této vyhlášky, největším rozdílem, který tato úprava přináší, je omezení času otevíracích hodin prodeje v obchodě (v kontextu Obchodní ulice se úprava týká zejména večerek) do 23:00 hod. Zároveň Městská část Bratislava - Staré Město přidala v kategorii provozoven kategorii “bistro/bufet”, díky čemuž je možné během pátků a sobot prodávat rychlé občerstvení do 02:00 hod nejenom prodejem přes okénko, ale i uvnitř provozoven se sezením.

daný podnik otevřeno déle, zvyšuje se navíc pravděpodobnost, že do něj někdo usedne již počátkem večera a zdrží se po celou dobu otevíracích hodin, protože zde bude delší posezení.

Během našeho pozorování jsme v nočním centru viděli řadu podniků otevřených nad rámec jejich otevírací doby. Bylo to na Obchodní ulici, kde jsme byli svědky výstupu zákazníka a majitele podniku, k výstupu byla povolána také městská policie, která se snažila obě strany usmířit. Motiv „přetažené“ otevírací doby odmítala na místě řešit. (Co se dělo později, na služebně či v dalších částech úřadu, nám není známo. Během druhé návštěvy na Obchodní však byla provozovna uzavřena).

Větší množství podniků otevřených nad rámec oficiální otevírací doby jsme však viděli v částech Starého města navazujících přímo na Obchodní ulici — Michalská ulice, Náměstí SNP. I v těchto hodinách bylo možné slyšet na některých místech hlasitou hudbu, která se ozývala ven na ulici a nikoli dovnitř do provozovny. Patrně zcela v rozporu s tím, jak byl provoz původně kolaudován.

Z našich pozorování, provedených v rámci terénního šetření v listopadu 2019, vyplývalo, že podniky na Obchodní ulici, které byly často zmiňovány jako nálevny levného alkoholu pro mladé, zavírací dobu více méně dodržovaly. Jejich „byznys“ plán byl zaměřen na rychlé, intenzivní pití tvrdého alkoholu. V době, kdy měl podnik zavírat, už většina jeho návštěvníků vypila a utratila dost — nechat i nadále otevřeno se nevyplácelo ani jedné ze stran. Na Obchodní ulici však přicházeli v době po půlnoci návštěvníci podniků ze Starého Města, kde je kupní síla i nabídka konzumace alkoholu a dalších služeb daleko větší. Jak podnikatelé, tak návštěvníci mají zájem na tom, aby bylo otevřeno hluboko do ranních hodin. Jsou zde delší otevírací hodiny a také se zde, dle naší zkušenosti, výrazně přetahuje.

Hosté ze Starého Města se v ranních hodinách vypravují do Obchodní ulice, aby se najedli v místních fast foodech. Díky vyhlášce o úpravě otevírací doby, jsou tyto podniky často od půlnoci do dvou či čtyř ráno otevřeny v režimu „prodej přes okénko“. Zákazníci si mohou jídlo zakoupit, ale nesmí ho uvnitř konzumovat. Jejich pobývání s jídlem na ulici tak může být příčinou dalšího hluku, znečišťování a jiného konfliktního jednání na Obchodní.

Zákon o ochraně před zneužíváním alkoholických nápojů byl v roce 2018 novelizován a umožnil státní i městské policii kontrolovat přítomnost alkoholu v těle mladistvých

osob. Tato nově nabytá a uplatňovaná kompetence významně vstoupila do situace na Obchodní ulici. Stejně tak významně zde spolupůsobí přestupková praxe na prvním bratislavském obvodě.

Daleko komplikovanější je dopad vyhlášky o zákazu požívání alkoholických nápojů na veřejných prostranstvích Starého Města. Dokazovat, že k něčemu takovému došlo, je obtížné. Situace, při nichž má městská policie jednat s podnapilými jedinci (či se skupinami podnapilých jedinců) a zároveň se udržet v mezích zákona, je náročná na komunikační a jiné dovednosti městských policistů. Stav městské policie má s ohledem na situaci ve městě značné rezervy.

Vyhláška o otevírací době má komplikovanou historii, jejíž součástí je i projednávání u Nejvyššího soudu SR a organizovaný nátlak provozovatelů nočních podniků na jednoho z bývalých starostů Starého Města. Důsledné vyžadování dodržování otevíracích hodin by jednoznačně přispělo ke zklidnění situace nejen na Obchodní, ale i v celém širším okolí (zejména v oblasti Starého Města, které je ohniskem nočního života Bratislavy).

Vnímáme zde řadu přitěžujících a velmi náročných okolností, které tomuto postupu brání (role organizovaných skupin, šedá ekonomika apod. v tomto sektoru). Součástí problému bude patrně také početní a kvalifikační poddimenzovanost jednotlivých kontrolních pracovišť. Výše uvedený příklad Prahy 1 může naznačovat, že ani řádně zvolení politici nemusí mít ve správě města „poslední slovo“.

4.8. Vlastnická struktura

4.8.1. Stavebně-historický vývoj

Určujícím typem zástavby na Obchodní ulici jsou malé, dvoupodlažní budovy s vchodem do dvorů, které fungovaly jako „Viechy“ — dvory, ve kterých se prodávalo víno z „malých“ vinogradů.

Specifická funkce — prodej vinogradnického produktu ve dvoře — možná „zakonzerovala“ venkovský charakter zástavby v ulici. Ta leží v blízkosti historického centra, obklopena mnohapatrovými domy z 19. a první poloviny 20. století, ale zástavba má stále charakter venkovské ulice z 19. stol. Mezi nízkými domy se občas vklíní modernistické činžovní domy z 30. let. Jihozápadní konec ulice přerušuje křížení s Poštovní ulicí, kde je

výškových domů více, některé pocházejí již z 19.století a je zde i několik budov poválečných a současných.

Dokladem o přerušení vývoje, ke kterému došlo během druhé světové války, po níž se rozvoj města patrně ubíral zcela jiným směrem, je např. příběh objektu čp. 48, jehož majitel nám vyprávěl, že dědeček, původem z Čech, koupil původní usedlost, nechal ji přestavět podle plánů pražského kubistického architekta a zřídil v ní po přestavbě koloniální obchod. Podobně by patrně vypadal osud také dalších domů venkovského charakteru, jejich noví majitelé by přicházeli s novými podnikatelskými záměry a přizpůsobovali by jim i funkčnost a podobu staveb. (Jako např. existence „malého“ a „velkého“ Bati na začátku a konci ulice.)

P: tady v tom dvorku tak měli nějaké sklady a vepředu prodávali

M: původně to byl koloniální obchod, vepředu byly obchody, vzadu byl dům pro služebnictvo, tady byla garáž, ve sklepích byly sklady uhlí a ovoce

Původně tu byly vinárny ve všech domech, počátkem 20. století se to začalo prodávat na obchody a měnily se ty vinárny na obchody, ty se přesunovaly na ulici a ze dvorů vzniká zázemí (terénní deník, listopad 2019)

Poválečné období čteme jako stavebně nepřiliš živé, ulice však měla význam živé obchodní třídy s mnoha prodejny a relativně kvalitním sortimentem. Přežívaly tady také vinárny. Objekty byly zestátněny a původní majitelé domy (pravděpodobně) nuceně opustili.

V 90. letech, kdy byly domy restituovány, došlo k velké transformaci majetkové struktury – z původních majitelů se stala často „skupina“ dědiců, některé domy koupili od restituentů další zájemci, často z řad cizinců žijících v Bratislavě. Ulice se díky své centrální poloze a rušnosti stala místem rychlého výdělku. Prodávala se především móda zahraničních značek (viz nápis Kenvelo – dnes neexistující značky na zdi budovy, kde dnes sídlí H&M, na kterou nás upozornil jeden z našich respondentů).

K dalšímu přerušení vývoje došlo pravděpodobně na přelomu tisíciletí, kdy byla v Bratislavě do provozu uvedena velká nákupní centra, která stáhla většinu maloobchodního obrátu s módou, ale i s dalším průmyslovým zbožím či potravinami. Ulice tím přišla o svůj výjimečný obchodní status. A pravděpodobně se i snížily ceny pronájmů nebytových prostor.

V současnosti se zde vyskytuje mix řady služeb, patrně nejvýznamněji však na návštěvníka působí fast foody (kebaby, asijské restaurace, hamburgry a McDonald's), puby a bary, pouze několik vináren, kaváren a pekáren a obchody se zbožím nadnárodních značek (H&M, Deichmann, Tiger, CCC). Specifickým druhem provozoven jsou tzv. večerky — do nočních hodin otevřené malé obchody s potravinami. Jsou tu i obchody s módou, second hand, asijské tržiště, galerie a prodejna ÚLUV, obchod s punčochovým zbožím, zlatnictví a velké metropolitní knihkupectví s kavárnou.

Pro úplnost je třeba doplnit, že na rohu Poštovní a Obchodní se nachází Hotel Crown Plaza, jehož předpolí je tvořeno pláckem/zákoutím odděleným od zbytku ulice soustavou květníků/zdi. Tento prostor je soukromým vlastnictvím patřícím k hotelu.

Popis charakteristik podniků na ulici Obchodní nám slouží jako východisko k následujícímu argumentu — složitý historický vývoj, poměrně velká hustota komerčních aktivit, ale i dalších funkcí na malém prostoru a zakonzervovanost stavebních forem (která neodpovídala ani první polovině 20.století) je důvodem nesmírné složitosti a nepřehlednosti této části města.

4.8.2. Restaurace s levným alkoholem

Podniky s levným alkoholem, které využívají mladí lidé, mají vchody ze dvorů — a nejsou příliš na očích, běžný denní návštěvník je nemusí vůbec zaznamenat.

Obecná charakteristika musí začít hygienickými podmínkami na toaletách, které jsou ve většině podniků terčem kritiky na sociálních sítích i na google recenzích. Z důvodů neexistence veřejných toalet do některých podniků chodí korzující lidé pouze vykonat potřebu a hygiena se tak po dobu večera a noci obtížně udržuje — mimo jiné i proto, že číšníci/číšnice mají plné ruce práce s velkým počtem hostů.

V souvislosti s vybavením podniků a jejich přístupem např. po úzkých schodech, nás napadla i problematika zajištění bezpečnosti v případě požáru či jiného nebezpečí.

Specifickým zařízením je McDonald's, který pro mnoho mladých lidí funguje jako místo setkání a nejinak je tomu v nočních víkendových hodinách. Pracovníci zdejší pobočky mluvili v rozhovoru o problému s toaletami. McDonald's byl v průběhu pozorovaných nočních hodin bezesporu nejzatíženějším zařízením v lokalitě navzdory tomu, že neprodává alkohol. Mladí lidé zde sedí u stolů, občas popíjejí z přinesených lahví. Personál nemá žádnou kontrolu nad tím, co se děje ve vstupní místnosti, z jejich pozic za pultem tam není vidět. Podnik je uspořádán pro rodiny s dětmi, které mají výhled na Ob-

chodní ulici, ale toto uspořádání se v noci, spolu s proměnou návštěvníků stává problematickým.

4.8.3. Vlastnické vztahy

Vlastnické vztahy jsou problém, většina objektů má více majitelů a ti se nemohou dohodnout. Když nastala restituce, tak třeba umřel ten majitel, ostatní dědici se nedohodli.

(terénní deník, listopad 2019)

I: můžete nám něco říci o struktuře toho vlastnictví v jiných domech?

M: některé byty koupili po revoluci Albánci, například mají pizzerii Napoli — ty nikdo nezapojí, ti nikdy nepřijdou..

(terénní deník, listopad 2019)

Složitý urbanistický vývoj Obchodní ulice odráží složitost vývoje celé slovenské společnosti v průběhu 20. i 21. století. Podstatnou měrou se na neuspokojivém stavu budov a jejich okolí podepisují i nesmírně komplikované majetkové vztahy, jejichž „neusazenost“ nepřispívá ke kvalitní správě majetku — a to jak soukromého, tak těch částí budov a prostor, které jsou veřejným prostorem, zčásti vlastněným zejména městem.

Roztříštěné či neosobní vlastnictví je orientováno na rychlý zisk a tomu pak odpovídají typy pronájmů, které se v domech nacházejí. Stejně jako přístup k rekonstrukcím či dokonce záměrné chátrání objektů umožňující postupnou spekulaci s parcelou a novou výstavbou.

4.8.4. Památková ochrana

(...) klíčovým problémem je vztah vlastníka k historickému objektu. Pokud vlastník nemá zájem o zachování památky v původním stavu, téměř vždy si najde právní cestu, jak dosáhnout svého... této oblasti je možné spoléhat pouze na komunikaci s majitelem a na snahu vysvětlit mu, jak cennou věc vlastní a že mu do budoucna může přinést větší užitek, než jím plánovaná investice. To se zřejmě nepodaří u anonymních, korporátních, vlastníků památek, kteří na jejich místě hodlají stavět

obchodní centra či jiné komerční objekty. Zde by bylo možno zakročit pouze cestou drastického zvýšení sankcí a jejich důsledného vymáhání.⁴⁰

Celá oblast Obchodní ulice se nachází v zóně památkové ochrany „Pamiatková zóna Bratislava — centrálna mestská oblasť“ a vztahují se tak na ní regulativní pravidla, která Krajský památkový ústav v Bratislavě zformuloval v dokumentu „Zásady ochrany pamiatkového územia“ (2015).

V ulici lze pozorovat řadu stavebních úprav, které jsou s těmito zásadami ve zjevném rozporu. Na straně 167 tohoto dokumentu, věnované konkrétním opatřením v lokalitě Obchodní, se dokonce uvádí, že některé stavby — tzv. „nerešpektující objekty“ mají být bez náhrady odstraněny.⁴¹ Jak bylo postupováno při jejich kolaudaci stavebním úřadem?

Jiným, podobně hrubým zásahem do historické zástavby je „prorůstání“ jednotlivých domů a vznik velkokapacitních provozoven.⁴² Domy jsou využívány v souladu se svým momentálním „komerčním“ potenciálem — tedy jako místa provozoven orientovaných na rychlý zisk (orientální fast foody, stejně jako nadnárodní korporace). Jejich ostatní potenciály (estetický — přední stěny domů jsou součástí veřejného prostoru, obytný — snižující se podíl trvalých obyvatel ve prospěch hostelů, Airbnb, restauračních a obchodních prostor nebo zcela prázdného prostoru) jsou však degradovány. Přestože existuje kodifikovaný souhrn pravidel, jak se o objekty v tomto konkrétním památkově chráněném území starat, vlastníci objektů tato pravidla v řadě případů nedodržují. S ohledem na nedostatek informací,⁴³ se odvoláme na obecné shrnutí potíží památkové ochrany na Slovensku:

Nejčastějším případem selhání ochrany na Slovensku je to, že občané nerespektují rozhodnutí Krajského památkového úřadu, buď úplně, nebo částečně. Plyne to z obecně nízkého respektu k zákonu a nedostatečné vymahatelnosti práva. Dalším

⁴⁰ M.Morawiec (2015): porovnání systémů organizace státní památkové péče v ČR, Polsku a na Slovensku, dipl. práce, FSV UK (<https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/151748/>)

⁴¹ Obchodná čp.34, 38, Jedlíkova 3

⁴² Obchodná 44-46, 45, 62

⁴³ jeden z majitelů nám řekl, že když se šel před rekonstrukcí poradit s památkáři, byli tím velmi překvapeni

problémem je pozdní zapisování kulturních památek do seznamu. To však pramení z nedostatečného personálního obsazení úřadu, (..) Problémy pramení i ze slabého vztahu veřejnosti ke kulturním památkám.⁴⁴

4.9. Základní mapování CS

Zadavatel definoval základní cílovou skupinu, kterou je mládež využívající Obchodní ulici především ve víkendových dnech jako prostor zábavy spojený s konzumací alkoholu. Na základě pozorování a rozhovorů jsme při analýze tuto cílovou skupinu rozčlenili do několika kategorií. Toto členění umožňuje lepší a jemnější pohled do neuralgického bodu Obchodní ulice a tou je víkendový noční život. Toto rozčlenění i popis tedy nezobrazují každodenní život na Obchodní, ale opravdu nejproblematictější a nejživější část týdne, víkend. Zároveň jsou to jakési ideální typy, kategorie, které nemohou v daném rozsahu popsat individuální chování a rozdíly uvnitř těchto kategorií.

4.9.1. Popis cílové skupiny

1. Mládež pod 18 let

Jsou to skupinky mladých mužů a dívek, kteří nechodí do restaurací na Obchodní ulici, ale po Obchodní korzují, většinou s lahvemi alkoholu ukrytými pod kabátem nebo s lahvemi limonád, které jsou ředěné alkoholem. Pokud nekorzují, posadí se na předzahrádku nebo jen tak na ulici, případně do parku na Kollárovo náměstí, k hotelu na schody. Nejviditelnější jsou v podvečer, potom jejich počet klesá, ale stoupá jejich opilost.

Dívka — 15, 17 let, velmi unavená alkoholem, stojí před McDonaldem. Kamarádky jdou dovnitř, ona se pověsila na zábradlí... Přichází policista pro svačtinu. Jak jej uvidí, odchází co nejpevnějším krokem pryč. Zamotá se zkušeně do davu, takže policista ji vidět nemůže. Po zhruba hodině prochází dívka znovu kolem McDonaldu a po ulici jede policejní auto. Slečna se opět zkušeně schová v davu a hlídka ji nemá šanci vidět. (terénní deník)

⁴⁴ Morawiec 2015:44

Strategie této kategorie je nebýt viděn dospělými, ale být viděn mládeží z jiných skupin. Policie, pokud projíždí vozem, nemá v davu žádnou šanci tyto mladé lidi vidět, protože jejich počet není velký.

Na Obchodní chodí pít jen trubky, já bych tam nevlez, když mi není 18, dá se pít jinde a bez rizika. (terénní deník)

Strategie této kategorie, jak vyplývá z rozhovoru s jejím členem, je nebýt viděn při konzumaci alkoholu, aby nevznikly problémy. Proto dále v rozhovoru uvádí mnoho různých lokalit, kde se dá konzumovat alkohol tajně. Také v rozhovoru reflektuje postup policie, která kontroluje přítomnost alkoholu v krvi pomocí dechového testu.

Je asi tři hodiny ráno a jdeme do botelu. Na nábřeží vidíme shluk mladých lidí. Zřejmě jde o celou třídu nebo její část. Všem odhadujeme méně než 18, všichni jsou pod vlivem alkoholu. Mnozí se potácejí z lodě, kotvící u mola, nahoru na nábřeží. Proti nám vedou dvě dívky opilého kluka.

„Já chci mámu.“

„Vydrž, teď tě vedeme my a domů se vrátíš střízlivý.“ (terénní deník)

Celá situace je důležitá z důvodů možností prevence. Největším nebezpečím je samotná lokalita — loď, Dunaj, studená voda a velký proud. Oproti tomu dívky hrají role pečovatelek a nenechají chlapce někde usnout, starají se o něho. Nejdůležitější bod z hlediska možné intervence je prevence chování v případě předávkování alkoholem nebo jinými návykovými látkami. V tomto případě slečny věděly, co mají dělat.

Obchodní ulice je tedy v této skupině vnímána rozporuplně. Na jednu stranu je přitažlivá pro své korzo — proto, že jsem vidět a vidím, mohu navázat kontakty. Též je zde možnost koupit si lahev alkoholu v přilehlých obchodech, ale v mnoha případech je možné lahev v kabátě donést z jiných lokalit. Na druhou stranu je Obchodní vnímaná jako riziková, protože zde policie dělá preventivní akce, je zde vysoká možnost, že budu popotahován v přestupkovém řízení, že pro mne budou muset přijet rodiče. (Tato situace se změnila změnou zákona o ne/možnosti provádět testy na alkohol — viz kap. 5.) Jak jsme již uvedli výše, počet této skupiny nebyl nijak vysoký a nijak nevybočoval ze situací tak, jak ji známe z jiných měst. Nutno ale podotknout, že tato skupina je zároveň nej-

viditelnější a nejvíce se o ní mluví v rozhovorech dospělých, kteří procházejí ulicí do Starého Města nebo na Obchodní.

Pro tuto skupinu mladých korzujících je důležité téma toalet. Protože většinou nejdou do restaurací, využívají pouze jejich toalety — zejména KGB, kde jsou hned u vchodu podniku, nebo Baron. Jediný podnik, který využívají je McDonald's. V něm ale toalety zavírají ve 12 hodin v noci.

2. Mládež nad 18 let, která Obchodní využívá jako start do jiných zábavních podniků

Je to strategie, na které je založeno více restaurací na Obchodní ulici, jeden z nich se i takto jmenuje: Štartér. Tato skupina navštěvuje Obchodní ulici zejména z důvodu levného alkoholu, který je vždy ještě inzerován jako nejlevnější dnes. Restaurace jsou koncipovány velmi podobným způsobem, mají levně zařízený interiér a vše je podřízeno rychlé konzumaci alkoholu. Skupinky se baví, uvnitř restaurací nevzniká žádný problém, přestože jsou plné mladých lidí.

Co se týká problémů s násilím, nebo konfliktních situací, většinou barmani popisují situaci shodným způsobem:

Pokud vznikne problém, většinou samotní návštěvníci mi pomůžou jej řešit. Nikdy jsem nemusel volat policii.

Výjimkou je již zmiňovaný Štartér, který má vlastní vyhazovače, kteří při vstupu kontrolují věk návštěvníků.

3. Mládež, která zůstává na Obchodní ulici

Tato skupina se nijak neliší od předchozí popisované skupiny. Zůstává na Obchodní a poté odjíždí autobusy či tramvají domů. Početně se nejedná o velkou skupinu lidí, takže nedochází k hromadnému přesunu na ulici, pokud se restaurace uzavře.

4. Mládež, která se vrací ze Starého města

Tato skupina prochází Obchodní ulicí v čase, kdy všechny hlavní restaurace (vyjma klubu Radost) jsou zavřené. Důvody, proč se do Obchodní ulice přesunují zejména ze Starého města, jsou dva. Prvním je přítomnost levných fast foodů, které z okénka prodá-

vají rychlé občerstvení. Druhým jsou blízké zastávky nočních autobusů. Jde o roztroušené skupinky lidí, které jsou nejvíce hlučné a jejich chování je nejvíce ovlivněné alkoholem. Problém, který jsme pozorovali, souvisel právě s prodejem skrze okénko. V mnoha případech koupené zboží upadlo na zem a bylo ostatními rozkopnuto do ulice. Prodej skrze okénko byl nejen důvodem přítomnosti této skupiny v lokalitě, ale i častým zdrojem znečištění ulice.

5. Studenti programu Erasmus

Jedná se o skupinky anglicky hovořících studentů, kteří na Obchodní chodí společně za zábavou. Takových skupinek jsme měli možnost pozorovat větší počet, nabízí se proto otázka, proč je pro tuto cílovou skupinu lákavá právě Obchodní a proč nemají nějaký podobný podnik v areálu kolejí, kde jsou ubytováni.

6. „Dúbravkáři“

Dúbravkáři je označení z rozhovorů s mladými lidmi, kteří takto označovali skupinu, která vyrazila na Obchodní za účelem se pobít. Byla to tedy skupina, jejímž cílem bylo vyvolat konflikt. V době našeho pozorování jsme takovou skupinu neviděli, ale v rozhovorech byla zmiňována často, proto ji sem uvádíme.

4.9.2. Časový řez

Z informací získaných z rozhovorů a pozorování bylo možné sestavit časovou osu aktivit jednotlivých kategorií cílové skupiny v lokalitě Obchodní.

16 — 22 hod.	zejména skupina 15 — 18 let. Začínají se shlukovat již odpoledne a první odjíždí domů.
20 — 24 hod.	čas, kdy se promíchávají všechny výše uvedené skupiny. V ulici je největší nápor, korzují skupinky, sedají u prázdných předzahrádek (v listopadu — předzahrádka nefunkční).
23 — 01 hod.	čas, kdy odcházejí skupinky mládeže do Starého města.
02 hod.	čas, kdy zavírají obvykle restaurace
03 — 06 hod.	čas, kdy přicházejí skupinky ze Starého města a nakupují u okének.

4.10. Zranitelné skupiny

Zranitelnými skupinami (vulnerable groups) rozumíme osoby, které jsou ohrožené sociálním vyloučením, stigmatizací ze strany majoritní skupiny. S těmito skupinami úzce spolupracuje neziskový sektor, který by měl být partnerem pro Magistrát a Městskou policii.

A) Ženy

Jedním z řady rysů víceméně globalizované podoby drinking culture je její výrazná maskulinita — či lépe řečeno hegemonní maskulinita — provázená agresivitou, silou, energií a také nadřazeností vůči ženám, ne-bílým či homosexuálním mužům. V tomto kontextu jsme také rozuměli zkoumání případných marginalizovaných členů cílové skupiny (ženy, homosexuálky). Vzorce nadřazeného maskulinního chování jsou v jednání lidí v nočních hodinách na Obchodní ulici jasně přítomné. Oslovené ženy a člen LGBT komunity nám ve svých výpovědích potvrdili, že do situace vstupují s vědomím přítomnosti tohoto vzorce. Zároveň ohrožení nijak nespojovali s územím Obchodní, ale s celospolečenskou situací na Slovensku.

Vnímání pití alkoholu je z hlediska genderu významně podmíněné. Všechny „authority“ (médiá, úředníci, policisté) se pozastavovaly nad tím, že dívky s chlapci „drží krok“. Opíjení se je vnímáno jako maskulinní, pro ženu nevhodné chování. Zatímco opilá žena je vnímána jako potenciální (zranitelný) sexuální subjekt, opilý muž je vnímán jako nebezpečí. V průběhu rozhovorů s mladými lidmi v podnicích se tyto vzorce opakují (ve výpovědích chlapců). Pokud dívky začínají artikulovat jiný narativ (nelíbí se mi to, jsem proti tomu, chci aby se to změnilo... apod.), chlapci se v průběhu diskuze odvracejí a diskuze se pro ně stává nezajímavou...

B) Osoby bez domova

Osoby bez domova jsou v lokalitě přítomny zejména na křižovatce Obchodní a Poštovní ulice. Změna nastala na Poštovní ulici, kde skupinky bezdomovců seděli na poslední lavičce před podchodem, protože dům za lavičkou se opravoval. Poté, co se po rekonstrukci otevřel, se zde již lidé bez domova nezdržují.

Opilí lidé bez domova — 8 lidí u horní lavičky na Poštovní. Jeden muž komunikuje s policií, ukazuje na jiného muže bez domova, který bezvládně leží na lavičce.

Policista gestikuluje směrem k němu a po chvíli policie odjíždí. Muži vezmou opilého muže a pokračují směrem k hotelu. U hotelu si sednou na lavičku, opilý muž se vzchopí a nadává nahlas a chce se prát s jedním z mužů bez domova, kteří skupinku doprovází. Opět přijíždí policie a hlídka znovu hovoří s muži. Vytlačuje je dál směrem na Obchodní. Muži chvíli sedí na smart lavičce na Obchodní, ale poperou se. Muž má rozbitou hlavu, přijíždí i zdravotníci se sanitkou a odvázejí muže zřejmě do nemocnice. (terénní deník)

Policie celou dobu velmi poctivě monitorovala situaci, ale zároveň vytlačovala lidi bez domova z temného koutu Poštovní na Obchodní. Tam nakonec konflikt eskaloval a musela zasahovat záchranná služba. V případě osob bez domova není intervence snadná, zvláště v případě, kdy mezi nimi probíhá konflikt. Zde ale došlo k tomu, že policie neseparovala konfliktního muže, ale celou nerozdělenou skupinu přesouvala svým jednáním do rušnější ulice.

Skupinky osob bez domova se na noc vytrácí, jsou přítomny pouze během dne a večera. Problematická je smart lavička na Obchodní (před Martinusem), která jim slouží k nabíjení mobilního telefonu. Stejně problematická je neexistence veřejné toalety, takže dochází k tomu, že osoby bez domova (ale stejně tak i v noci lidé pod vlivem alkoholu) močí u hotelu v místě podia.

C) Osoby z LGBT komunity

Přestože Obchodní je z pohledu například gastronomie multikulturní lokalitou, z pohledu LGBT skupiny je to lokalita, ve které není žádný podnik, který by se orientoval na tuto skupinu. Z rozhovoru s jedním příslušníkem LGBT komunity vyplynulo, že Obchodní je málo navštěvovaná ze dvou důvodů. První jsme již vzpomenuli – neexistence podniku pro tuto skupinu. Druhý je obava z bezpečnosti, protože Obchodní je mentálně spjata s násilím.

D) Osoby na vozíku

V lokalitě Obchodní jsme nepozorovali žádnou osobu na vozíčku. Tohoto tématu jsme se okrajově dotkli v rámci jednoho rozhovoru, ve kterém nám bylo řečeno, že projet Obchodní ulicí na vozíku bylo pro babičku komunikačního partnera vždy problematické, neboť ulice se svažuje od domů směrem k tramvajové dráze. Procházeli jsme některé

ulice poblíž Obchodní a všimli si tohoto jevu a například v ulici Heydukova je tento sklon obrovský.

Paní na vozíku jsme potkali na nábřeží. Byla v seniorském věku a tlačil ji manžel. Paní již obtížně mluvila, ale s pánem jsme povídali o tom, kam se na vozíku dostane. Nejlepší trasa je kolem nábřeží, hodně sem jezdí autobusem z Petržalky, protože ji vozí ukazovat místo, kde bydleli. Do starého města a na Obchodní nezajíždí vůbec.

Rozbitá dlažba, o níž jsme psali výše je pro vozíčkáře zejména ve tmě obrovským nebezpečím.

5. Závěr

Výzkumné šetření, probíhající v oblasti Obchodní ulice v Bratislavě během října a listopadu roku 2019, bylo zaměřené na cílovou skupinu mladých lidí a její problematické chování spojené s popíjením alkoholu. Na základě dat získaných za pomoci výzkumných postupů (zejména pozorování a rozhovorů) jsme v rámci cílové skupiny, ale také v širším kontextu sociálního prostoru celé ulice i jejího okolí identifikovali řadu „problematických“ rysů zdejší skutečnosti. Z těchto z dat vzešlých problémů vychází i naše formulace možných doporučení a opatření vedoucích ke stabilizaci a zlepšení situace na Obchodní.

Prostoru Obchodní ulice jsme rozuměli jako spontánně rostlé, výjimečně pestré urbánní směsi, která umožňuje sociální interakce různým skupinám obyvatel v různých denních i nočních časech. Propojení urbánní spontaneity a sociálních interakcí různých skupin tvoří specifikum této lokality a jedna dimenze prostoru ovlivňuje druhou: např. levný alkohol se prodává v levně vybavených podnicích, které využívá především mládež a studenti, kteří se následně chovají problematickým způsobem o víkendech v nočních hodinách. „Spontánní“ urbánně-sociální vývoj vytvořil na Obchodní ulici současný „bazarovitý“ stav vykazující značné známky chaosu a neuspořádanosti. Překrývá se zde množství materiálních i sociálních vrstev, v jejichž uspořádání není patrný žádný dominantní princip. V naší návrhové části vycházíme z předpokladu, že tato mnohvrstevnatost je reálnou urbánní i sociální hodnotou Obchodní ulice.

Zároveň se domníváme, že stav, kdy není ze strany veřejné správy možné regulovat „spontánní“ život trhu a jeho nejdravějších stoupenců, by měl ve Střední Evropě patřit do minulosti 90.let. Nedomníváme se, že by bylo možné tento stav vyřešit nějak jednoduše a rychle, například vydáním regulativních opatření typu dodržování vizuálního manuálu. Základním principem našich doporučení je respekt ke stávajícím pravidlům a důsledná

kontrola jejich plnění. Pokud budou orgány města (a další složky veřejné a státní správy) ochotny a schopny důsledně vymáhat dodržování relevantních pravidel, mohou tak jistě přispět ke stabilizaci a zvýšení kvality prostředí Obchodní ulice.

5.1. Urbánní dimenze prostoru a doporučení k jejímu zlepšení

Architektonicky se ulice v minulém století příliš nevyvíjela, přes svůj historický význam v rámci města se nepodařilo zcela ochránit její památkové hodnoty. Řada budov je nevhodně rekonstruována, je narušen jejich původní půdorys spojováním do větších celků, v některých dvorech jsou umístěny stavby odporující zásadám procesu stavební kolaudace.

Řada domů má prázdná horní patra, jsou zde zařízení pro krátkodobé ubytování, podíl dlouhodobě bydlících se zmenšuje. Mezi vlastníky jsou i tací, kteří nechávají svou nemovitost vědomě chátrat a cílí tak na možnou výstavbu nové hmotově a komerčně daleko „lukrativnější“ budovy. V ulici neprobíhá údržba, která by odpovídala jejímu non-stop provozu.

Údržba je zmiňována jako ústřední téma v dokumentech, ale i v rozhovorech při sběru dat. V lokalitě chybí **nastavení systému realizace a kontroly hloubkového čištění v časných ranních hodinách, kdy je provoz nejmenší** a nastává „nultá hodina“, při které se sociální charakter ulice mění od bavící se sociální skupiny mládeže k pracujícím, kupujícím občanům.

Osvětlení je problematika, která přesně vypovídá o nutnosti diskuze o koncepční proměně ulice. Zahrnuje jak veřejné osvětlení, tak i problematiku reklam a světelného smogu. Urbánní zásah by v tomto případě byl zásahem do dlouhodobě utvářené charakteristiky místa, která se neopakuje v žádné jiné lokalitě Bratislavy. Z celkové plochy města je to navíc území co do své rozlohy zanedbatelné. **Může tedy jako výjimečný prostor z našeho pohledu takto de facto zůstat.** Pokud vejde v platnost regulativní manuál o Nové Obchodní, ztratí se charakteristický rys bazaru – tržiště, který dnešní část ulice Obchodní má a který je ve svém chaosu půvabný. S tím souvisí i následná **nutnost rekonstrukce osvětlení**, protože dnešní osvětlení ulice je zapříčiněno právě „neodborně“ nainstalovanými reklamními poutači. Urbánní **zásah v tomto případě by měl být participativně prodiskutován mezi obyvateli, podnikateli a politiky.**

V částech Starého Města jsou na ulici viditelné **cedule o vyhlášece města regulující pití alkoholu na veřejnosti**, zatímco v ulici Obchodní tyto informační cedule chybí. I

zde problematiku osazení cedulí vnímáme nejen jako rychlý urbánní zásah, ale jako **strategické rozhodnutí o tom, zda v této části vzhledem k probíhajícím sociálním aktivitám a problematické vymahatelnosti vyhlášky tento zákaz nezrušit.**

Umístění pítek a sociálních zařízení do prostoru ulice je dalším rozhodnutím, které vychází spíše z respektu toho, jak je dnes prostor užíván, než z jeho proměny. Jednou ze základních funkcí, které Obchodní ulice má, je funkce promenády. Promenující mládež zejména v nočních hodinách korzuje ulicí a hygienickou potřebu vykonává buď v přilehlém parku, nebo zabíhá do restaurací, pro které je při tak velkém počtu problém udržovat v těchto prostorách pořádek. **Umístění těchto prvků do veřejného prostoru by pomohlo v udržování hygieny a pořádku v lokalitě. S tím souvisí i problém odpadkových košů, které svojí kapacitou nedostačují zejména v nočních hodinách.** Největší problém je u prodejen s „okénkovým“ prodejem, ale i u tramvajových stanic. **Jednotný design těchto prvků by zlepšil prostor i vizuálně a esteticky.**

S tím souvisí i **vnitřní prostory nočních podniků** a jejich **kontrola z hlediska hygienických norem, požárních předpisů a diskuze o osvětlení a povaze temných dvorků**, které se postupně staly poloveřejnými prostory, ve kterých jsou konfliktní situace nejčastější. Nejvýrazněji je tento spor o povahu a správu takového prostoru vidět na příkladu ulice Jedlíkova.

Dlouhodobým problémem je také **nejasnost a nesrozumitelnost správy veřejných prostranství** (nejen v dané lokalitě), kdy je pro občany velmi obtížné se orientovat ve spleti nařízení a předpisů. Není zřejmé, co má v gesci magistrát, co náleží místnímu obvodu, které problémy řeší útvary architektů atd. **Doporučujeme vytvořit orientační mapu pro tematiku veřejného prostoru nejen pro obyvatele, kteří chtějí řešit či upozornit na nějaký problém, ale i pro pořadatele různých akcí, kulturních, sousedských apod.**

V oblasti urbánních zásahů je důležité **nastavit komunikační strategii s vlastníky objektů tak, aby došlo k racionalizaci vlastnických vztahů** v této lokalitě. Město a zejména kancelář hlavního architekta by měla dlouhodobě vstupovat ve funkci moderátora a facilitátora do procesu rekonstrukce původních objektů a jejich pronájmu developerům či obchodním společnostem. S tím souvisí i tlak na vlastníky, kteří se o svůj majetek dlouhodobě nestarají a počítají namísto rekonstrukce s jeho devastací a následném zhodnocení prodeje stavebního pozemku.

Ačkoli kolaudace stavebních úprav nebo ochrana památkově chráněných staveb a prvků spadají do činnosti jiných částí veřejné a státní správy, než je Magistrát hl. města,

doporučujeme **komunikovat** s příslušnými správními složkami o zjevných porušeních existujících předpisů a přijatelnými způsoby se **domáhat nápravy**.

S ohledem na množství a vzájemnou provázanost problémových témat ve zkoumané oblasti se domníváme, že město by mělo hledat **řádné koncepční řešení urbanistické situace** celé ulice. Například zadáním takové úlohy některému ze svých odborných pracovišť.

5.2. Sociální dimenze prostoru a doporučení k jejímu zlepšení

Vedle urbánní – materiální dimenze pozorované ulice jsme svou pozornost zaměřili také na sociální vrstvu této skutečnosti. Zkoumali jsme lidi, kteří se na ulici pohybují, analyzovali pravidla, podle kterých zde jednají, a také motivace, které je na ulici přiváděly. Popsali jsme stručně jací lidé a kdy na ulici přicházejí, podrobněji jsme se zabývali chováním naší cílové skupiny a také dalších zde popíjejících návštěvníků. Ukázalo se, že pro mládež není prostor Obchodní výlučným místem pro získávání zkušeností s pitím alkoholu a patrně tak nehrozí fenomén vytěsnění mladých do šedé – více rizikové zóny. Stejně tak není možné říci, že zákazníci z řad mladých lidí mají zásadní podíl na zformované podobě zdejšího nočního života a problémech s ním spjatých.

Obchodní ulice je součástí jakési širší zóny nočního života či noční ekonomiky, která do Bratislavy za pomoci řady komerčních pobídek přivádí množství zahraničních návštěvníků vyhledávajících levný alkohol, sex a sníženou úroveň sociální kontroly. Spolu s nimi se ve městě baví stovky mladých Slováků a také zahraničních studentů z programu Erasmus. Z našeho pohledu je ohniskem tohoto nočního života spíše několik ulic Starého Města, Obchodní ulici vnímáme mnohem více jako nárazníkovou, dojezdovou zónu, kde se v noci konzumuje rychlé občerstvení nebo kudy se prochází na noční autobusové spoje. Tuto problematiku jsme analyzovali za pomoci konceptu *drinking culture*, který nahlíží na tento fenomén jako úzce spojený s turismem, reklamou, hostely a není omezen pouze na problém jedné ulice.

K nejvíce konfliktním situacím dochází až v době, kdy jsou místní kluby a restaurace již zavřeny a v ulici se mísí lidé přicházející ze Starého města s lidmi, kteří jdou do práce nebo na nákupy. **Oddělením těchto sociálních skupin – například pravidelnou údržbou v časných ranních hodinách** – by se vytvořila technická bariéra bránící vzniku konfliktů.

Do sociální oblasti patří především regulativní vyhlášky a nařízení, týkající se sociálních aktivit v lokalitě. Jednou z nejvýraznějších je **regulace otevíracích hodin**. Zde panoval rozdíl mezi Obchodní ulicí a Starým Městem. Zdejší noční podniky mají zavírací dobu dříve než podniky na Starém Městě, na území Obchodní ulice jsme nezaznamenali problémy s jejím dodržováním. **Problémem je prodej skrze okénko**, který udržuje živou ulici jako zónu korzujících a hlučných lidí v pozdních nočních hodinách a nad ránem. Toto nařízení udržuje lidi venku, ve veřejném prostoru, což prodejcům umožňuje zbavit se odpovědnosti za jejich chování na ulici.

Dalším vymahatelným pravidlem je zákon č. 219/1996 o ochraně před alkoholismem a z něj vyplývající způsob **kontroly přítomnosti alkoholu s následným postupem přestupkového řízení u mládeže**. Praxi policie a přestupkového oddělení městské části vnímáme jako velmi vhodnou, působící preventivně více než represivně. Doporučujeme proto vytvořit prostor pro dostatečnou součinnost spolupůsobení městské části, policie SR a magistrátu hlavního města. Případně, pokud tomu tak není, snažit se tuto praxi přenášet i do dalších městských částí.

Dojde-li ze strany města ke strategickému rozhodnutí o tom, že také na Obchodní ulici má být uplatňována **vyhláška o zákazu popíjení alkoholu na veřejnosti**, je třeba podpořit její důsledné dodržování. Vedle umístění příslušných piktogramů také v Obchodní ulici je třeba **podpořit práci městské policie** (zvýšením stavu, soustavným procesem vzdělávání) a její součinnost s městskou částí a dalšími složkami — záchrannou službou, neziskovými organizacemi.

Magistrát by se měl snažit **vytvořit dobrý rámec** pro fungování NNO uplatňujících **street work** přístup v daném prostoru, spíše než suplovat práci neziskového sektoru.

V souhrnu doporučení není možné vynechat také cílovou skupinu mladých lidí konzumujících alkohol. Podáním alkoholu této skupině dochází často k porušení zákona, dalšími možnými negativními důsledky jsou dopady pití alkoholu na tělesné i psychické zdraví. Město by tedy mělo **iniciovat revizi stávajících a přípravu nových preventivních**

programů pro žáky a studenty základních a středních škol.⁴⁵ V Čechách tyto programy zajišťují certifikované neziskové organizace, školy mají možnost získat na financování jejich programů prostředky od Ministerstva školství. Často tak dochází k „vyvinění“ škol z odpovědnosti za prevenci, dle našich výzkumných zkušeností se situace navzdory jednotné odborné politice liší školu od školy. Dlouhodobě chybí střední článek řízení škol a tím i koncepčnější přístup například k problému prevence. **Přenést v Bratislavě zodpovědnost na magistrát hlavního města, který není zřizovatelem základních ani středních škol, nicméně může se ujmout koordinace celého postupu** vnímáme jako potenciálně vhodné řešení.⁴⁶

Další oblastí, kam bychom rádi směřovali naše doporučení, je změna funkčního využití ulice, zvýšení její pobytové atraktivity také pro další skupiny obyvatel a návštěvníků, jakými jsou například rodiny s dětmi. Kromě vyššího standardu údržby doporučujeme **vytvořit podmínky pro konání kulturních akcí** přímo na ulici. Lze využít rozmanitého potenciálu zdejších restaurací a jídelen (street food festival), ale i dalších komerčních provozů. Z urbanistického hlediska lze ulici snadno uzavřít a vytvořit prostor například pro festival pouliční hudby, kreslení na ulici, závody pro děti apod. Tato cílená strategie přivést do Obchodní ulice společensky přijatelné aktivity pomůže přeformátovat vnímání této lokality jako nebezpečné a rizikové. „Řízení změny“ ve vnímání ulice Obchodní považujeme za proces vyžadující strategickou a koncepční činnost, doporučujeme proto **ponechat si nad tímto procesem kontrolu. Například zřízením pozice kurátora či projektového manažera** daného prostoru a jeho využití.

Jak bylo výše popsáno na mnoha stranách tohoto textu, řadu problémů, které se projevují na Obchodní ulici, nemůže mít, s ohledem na jejich „globální genezi“, plně pod kontrolou bratislavský magistrát. **Masivní turismus** a jedna z jeho dimenzí — **drinking**

⁴⁵ Viz také komentář I.Chovancové k témuž: *efektívna prevencia spočíva v zapojení všetkých zodpovedných aktérov: teda v tomto prípade štátnej polície, mestskej polície, sociálnoprávnej ochrany detí a sociálnej kurately, mestskej časti, učiteľov, rodičov, ale aj samotných mladých ľudí — neziskový sektor funkciu koordinátora takéhoto programu prevencie nie je schopný plniť a ani mu takáto zodpovednosť neprináleží. Naopak, kompetencie existujúcich orgánov a inštitúcií je potrebné začať rozvíjať na základe stavu vedeckého poznania v oblasti prevencie a znižovania rizík v súvislosti s drogami. Riešením by teda mohlo byť nadviazať na existujúci model, podrobiť ho revízií a prispôbiť tak, aby nešlo len o „proforma“ jednorázové sedenie s rodičmi, ale kontinuálny program založený na multidisciplinárnej spolupráci...napríklad. Podstatnou intervenciou by tiež mohla byť peer edukácia a preventívny program, ktorý by mladých ľudí zapájal do jeho dizajnovania aj realizácie a hodnotenia.*

⁴⁶ Magistrát není zřizovatelem středních škol, ty většinou zřizuje Bratislavský kraj — doporučujeme v tomto případě usilovat o součinnost také s touto územně-správní úrovní.

culture, přivádí do města mnoho cizinců a jejich peníze. Pro běžné obyvatele města však jejich pobyt znamená zvýšené zatěžování veřejných zdrojů, které nikdo nekompenzuje.⁴⁷ Město by se mělo snažit **uplatňovat svou kontrolu** tam, kde to jde (důsledným vymáháním legálnosti všech s turisty souvisejících služeb) a usilovat o zlepšení svých pozic tam, kde to nejde. Například vhodnou **mediální prezentací města** zaměřenou na turisty.⁴⁸ Nebo zvážením, zda by nebylo vhodné podpořit **vznik *drinking culture zóny*** v jiných částech města, než jsou ty historicky nejcennější. Domníváme se, že snaha omezit negativní dopady over-turismu vyžaduje **promyšlenou strategii** a město by si ji mělo vytvořit.⁴⁹

5.3. Shrnutí

Současný stav na Obchodní ulici je důsledkem dlouhodobého opomíjení kontrolních a regulačních mechanismů a jejich nevymáhání ze strany samosprávy. To umožnilo samovolný rozvoj různorodých podnikatelských a sociálních aktivit v dané lokalitě. Zkoumaný prostor vykazuje značné známky chaosu a neuspořádanosti. Nedomníváme se, že by bylo možné tento stav vyřešit nějak jednoduše a rychle, například vydáním regulačních opatření typu dodržování vizuálního manuálu. Základním principem našich doporučení je respekt ke stávajícím pravidlům a nové vyjednávání o pravidlech mezi vlastníky, pronajímateli a útvary památkové péče a hlavního architekta. Pokud budou orgány města (a další složky veřejné a státní správy) ochotny a schopny důsledně vymáhat dodržování relevantních pravidel, mohou tak jistě přispět ke stabilizaci a zvýšení kvality prostředí Obchodní ulice. Vymáhání, kontrola či participativní dohody o pravidlech v lokalitě mají též dva rozměry – sociální a urbánní. Zatímco sociální rozměr místa je důsledkem změn na magistrátu hl. města Bratislavy pomalu regulován (například dohodami s majiteli podniků ohledně pravidel prodeje alkoholu nebo vybudováním místní policejní služebny), urbánní rozměr na svoji koncepci dosud čeká.

⁴⁷ Tím máme na mysli opotřebení komunikací, noční hluk, mizení běžných služeb z města, zdražování bydlení atd.

⁴⁸ Je-li možné v rámci preventivních kampaní odrazovat od pití alkoholu slovenské středoškoláky, proč se nezaměřit také na mladé Němce a Rakušany?

⁴⁹ Dalším příkladem z Prahy může být snaha primátora Zdeňka Hříba o regulaci Airbnb, snaží se přitom spolupracovat s dalšími evropskými velkoměsty: <https://prazsky.denik.cz/podnikani/hrib-the-guardian-observer-airbnb-praha-kratkodobe-ubytovani-hotel-zakaz.html>

6. Literatura

Bailey, L. and Griffin, C. (2017). Social locations: A class, gender and young people's alcohol consumption in a digital world. In Lyons, A. C. et al., (Eds) *Youth drinking cultures in a digital world: alcohol, social media and cultures of intoxication*. London: Routledge.

Bartoš, Juraj: *Obchodná ulica. Svedectvo doby*. Zum Zum production 2019. Lubo Stacho: Obchodná. Slovart 2014.

Carmona, M. (2015) Re-theorising contemporary public space: a new narrative and a new normative, *Journal of Urbanism: International Research on Placemaking and Urban Sustainability*, 8:4, 373-405.

Carmona, M. (2010): Contemporary Public Space: Part One, Critique. *Journal of Urban Design*, 15(1): 123-148.

Chatterton, P., Hollands, R. (2003). *Urban Nightscapes*. London: Routledge.

Goodwin, I., Griffin, Ch. (2017): Neoliberalism. alcohol and identity, In: Lyons, A. C. et al. (Eds) *Youth Drinking Cultures in a Digital World: alcohol, social media and cultures of intoxication*. London: Routledge.

HARVEY, David. (1995): *The Condition of Postmodernity: An Inquiry into the Origins of Cultural Change*. Cambridge/MA-Oxford, Blackwell.

Hayward, K., Hobbs, D. (2007): Beyond the binge in 'booze Britain': market-led liminalization and the spectacle of binge drinking, Keith Hayward and Dick Hobbs. *The British Journal of Sociology*, 2007, 58(3):437-56.

Jelínková, M. (2011). Případová studie. In M. Nekola, H. Geissler, & M. Muralová (Eds.), *Současné metodologické otázky veřejné politiky* (pp. 194-220). Praha: Karolinum.

Morávek, J. (2011). Analýza rámců. In M. Nekola, H. Geissler, & M. Muralová (Eds.), *Současné metodologické otázky veřejné politiky* (pp. 105-135). Praha: Karolinum.

Morawiec, M. (2015): Porovnání systémů organizace státní památkové péče v ČR, Polsku a na Slovensku, dipl. práce, FSV UK (<https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/151748/>).

Sedláková, M. (2018). Veřejný prostor a podoby post/moderny: Poznámky k úpravám veřejných prostor v Brně. In K. autorů (Ed.), *Veřejný prostor v širším kontextu – město, industriál, krajina* (pp. 63-72). Praha: Fakulta stavební ČVUT v Praze a Česká technika – nakladatelství ČVUT v Praze.

Simons, H. (2009). *Case study research in practice*. London: SAGE Publications.

Strauss, A., Corbinová, J. (1999): *Základy kvalitativního výzkumu. Postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Boskovice: Albert, 1999.

Veselý, A. (2011). Veřejněpolitický a „klasický“ sociálněvědní výzkum: podobnosti a odlišnosti. . In M. Nekola, H. Geissler, & M. Muralová (Eds.), *Současné metodologické otázky veřejné politiky* (pp. 12-63). Praha: Karolinum.

Yin, R. K. (2003): *Case Study Research: Design and Methods*. London: SAGE.