Jihlava

JIHLAVA – IDENTITA MĚSTA

Závěrečná zpráva z výzkumu
2020

Sociálně-antropologický výzkum
pro připravovanou kampaň
„Staň se Jihlavákem!“

Vypracovali: Ing. Jindřich Pinc, Mgr. Lucie Klicperová

SOCIONAUT

Socionaut.org

OBSAH

1. Zadání a účel výzkumu

2. Metodologie
2.1 Kvalitativní fáze
2.2 Kvantitativní fáze

3. Výsledky výzkumu, dílčí zjištění a nové poznatky
3.1 Identita Jihlavy – charakter města a jeho symboly
3.2 Analýza mentálních map
3.3 Hodnoty a problémy Jihlavy
3.4 Jihlaváci a jihlaváctví
3.5 Nejihlaváci

4. Shrnutí představ o budoucnosti Jihlavy

5. Závěr

1

1. ZADÁNÍ A ÚČEL VÝZKUMU

Tato závěrečná zpráva je souhrnem výsledků sociálně-antropologického výzkumu na téma „Jihlava – identita města“, který probíhal v Jihlavě od července do listopadu roku 2020 a jehož zpracování zadal Magistrát města Jihlava spolku Socionaut z.s. se záměrem získat podklad pro plánovanou kampaň „Staň se Jihlavákem!“. Tento projekt vychází z předpokladu, že nezanedbatelnou část obyvatel Jihlavy tvoří lidé bez trvale hlášeného pobytu. V této zprávě je tato kategorie obyvatel pojmenována jako „nejihlaváci“. Záměrem kampaně „Staň se Jihlavákem!“ je motivovat zejména tuto skupinu obyvatel k tomu, aby svůj stav změnila a trvalý pobyt v Jihlavě si přihlásila. Z povahy věci je však zřejmé, že takto definovaná skupina obyvatel není snadno uchopitelná, jelikož není evidována a její charakteristiky jsou pouze odvozovány ze sekundárních dat. Rozhodující otázkou také bylo, jakým způsobem data získat a zda se to vůbec podaří. Na základě zadání jsme zformulovali tyto klíčové otázky:

- **Proč by se lidé měli chtít stát Jihlaváky? V čem tkví hodnoty Jihlavy a co utváří její identitu?**
- **Jaké faktory tvoří bariéru toho, aby lidí s přihlášeným trvalým pobytem bylo více? V čem tkví problémy Jihlavy a co může být překážkou plnohodnotné účasti na životě v Jihlavě?**
- **Je možné najít nějaké společné charakteristiky nejihláváků? A jaké tyto charakteristiky případně jsou?**

K jejich zodpovězení a s ohledem na specifika cílové skupiny jsme se rozhodli rozdělit výzkum do dvou fází. V první fázi bylo naším cílem prostřednictvím rozhovorů v ulicích Jihlavy prozkoumat terén, zmapovat silné a slabé stránky Jihlavy a tím najít odpovědi na první dvě otázky. Dílčím cílem bylo zachytit jakým způsobem a zda vůbec je skupina „nejihlaváků“ mezi obyvateli Jihlavy zastoupena. Druhá fáze výzkumu zaměřila svou pozornost na skupinu „nejihlaváků“. Původním záměrem bylo oslovit "nejihlaváky" prostřednictvím velkých zaměstnavatelů ve městě a zrealizovat s nimi sérii skupinových pohovorů na témata formulovaná v první fázi výzkumu. S ohledem na zhoršující se epidemiologickou situaci v ČR v průběhu října a listopadu jsme se však rozhodli druhou fázi výzkumu v této podobě nerealizovat a zvolili jsme pro tento účel odlišnou strategii a výzkumný nástroj, který nevyžaduje sdružování většího množství osob. Tímto nástrojem je online dotazník.

2

2. METODOLOGIE

Rámec provedeného výzkumu byl rozdělen do dvou navazujících fází: 1) kvalitativní a 2) kvantitativní. Těm odpovídá odlišný způsob získávání dat a jejich analýzy. Kvalitativní fáze výzkumu byla založena na individuálních polostrukturovaných rozhovorech a jejich tematické obsahové analýze. Kvantitativní fáze byla založena na online dotazníkovém šetření a statistické analýze získaných odpovědí a svým způsobem ověřuje poznatky z první fáze na větším vzorku respondentů. Obě fáze výzkumu předkládáme jako komplementární a představujeme je společně. Získané poznatky jsou ilustrovány grafy, tabulkami a autentickými citacemi respondentů.

2.1 Kvalitativní fáze

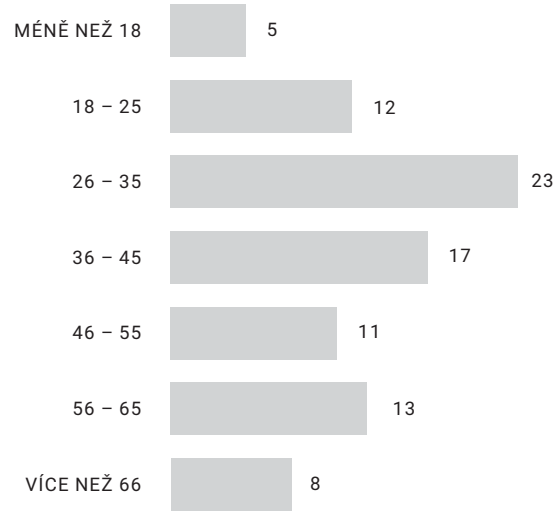
Od července do září 2020 probíhala v Jihlavě první část výzkumu. Cílem bylo zmapovat, jak obyvatelé Jihlavy reflektují město, ve kterém žijí, a jeho identitu, jaké jsou v jejich představách jeho největší hodnoty a problémy a co je k jejich postojům motivuje. V předem stanovených termínech se v ulicích Jihlavy pohybovali výzkumníci, kteří s místními obyvateli vedli a zapisovali rozhovory na základě předem dané osnovy. Každý rozhovor byl zahájen prosbou o tvorbu tzv. mentální mapy (více v kapitole Identita). Po této zahajovací aktivitě již následovaly sady otevřených otázek k pěti klíčovým tématům, kterými jsou: hodnoty a problémy Jihlavy, charakter města a jeho symboly, jihlaváctví a motivace „nejihlaváků".

Celkem bylo provedeno 90 rozhovorů, každý trval od 20 do 40 minut a odehrávaly se buď ve veřejném prostoru nebo na pracovišti respondentů. Výběr respondentů byl založen na tzv. účelovém výběru, který vychází z výběru kritérií, která by měli respondenti pro účely daného výzkumu splňovat.[1] V tomto případě to byly: místo bydliště, pohlaví a věk.

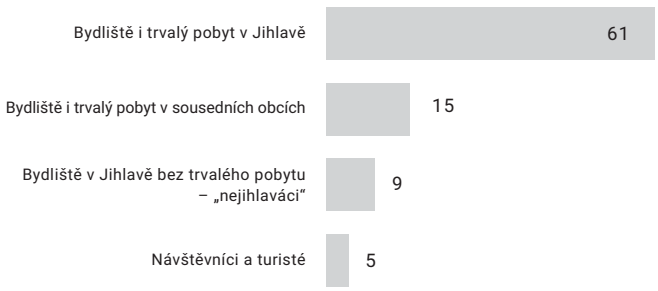
Základní charakteristiky respondentů z první fáze výzkumu shrnují grafy.

Graf 1
Složení vzorku dle pohlaví

Graf 2
Složení vzorku dle věku



Graf 3
Složení vzorku podle kategorie trvalého bydliště

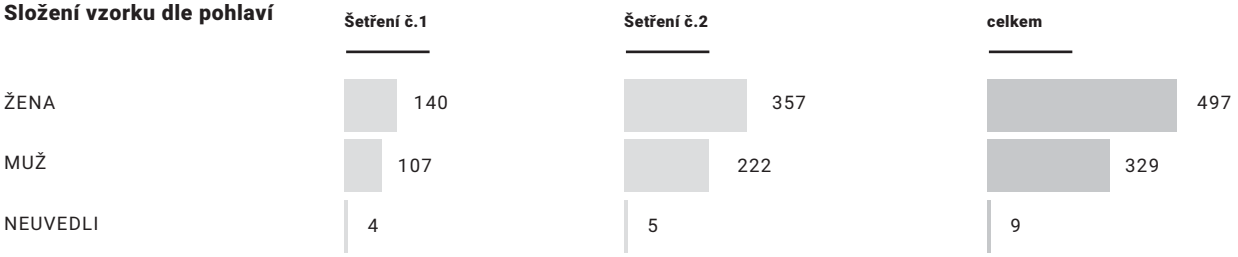


[1] DISMAN, M. 2000
Jak se vyrábí sociologická znalost. 3. vyd. Praha: Karolinum.

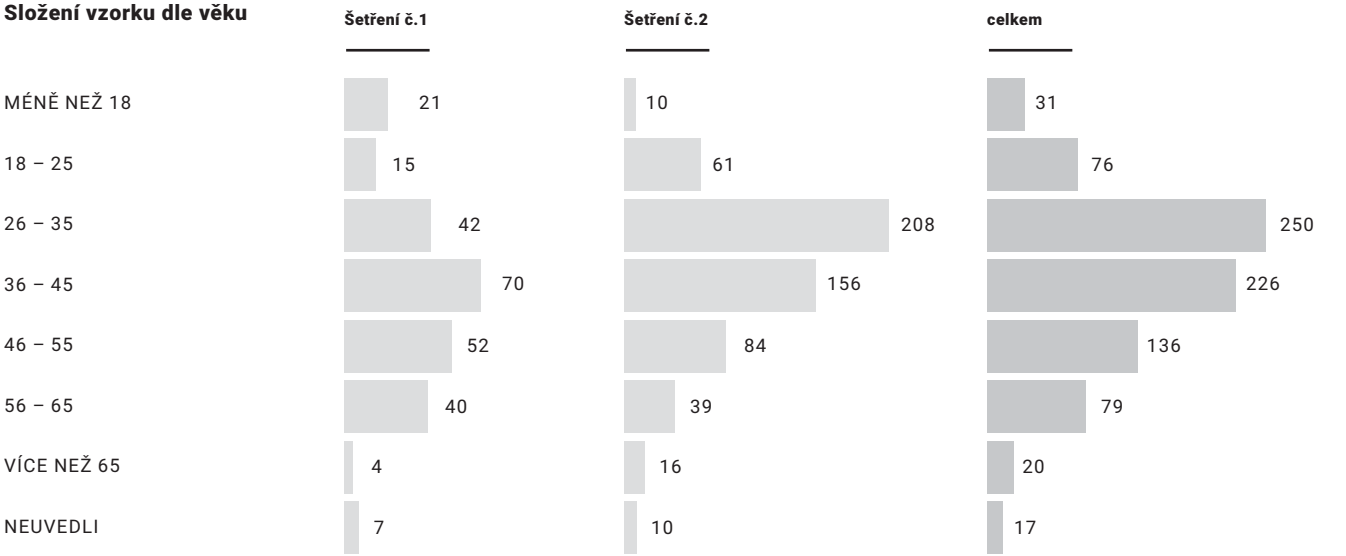
2.2 Kvantitativní fáze

Dotazníkové šetření bylo realizováno od 21. října do 12. listopadu 2020 a probíhalo prostřednictvím online dotazníku, který byl v součinnosti s kanceláří p. primátorky rozeslán e-mailem zástupcům firem a institucí zvolených podle seznamu největších zaměstnavatelů města s prosbou o zapojení do dotazníkového šetření (dále jako šetření č.1) a rozeslání odkazu na jeho vyplnění zaměstnancům/studentům. Následně byl online dotazník pro nedostatek respondentů z řad „nejihlaváků" zveřejněn také na sociálních sítích města (FB) (dále jako šetření č.2). V prvním šetření byli cílovou skupinou zaměstnanci firem a institucí + studenti, resp. uživatelé internetu, v druhém šetření byla cílovou skupinou širší veřejnost, resp. uživatelé internetu a sítě Facebook. Pro tento účel jsme vytvořili kopii dotazníku, v níž jsme upravili některé otázky tak, aby byly relevantní pro širší veřejnost. V obou variantách dotazník obsahuje tři segmenty otázek; 1. obecnou administrativní část, jejímž účelem bylo shromáždit základní sociodemografická data o respondentech, 2. ověřovací část, v jejímž rámci jsme ověřovali a doplňovali poznatky a zjištění z první fáze výzkumu týkající se hodnot, problémů a identity Jihlavy a 3. část dotazníku byla věnována tématu motivace respondentů k bydlení a přihlášení trvalého pobytu v Jihlavě. Online dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 835 respondentů. Základní charakteristiky výběrového souboru shrnují grafy níže.

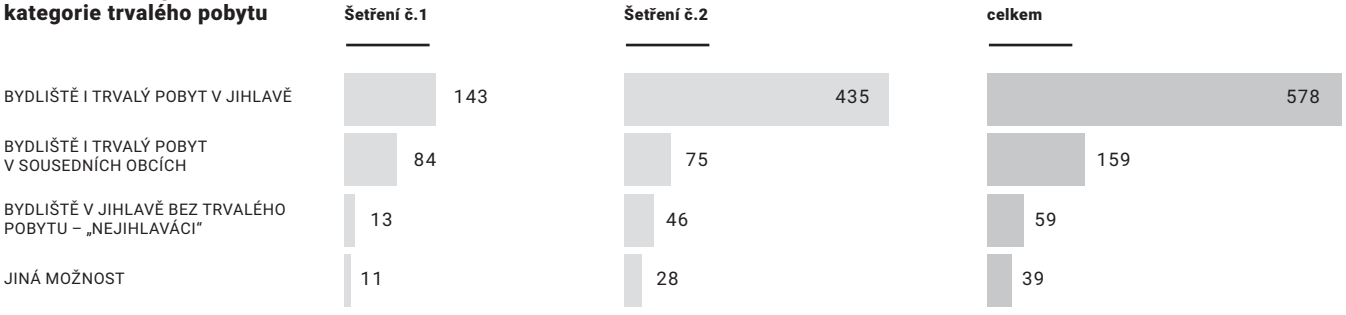
Graf 4
Složení vzorku dle pohlaví

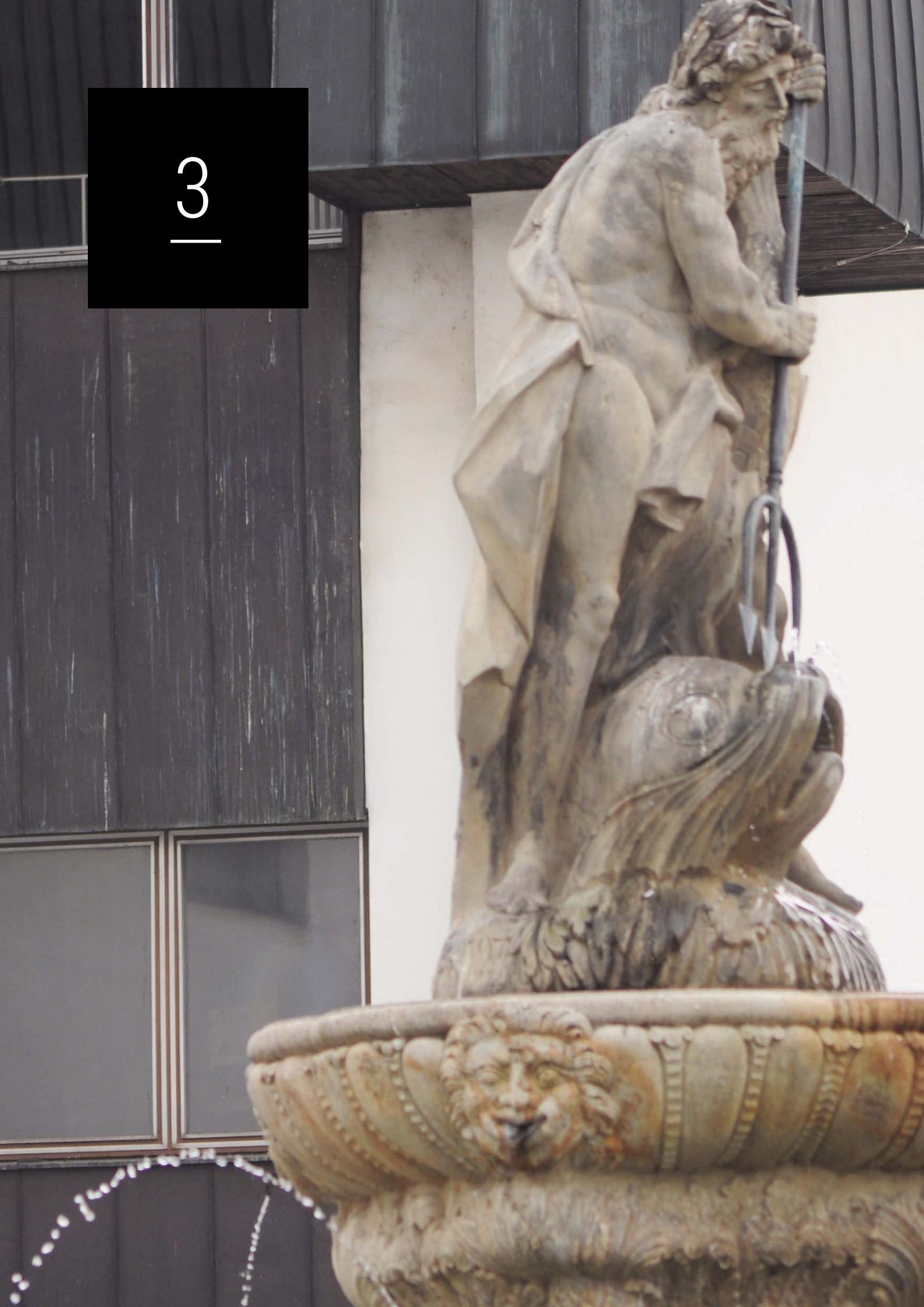


Graf 5
Složení vzorku dle věku



Graf 6
Složení vzorku podle kategorie trvalého pobytu




3

3. VÝSLEDKY VÝZKUMU

V této části uvádíme zjištění a poznatky získané na základě realizovaných rozhovorů a dotazníkového šetření. Struktura tohoto oddílu se chronologicky odvíjí od témat nastolených v osnově rozhovorů, z níž byla odvozena i struktura dotazníku. Ke každému tématu jsou zde shrnuty poznatky z obou fází výzkumu tak, aby se vzájemně doplňovaly a utvořily komplexní významový kontext danému problému. Cílem interpretace těchto poznatků je zachytit význam skrytý za výsledky tohoto šetření, k čemuž také slouží využití citací promluv respondentů z rozhovorů.

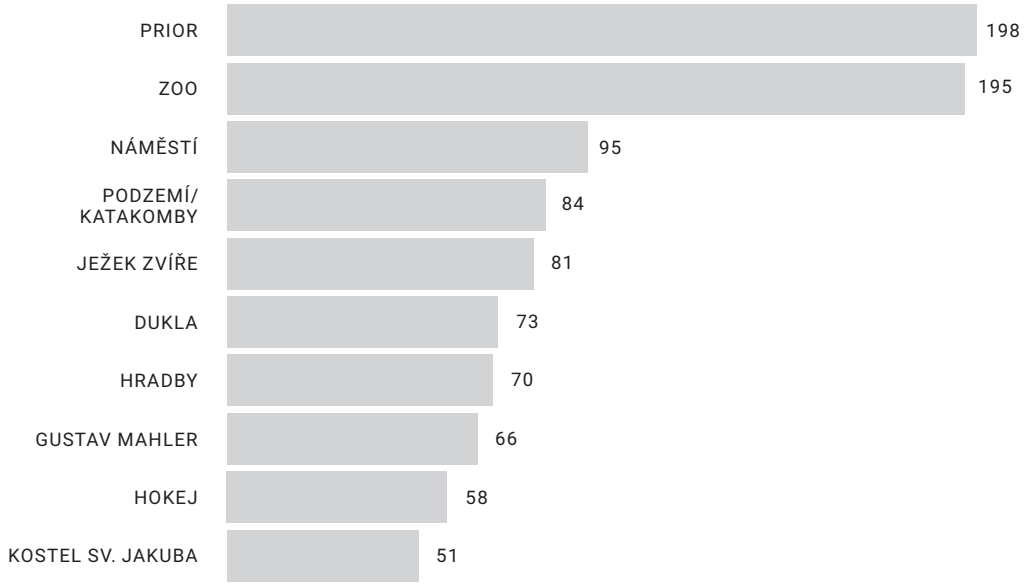
3.1 Identita Jihlavy – charakter města a jeho symboly

Identita odráží vztah člověka k místu. Je definována tím, co odlišuje „to naše" od toho jiného, tedy jedinečnými prožitky, vědomostmi a postoji, které se formují skrze každodenní prožívání daného prostředí.[2] Pro formování identity jsou důležité sdílené významy a zkušenosti s daným prostorem, v jejichž utváření hraje roli geografický prostor, historická zkušenost, kolektivní paměť, sociální interakce a autobiografická perspektiva. Naším cílem bylo zjistit, jaký je vztah mezi obyvateli Jihlavy a městem, jak ho reflektují, jaké významy mu připisují, jaké jsou jeho charakteristické znaky, ve zkratce, co tvoří jeho sdílenou identitu.

Respondentů jsme se v rozhovorech například ptali na tzv. klíčová slova, která se jim bezprostředně vybaví při zmínce o Jihlavě. Získali jsme tak sumu výrazů představující znaky a symboly Jihlavy, kterým její obyvatelé připisují zvláštní význam. Tyto představy jsme dále prozkoumali v dotazníkovém šetření, kde mohli respondenti vyjádřit svou představu o charakteru Jihlavy prostřednictvím otevřené otázky. Uváděli zde, co je podle nich pro Jihlavu typické a co je s ní v jejich představách neodmyslitelně spjato. Opět jsme tak získali sumu typických znaků a symbolů Jihlavy, které tvoří její charakter, přičemž se zde prolínají znaky pozitivně, ale i negativně vnímané. V grafu jsou data z online dotazníku, zastoupení jednotlivých prvků je srovnatelné i v hloubkových rozhovorech.

[2] HODÚLOVÁ, T. 2017
Identita místa: Případová studie sídliště Solidarita. Praha.

Graf 7
Co je pro Jihlavu charakteristické a co je s ní neodmyslitelně spjato?



Mezi charakteristickými prvky se dále objevily Brána Matky Boží, pivovar Ježek a pivo Ježek, MFDF, Stříbro, Romové, Historie, Havířství. Není překvapivé, že žebříčku dominují prostorově výrazné prvky – oblíbená ZOO, výjimečně rozlehlé náměstí, kontroverzní budova Prioru nebo nabízející se oficiální znaky města – Ježek. Znaky, které jsou shrnuty výše, zjednodušeně představují odpověď na otázku „Co se člověku vybaví, když se řekne Jihlava?“. Některé z nich v sobě nesou hlubší význam, který nabývá na zřetelnosti v kontextu obecnějších hodnot a problémů Jihlavy, kterým se budeme věnovat v následujícím tematickém oddílu. Abychom však identitě místa porozuměli lépe a více do hloubky, ptali jsme se na otázky „Jaká je Jihlava ve Vašich očích?“ nebo „Co znamená být jihlavákem?“. Na tomto základě, se nám v individuálních rozhovorech podařilo otázku identity Jihlavy ještě více prohloubit a zaměřit se nejen na to, co je zjevné, ale také na vlastnosti a charakterové znaky, které skutečně tvoří její podstatu a sdílenou identitu. Z této perspektivy vzešlo několik základních charakterových rysů a témat, která přispívají k formování lokální identity Jihlavy.

> „Je tu klid.“

Klidné maloměsto vs. krajské město

Ve výpovědích respondentů je často reflektována samotná velikost města. Typická „malost“ Jihlavy je častým charakterovým znakem.
To s sebou dle respondentů nese výhody v podobě sousedské pospolitosti, lidé se tu znají a „Je tu klid.“ Proti tomu zdánlivě v opozici stojí titul krajského města, resp. ambice jím být, která je často z pohledu respondentů nenaplněná. Vztah k velikosti města je tak ambivalentní - vnímané „maloměsto“ umožňuje navázání bližšího vztahu, ale vede zároveň i k touze po větším významu a roli města v širším kontextu.

Respondentům je společný pozitivní vztah k dalšímu rozvoji a růstu města (naplňování role krajského města) a rovněž vřelý vztah k návštěvníkům a pozitivní reflexe turismu.

> “My si na to krajský město jenom hrajeme.”
> “Jihlava je nejmenší velkoměsto na světě.”
> „Tváří se jako krajské město, ale život v něm připomíná spíš maloměsto.“
> "Za kulturou jezdíme do Telče, v Jihlavě se toho sice děje asi víc, ale s menší kvalitou.“

Nízká míra hrdosti a sounáležitosti

Mezi respondenty je rovněž poměrně silně zastoupená absence hrdosti, podceňování, shazování významu města a negativismus ve vztahu k Jihlavě a jeho obyvatelům. Toto plyne buď z osobního přesvědčení, nebo z vnímané reputace města založené na nějakém společensky konsenzuálním předpokladu (např. „o Jihlavě se říká…“, „všichni si o Jihlavě myslí…“, „nikdo Jihlavu nemá rád“ apod.). Druhým pólem tohoto tématu je pak blízký citový vztah – jemuž asi nejlépe odpovídá citace „Jihlavu mám od srdce rád, ale vidím, že je město v nelehké situaci.“

> “Hrdej? Proč? Je to město jako každý jiný”
> “Jsem tu spokojený, ale hrdý, ne, to nemůžu říct.”
> “Jihlavu mám rád, ale nejsem
> nějak extra hrdý, že jsem Jihlavák.”
> “Jihlava je taková, no, historicky jsou všichni
> přistěhovalci, takže to tu moc nefunguje.
> Nikdo není moc hrdej, že je z Jihlavy.”
> „Brod je menší, Pelhřimov má ty svoje rekordy,
> Jihlavu ale všichni odsuzujou, lidé ji nemají rádi.“
> “Jsem hrdá, ale ne tak úplně spokojená.
> Jihlavu ale budu bránit zuby nehty.”
> “Rád slyším, když se o Jihlavě dobře mluví.
> Budu hájit i to, co není zrovna košer.”
> “Já se za to, že jsem z Jihlavy nestydím,
> ale někteří to zapřou.”

S negativistickým postojem jsou mnohdy spojeny i kritické výroky na konto kulturního života ve městě a turismu. Opakovaně se objevují výroky, že je v Jihlavě nuda, že město není dostatečně živé a turisticky atraktivní.

> „Nic se tu neděje, chcípl tu pes.“
> “Je to dobré místo k žití, ale jako turista
> bych sem nejel.”

Vysočina a blízkost přírody

Silným motivem je identifikace respondentů s Vysočinou - „naše kopečky“ či „město v lese“. Ceněná je také pozice mezi Prahou a Brnem jako určitý rovnovážný bod mezi Moravou a Čechy. Respondenti v rozhovorech často uvádějí, že by Jihlava měla dostát titulu krajského města a být „hlavním městem Vysočiny“. Vztah k Vysočině se promítá i do reflexe místních klimatických podmínek. Pro někoho jsou dokonce chladnější zimy a jejich každoroční překonávání jakýmsi motivem sounáležitosti s místem.

> „Ani Čechy ani Morava, ale Vysočina!“
> “Je tu zima, ale nejsme z cukru!”

Vykořeněnost

Tímto pojmem respondenti nejčastěji popisují problematiku, která souvisí s ukotvením lokální identity. To v sobě zahrnuje témata odchodu původního německého obyvatelstva, odcházení mladší generace, migrace za prací, nebo problém se ztotožněním se s Jihlavou. Opakujícím se prvkem pak je absence společně sdílené historie. I přesto jsou ve vztahu ke společné historii patrné tři časové linky, jejichž význam je kolektivně sdílený. Lze je s nadsázkou definovat jako Jihlava stříbrná, Jihlava německá a Jihlava hokejová.

- **Jihlava stříbrná**

Sdílenou historickou hodnotu má zejména havířská minulost. Havířský odkaz je ochotně sdílený a pochopitelný pro všechny. Dokládá to velká obliba jihlavského Havíření a havířského průvodu. Význam této středověké historie se odráží v historických památkách, i ve vztahu, který k nim obyvatelé zaujímají. Hodnota jihlavského podzemí či středověkých hradeb je v myslích obyvatel pevně zapsána.

- **Jihlava německá**

Ještě dnes je patrná určitá nevyrovnanost s touto částí jihlavské identity. Na povrch místy vyvstává i určitý stud, či pocit spáchané křivdy, především u starších respondentů. Vystěhováním původního německého obyvatelstva byla přerušena určitá linie vývoje, na kterou se údajně již nikdy nepodařilo navázat. Německý element ve městě je však naprosté většině respondentů známý a pro mladší generaci spíš představuje historický fakt či předmět výuky na školách než téma identity.
Že je slovo Jihlava odvozeno z německého Iglau je znalost vlastní téměř všem.

> “Nějaké jihlaváctví se teď teprve tvoří, Jihlavák neexistuje.”
> “Ti staří Jihlaváci už tu nejsou, všechno je to náplava.”
> “Němečtí Jihlaváci po válce zmizeli, to byla velká tragédie, že Jihlava přišla o své původní obyvatelstvo.”
> “Všichni jsme tu vlastně přistěhovalci.”

- **Jihlava hokejová**

V myslích řady respondentů ve věkové kategorii 40 – 60 let se zlatá éra Jihlavy odehrávala v druhé polovině 20. století. Ve městě byl silný přírůstek obyvatel, silný průmysl, početná vojenská posádka a s ní spojená hokejová Dukla, která město proslavila po celé Evropě. Výše zmiňovaná absence hrdosti má významnou výjimku a tou je právě hokej. Opakovaně uváděné jsou zejména hokejové úspěchy jihlavské Dukly, či hokejové rodiny Holíků. Řada respondentů má i z toho důvodu vysoká očekávání od nové multifunkční haly, která je dominantní součástí jejich vize budoucnosti pro Jihlavu.

> "Jen přes sport jsou Jihlaváci hrdí. Ty lidi to v sobě mají, to v nich nějak ztuhlo nebo co."
> „Sport lidi semkne."

Prior – rozděluje a spojuje zároveň

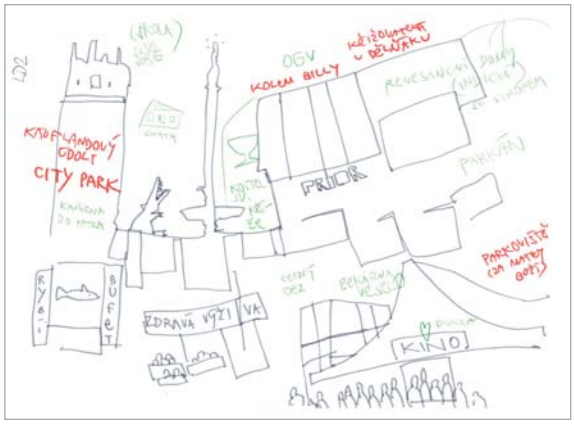
Jedná se o kontroverzní identitní znak. Je jedním z nejčastěji uváděných problémů Jihlavy, ale zároveň je i dominantním prvkem, který spoluutváří identitu města. Někteří respondenti na něj reagují pozitivně právě i díky tomu, že má význam a potenciál oslovovat lidi. Pro řadu lidí hlavní problém Prioru není jeho fyzická podoba či umístění, ale jeho stávající funkce, která neodráží význam, který budova ve městě zaujímá.

> "Jediný co mi vadí, je Prior."
> "Je tu příšerné náměstí, Prior ten tam nemá co dělat."
> „Ten komunistický Prior, to je hnus."
> "Na Prior jsem si zvykl, i když vím, že na něj všichni nadávají."
> "Byla jiná doba a stavěly se jiné věci."
> "Já mu fandim, je škoda, že ho lidi tak zavrhujou. Je to zajímavá věc, která má své místo."

3.2 Analýza mentálních map

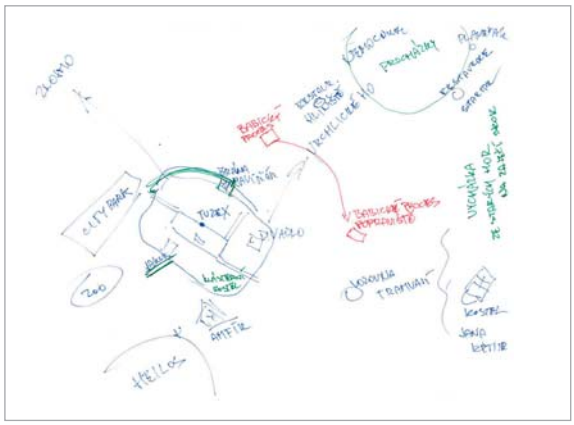
Perspektivu obyvatel a vztah k městu dokážeme zaznamenat použitím tzv. mentálních map. Tato technika nám pomáhá formulovat představy o žitém prostředí respondentů a slouží jako takové „zahřívací" téma, na jehož základě pokládáme další otázky. Prvky, které respondenti zaznamenali do mapy, jsme následně roztřídili do pěti kategorií – hranice, cesty, dominanty, distrikty a uzly. Tyto kategorie jsme ještě doplnili o hodnotící kritérium tím, že jsme požádali o zakreslení oblíbených a problematických míst. Výstupem tvorby mentálních map je tzv. kolektivní obraz města, tedy vizuálně ztvárněná sdílená představa o žitém prostoru a jeho kvalitách. Může být užitečný např. při strategickém plánování. Proto jsme tvorbu mentální mapy zařadili na samotný úvod prováděných rozhovorů. V průběhu výzkumu jsme shromáždili 42 mentálních map, ze kterých jsme vybrali 6 ilustračních příkladů.

Obrázek 1 – Mentální mapy Jihlavy I

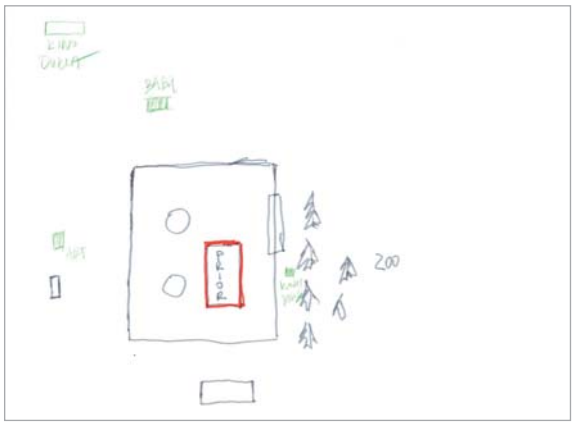


Obrázek 2 – Mentální mapy Jihlavy II

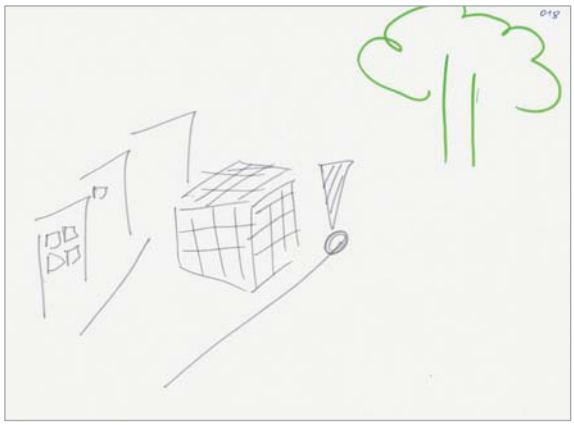
Obrázek 3 – Jihlava jako oblasti určitého charakteru



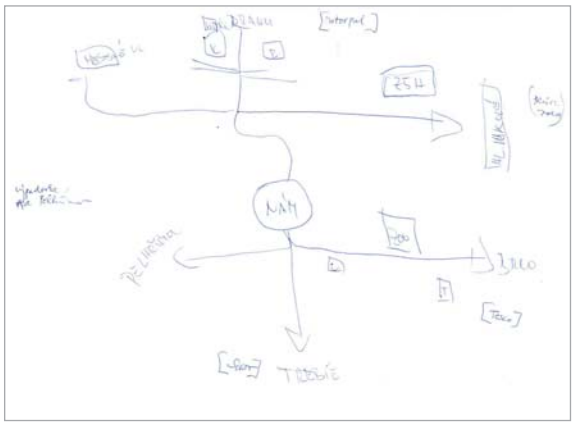
Obrázek 4 – Jihlava jako centrální struktura



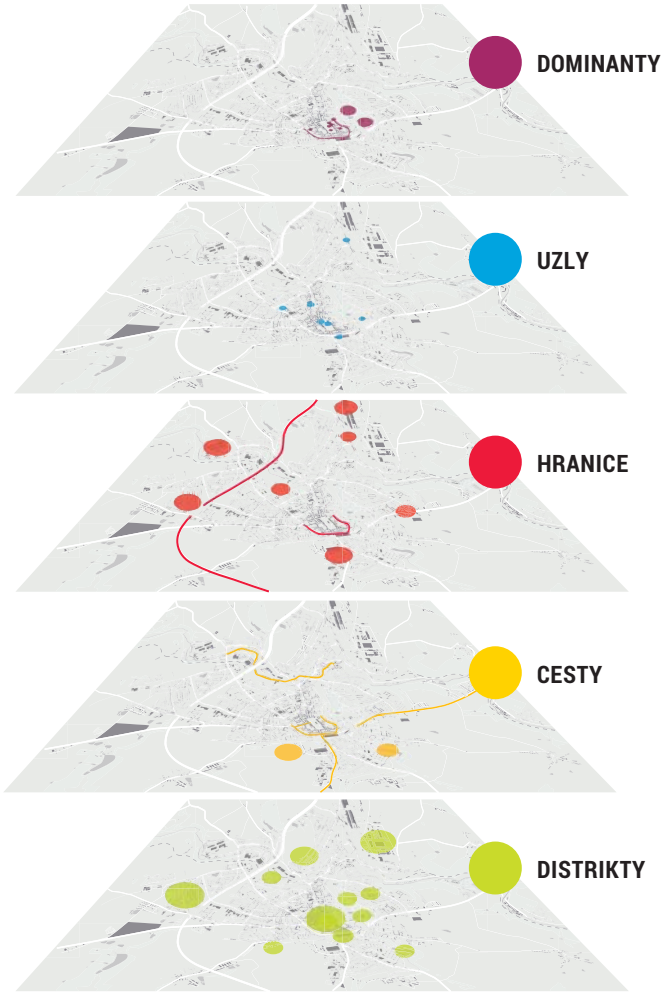
Obrázek 5 – Jihlava jako identitní znaky



Obrázek 6 – Jihlava jako silniční struktura



Každá z pěti analytických kategorií prvků v mapách existuje ve vztahu k ostatním a jejich funkce se můžou vzájemně překrývat a proměňovat – cesta může být zároveň i hranicí, distrikt může být uzlem apod. Ty nejčastěji se opakující prvky jsme shromáždili, přenesli do reálné mapy a pokusili jsme se vytvořit univerzální obraz města podle představ respondentů. Tyto mapy (viz obrázky níže) nám ukazují do jakých míst v Jihlavě směřuje pozornost respondentů, jaké prvky vnímají jako významné a jaké nikoliv. Důležité tak je nejen to, co v mapě bylo vyznačeno, ale také to, co v ní vyznačeno není (například zde takřka chybí zakreslení řek Jihlavy i Jihlávky). Předchozí tematický oddíl pojednával o převážně abstraktní reflexi jihlavské identity, mentální mapy ho tak doplňují konkrétními představami o žitém prostoru Jihlavy.



Dominanty anebo též významné prvky, jsou snadno zapamatovatelné a viditelné a lidé se podle nich často orientují. Zaznamenali jsme prvky v těchto kategoriích: panoramatické historické památky – kostely Sv. Jakuba a Sv. Ignáce, brána Matky Boží, další historické památky – katakomby, hradby, prostorově výrazné stavby - Prior, City Park, další významné prostorové prvky – Náměstí, Zoo, park Heulos.

Uzly jsou často využívaná a strategická místa. Lze do nich vstupovat, pohybovat se v nich anebo se díky nim pohybovat i do dalších míst. Kromě náměstí sem patří křižovatka u Cityparku, autobusové nádraží, vlakové nádraží a okolí DKO.

Hranice v mentálních mapách jsou většinou lineární prvky, ale mohou to být i místa, která od sebe oddělují určitá prostředí. Důležitější, než samotné linie oddělení jsou však vztahy mezi prostředími, která oddělují. Zaznamenané hraniční prvky reflektují např. vnímaný konec města, či předěl mezi prostředími odlišného charakteru. Specifickou roli hraje hranice uvnitř města, kterou tvoří hradby (jižní hradební linie). Hradby tak nejen fyzicky, ale i v představách obyvatel Jihlavy vymezují „staré město“, ke kterému se vztahují jiné hodnoty, emoce a pocity než ke zbytku města za hradbami.

Cesty představují časté trasy pohybu obyvatel, ty nejčetnější jsme podle mentálních map rozdělili do tří kategorií: cesty po městě – ul. Matky Boží, hradby, cyklostezka, cesty ven z města/do města - ul. Brněnská a Hradební, ul. Znojemská a vycházkové trasy na Starou Plovárnu, podél vody na Zaječí skok, či ke křížku na Krkavčí vrch, které jsou v mapě reprezentovány svými cílovými lokalitami.

Distrikty jsou lokality definované nějakým společným charakterem. Rozdělili jsme je na distrikty historické – náměstí, funkční – průmyslové zóny, rekreační – Český mlýn, obytné – Březinky a specifické – Zoo.

> “To je jiný urbanismus uliček, v těch hradbách je opravdu cítit ten duch místa, genius loci.”

Obrázek 7

KOLEKTIVNÍ OBRAZ MĚSTA JIHLAVA

DOMINANTY

1. Kostel sv. Jakuba
2. Brána Matky Boží
3. Kostel sv. Ignáce
4. Katakomby
5. Hradby
6. Radnice
7. Kašny
8. Prior
9. City park
10. Náměstí
11. ZOO
12. Park Heulos

UZLY

1. Náměstí
2. City park křižovatka
3. Autobusová nádraží
4. Hlavní vlakové nádraží
5. Okolí DKO
6. ZOO
7. Prior

HRANICE

1. Obchvat a přivaděč k dálnici D1
2.1 Hlavní vlakové nádraží
2.2 Zastávka Jihlava město
3. Severní průmysl. zóna
4. Areál Motorpal
5. Areál Na Slunci
6. Horní Kosov
7. TESCO ul. Brněnská
8. Hradby

CESTY

1. Hradby
2. ul. matky Boží (v centru)
3. Cyklostezka
4. ul. Brněnská (ul. Hradební)
5. ul. Znojemsjká
6. na Starou plovárnu
7. ke křížku na Krkavší vrch

DISTRIKTY

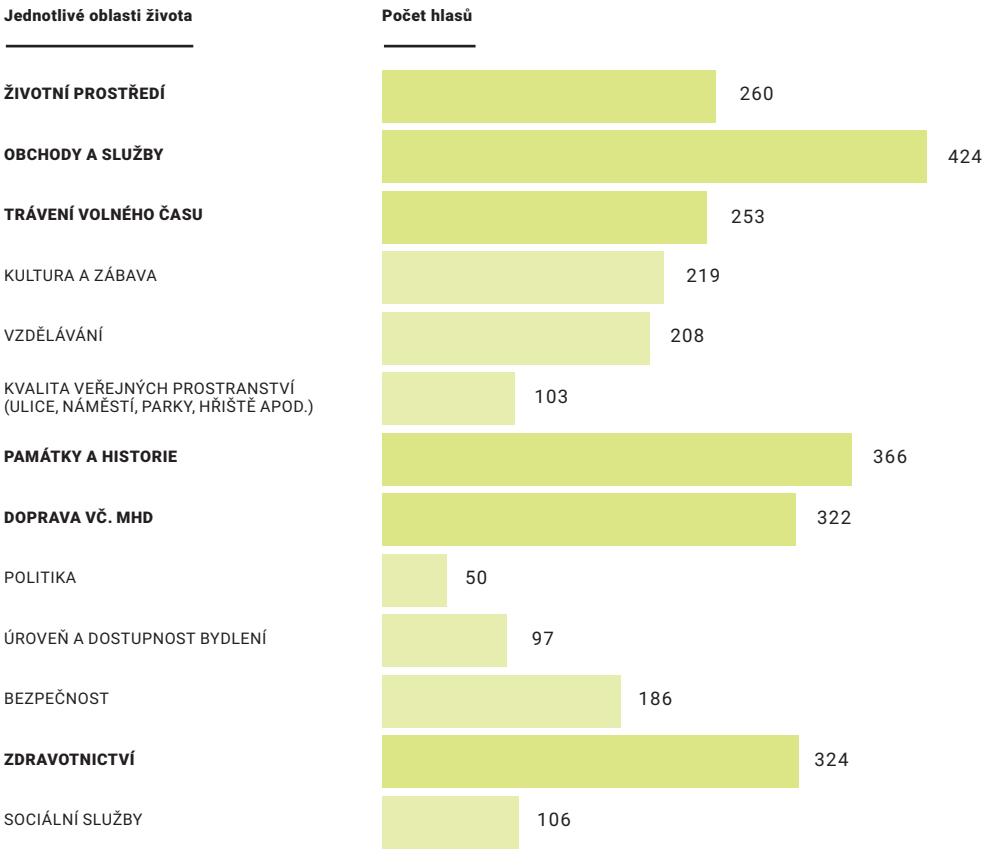
1. Náměstí
2. "stará Jihlava"
3. Průmyslové zóny
4. City park
5. Park Heulos
6. Areál Český mlýn
7. Lokalita Na Skalce
8. Stará plovárna
9. Březinky
10. Horní Kosov
11. Bedřichov
12. ZOO

3.3 Hodnoty a problémy Jihlavy

Hodnoty

V dotaznících jsme respondentům položili otázku „V jakých oblastech Jihlava rozhodně naplňuje vaše potřeby a nároky?“, přičemž každý mohl zvolit vždy čtyři možnosti. Nejvíce respondentů zahrnulo do svého výběru oblast obchodů a služeb. Neznamená to však, že by pro ně měla největší význam. Obchody a služby byly nejčastěji součástí výběru čtyř oblastí života, které naplňují potřeby respondentů.

Graf 7
V jakých oblastech Jihlava rozhodně NAPLŇUJE potřeby obyvatel?



Hodnocení nabídky obchodů a služeb je spíše uspokojivé, nicméně v individuálních rozhovorech i v otevřených otázkách v dotazníku silně rezonuje potřeba oživit prostřednictvím běžných obchodů prostor Masarykova náměstí. Nejedná se tedy o jejich nedostatek v pravém slova smyslu, ale spíš o jejich umístění a jakousi městotvornou funkci. Respondenti v několika případech konstatovali, že chybí kvalita nabídky a je zde absence zboží lepší kvality či vyšší cenové kategorie. Za touto nabídkou jsou tito respondenti nuceni dojíždět. Někteří respondenti se také vymezili vůči výstavbě OC Aventin a hodnotí ho jako nadbytečné. S ohledem na žebříček naplnění potřeb je třeba zmínit, že je kladně reflektována modernizace a rozšiřování dojezdu MHD i zdravotnických služeb. Tématem, které obzvláště vystupovalo z osobních rozhovorů a které co do významu jednotlivých oblastí života patří mezi nejcennější hodnoty Jihlavy, je životní prostředí, čistý vzduch a blízkost přírody. Často je ale v souvislosti s touto hodnotou projevováno znepokojení kvůli působení firmy Kronospan a obavy z toho, že Jihlava o tuto hodnotu přichází.

> “Good air in Jihlava, no mosquitos and peace.“

Kladné hodnocení možností pro trávení volného času reflektuje zejména kvality jihlavských cyklostezek a obecně zlepšování podmínek pro cyklisty, dále také možnost sportovního vyžití v areálu Český mlýn. Co se týká kulturního vyžití, pozitivně reflektované jsou zejména akce na náměstí, zvláště v poslední době. Vysokou sdílenou hodnotu má tradiční Havíření. Havířský průvod je sám o sobě velmi ceněným kulturním prvkem a má význam pro utváření identity města. Hodnotné památky, či významné prvky reprezentuje na prvních místech náměstí, jihlavské podzemí, hradby a Brána Matky Boží.

> “Líbí se mi, že se město snaží, ale mrzí mě, že je to jen dvakrát do roka.“
> “Každý čtvrtek na náměstí hraje dechovka pro důchodce. My sice máme radši filharmonii, ale co už, tak zajdem i sem.“

Životní prostředí

Čistý vzduch, sounáležitost s Vysočinou, blízkost přírody, která je definována jak charakterem okolí Jihlavy, tak i přírodou uvnitř města, kterou reprezentuje velký park Heulos - „les ve městě“, „město v lese“.

> „Jihlavu rozhodně definuje blízkost přírodě a čistý vzduch.“
> “Přišla jsem z Brna a po roce mě přešly všechny alergie”
> „Je tady opravdu spoustu přírody a zeleně, to na Ukrajině ve městech nemáme.“

Volný čas a kultura

Dostatek možností pro rodiny s dětmi, uspokojivé sportovní vyžití, souvisí s tím i blízkost přírody, dobře hodnocené cyklostezky, dobře hodnocené centrum Český mlýn a jeho okolí. Mezi pozitivně hodnocené kulturní akce patří sezonní programy na náměstí - Jihlavské Vánoce, Léto s gustem. Sdílená je také vysoká hodnota kina Dukla. Obecně je však kultura v Jihlavě spíše podrobována kritice a v žebříčku nenaplněných potřeb zaujímá vedoucí pozici.

> „Pro toho, kdo je sportovec, je to perfektní.“

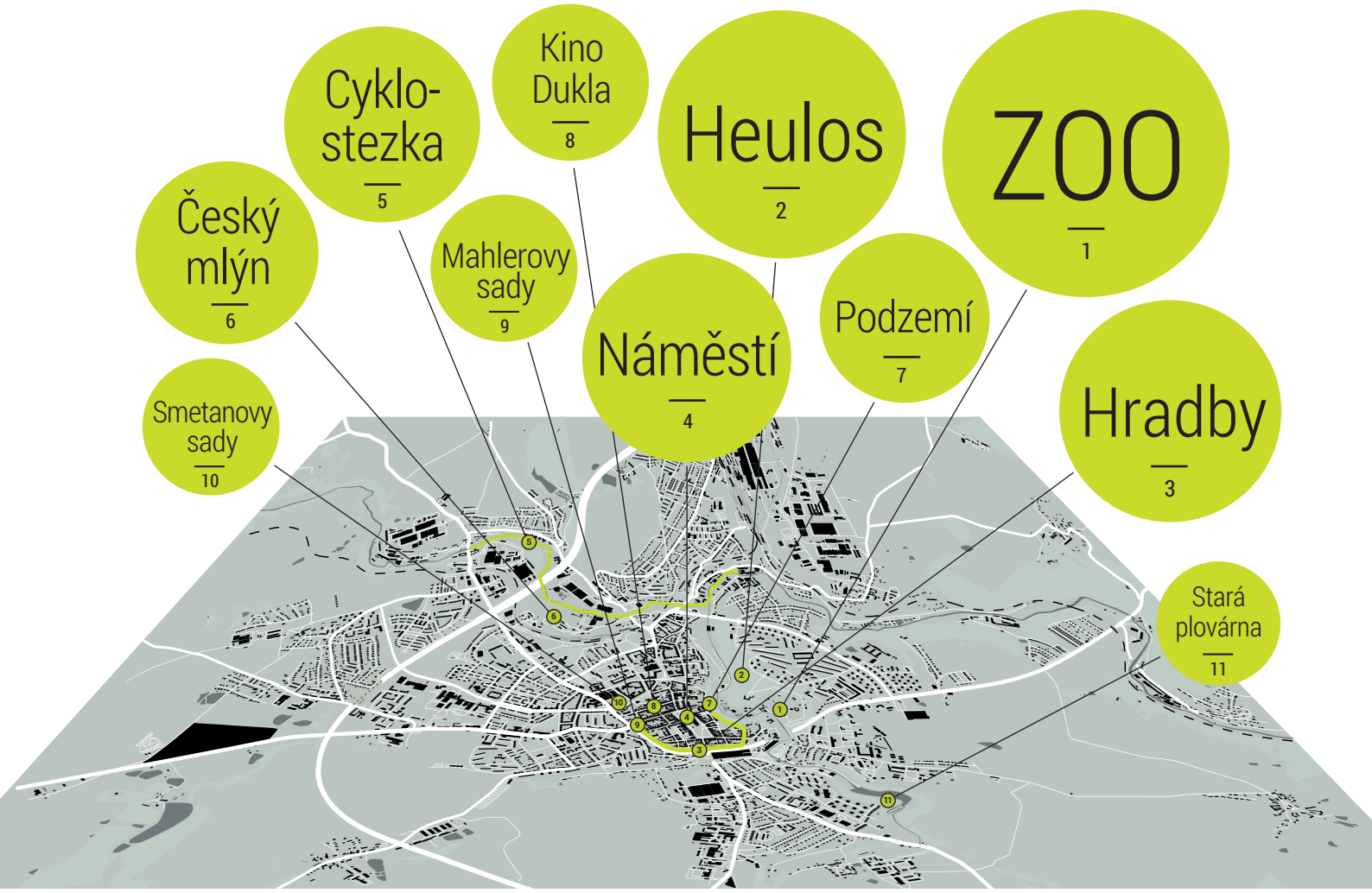
Památky a historie

Společná je hodnota hmotných památek v centru města, zejména náměstí, hradby a podzemí, vysoká hodnota jihlavského Havíření – jedná se o oblíbenou a pro Jihlavu charakteristickou kulturní akci.

> “Nikdo nemá takové hradby jako Jihlava.”

Obrázek 8

MENTÁLNÍ MAPA
OBLÍBENÁ MÍSTA



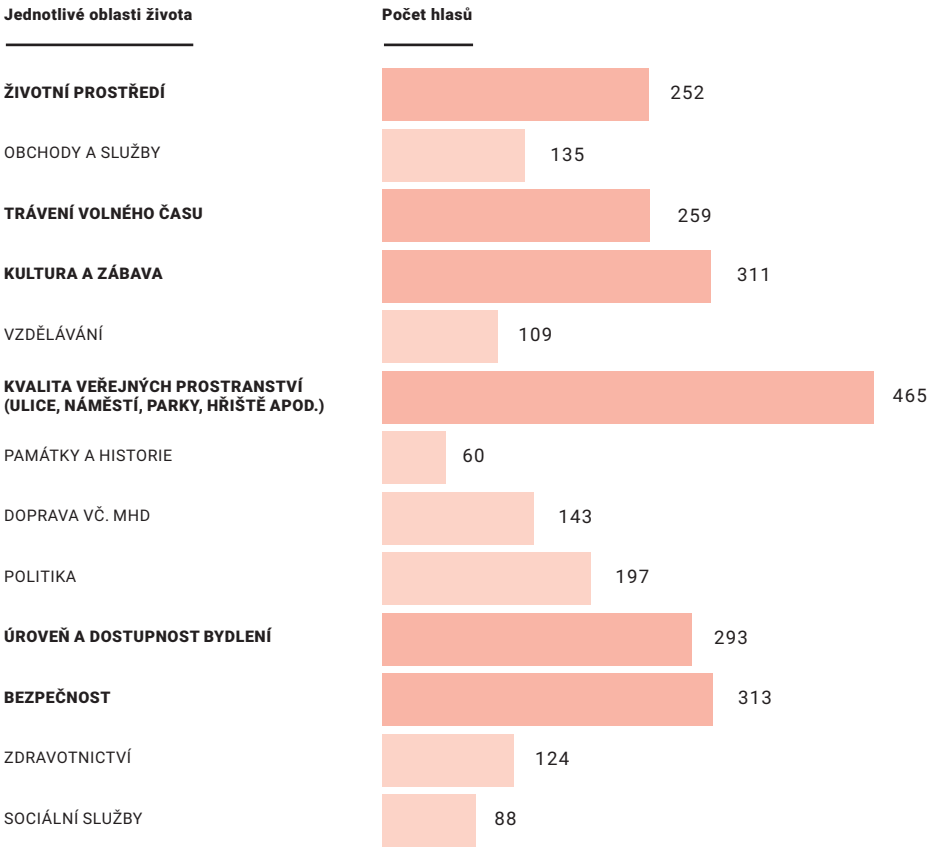
Při tvorbě mentálních map jsme dali respondentům také možnost zakreslit do mapy svá oblíbená, a naopak problematická místa. Zajímalo nás, na jakých místech rádi tráví čas a naopak kterým místům se raději vyhýbají, nebo je vnímají jako problematická.

Obecně mezi ta nejoblíbenější místa patří taková, kde je koncentrovaná zeleň a místa vhodná pro trávení volného času. Mezi oblíbená místa seřazená podle četnosti v mapách patří: Zoo, park Heulos, hradby, náměstí, cyklostezka, lokalita Český mlýn, podzemí / katakomby, kino Dukla a okolí, Mahlerovy sady, Smetanovy sady.

Problémy v Jihlavě

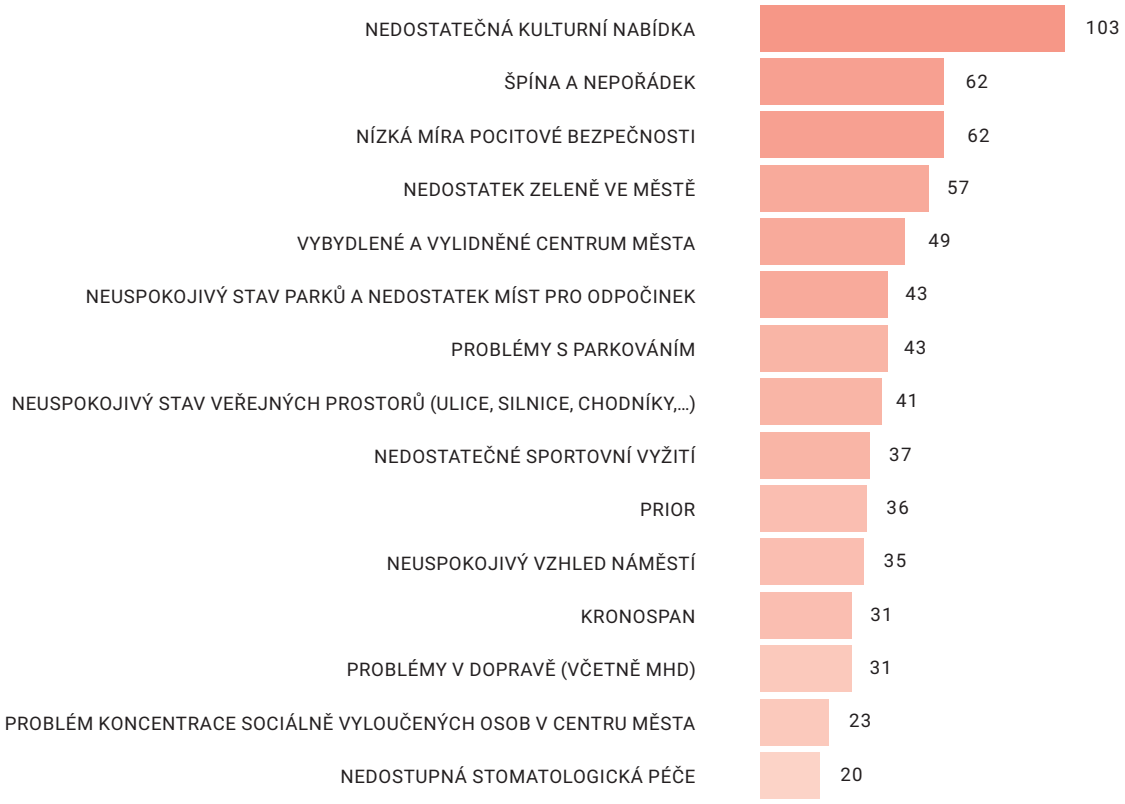
I oblasti, které jsou vnímány jako hodnotné, nemusí být nutně bezchybné. Právě pro svou významnou roli jsou často podrobovány větší kritické reflexy a je v souvislosti s nimi formulována i řada problémů. Proto není překvapivé, že se v odpovědích na otázku "V jakých oblastech Jihlava rozhodně nenaplňuje vaše potřeby" objevují některé stejné prvky jako v předchozí kapitole.

Graf 8
V jakých oblastech Jihlava rozhodně NENAPLŇUJE potřeby obyvatel?



Kromě tohoto žebříčku měli respondenti v dotazníku možnost formulovat jimi vnímané nedostatky v otevřené otázce – „Co byste na Jihlavě změnili?“. Tyto podněty jsme roztřídili do námi stanovených kategorií – viz graf níže. Opakuje se mezi nimi i řada poměrně konkrétních podnětů.

Graf 9
15 nejčastěji uváděných nedostatků Jihlavy



Souhrn reflektovaných problémů Jihlavy

Náměstí

Je zřejmé, že problematická místa, která mohli respondenti vyznačit do mentální mapy jsou koncentrována především do centra města a týkají se ve větší míře bezpečnosti. Místem, které bylo nejčastěji označované jako problematické, je náměstí. Vztahuje se k němu hned několik dílčích problémů, mezi které patří strach z kriminality, nízká míra pocitové bezpečnosti zejména v nočních hodinách, vybydlenost, nedostatek obchodů a služeb, pocit, že je centrum bez života a není uživatelsky příjemné, i kvůli koncentraci sociálně vyloučených skupin obyvatel, mezi něž respondenti řadí osoby bez domova, nebo členy romské menšiny. K reflexi náměstí jakožto problematického místa přispívá také názorová vyhraněnost k budově Prioru.

Náměstí je však zároveň důležitým charakterovým znakem města, jeho rozloha i umístění - „snad jediné náměstí, ze kterého je vidět na pole“ – koncentrace památek, jejichž hodnota je téměř bezvýhradně sdílená, je středobodem města. Díky tomu problémy s tímto místem spjaté v očích obyvatel města ještě nabývají na závažnosti.

> „Na náměstí je to samá banka.“
> „Problém s náměstím je, že život z něj zmizel do City Parku.“
> „Nabídka obchodů na náměstí je bohužel slabá.“
> “Na náměstí nejsou žádné obchody. To v Třebíči na náměstí najdu všechno, co potřebuju.”
> „Řekl bych až bipolární náměstí, zdroj hrdosti i ostudy zároveň.“

Kulturní nabídka

Nejpočetnější mezi podněty je neuspokojivá kulturní nabídka. Kromě toho, že lidé negativně reflektují absenci nočního života – „Všude se brzy zavírá, tady není žádný noční život“, „chybí hudební klub“, „V noci to tu nežije, studenti nemají kam jít se bavit“, jsou tyto podněty často spojovány s neuspokojivým charakterem náměstí (viz výše). Někteří reflektují v této oblasti zlepšení v poslední době, již jsme zmiňovali pozitivně hodnocené sezonní kulturní akce a aktivity na náměstí, nicméně je očekávaná spíše trvalejší změna.

> „Je to lepší, ale stále je toho málo na tak velké město.“
> „Akce dvakrát do roka to nezachrání.“
> „Když je na náměstí maringotka, jsou tam jiní lidé, než když tam není.“

Kvalita a údržba veřejných prostranství

Tato kategorie nedostatků zahrnuje rozsáhlou řadu podnětů (např. špína a nepořádek, stav chodníků, nedostatek zeleně, neuspokojivý stav parků a dětských hřišť). Respondenti nejčastěji uvádějí jako problém špínu a nepořádek v ulicích, v některých případech kritika směřuje k celému odpadovému hospodářství města, příliš nízké frekvenci vývozů a hromadění odpadků či přeplněným košům v centru města.

Pro některé respondenty je pro Jihlavu příznačná „neustálá rozestavěnost“, na druhou stranu hodnotí opravy a novou výstavbu kladně. Nepřehlédnutelná část podnětů se však vztahuje ke špatnému stavu chodníků nebo k tomu, že jsou uživatelsky nepříjemné – např. nevhodně zvolené povrchy pro kočárky. Další podněty týkající se údržby veřejných prostranství směřují k zeleni ve městě – lidé pociťují její nedostatek, zejména na náměstí, citelně v letních měsících, kdy jim tam chybí stín. Ocenili by zlepšení v oblasti údržby zeleně v celém městě. S tím souvisí také četné zmínky o neuspokojivém stavu parků, které „nejsou příjemné k posezení“. Tyto připomínky se opakovaly i v tématu trávení volného času, kde někteří respondenti zmiňovali, že jim chybí odpočinková místa, místa pro setkávání - „není kde udělat piknik“.

Dostupnost bydlení

Respondenti zmiňují, že je v Jihlavě drahé a těžko dostupné. To je vede k tomu, že hledají bydlení v okolních obcích a město navštěvují účelově.

> „Je to tu drahý, a i když si člověk řekne, že by to za to dal, stejně se to špatně shání.“
> „Já bych preferovala bydlení ve městě, ale jen za předpokladu, že tu seženu levnější byt nebo pozemek.“

Trávení volného času

Trávení volného času reprezentují především možnosti sportovního vyžití v Jihlavě, které jsou hodnoceny převážně pozitivně. Mezi podněty jsme zaznamenali zájem o rozšíření sítě cyklostezek a jejich napojení i mimo město, v oblasti sportu byl reflektován nedostatek možností organizovaných aktivit pro dospělé, nedostatek v této věkové kategorii však platí pro zájmové aktivity obecně. Jak již bylo zmíněno v bodu kvality veřejných prostranství, respondenti by také ocenili více míst vhodných pro odpočinek a setkávání v zeleni. Dále se mezi podněty opakuje, že v Jihlavě chybí hudební klub a že by respondenti ocenili obnovu letního kina.

Další kategorie podnětů:

Aktuálně nedostupná stomatologická péče

Tento podnět se svou četností dostal mezi 15 nejčastěji zmiňovaných nedostatků.

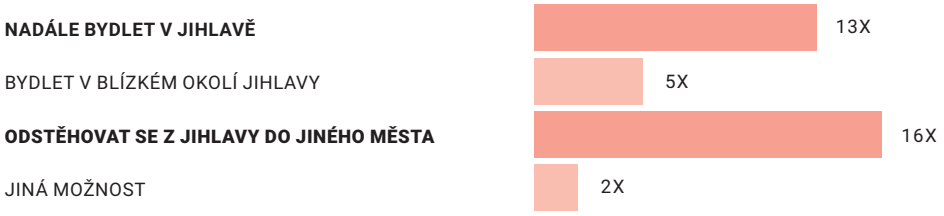
Vzdělávání

Mezi podněty se také objevuje několik zmínek o tom, že v Jihlavě chybí větší nabídka vysokoškolských oborů, lepší zázemí pro studenty, opakovaně se vyskytuje touha po tom, aby Jihlava byla více studentským městem.

> „Jihlava by mohla být studentským městem, ale není“

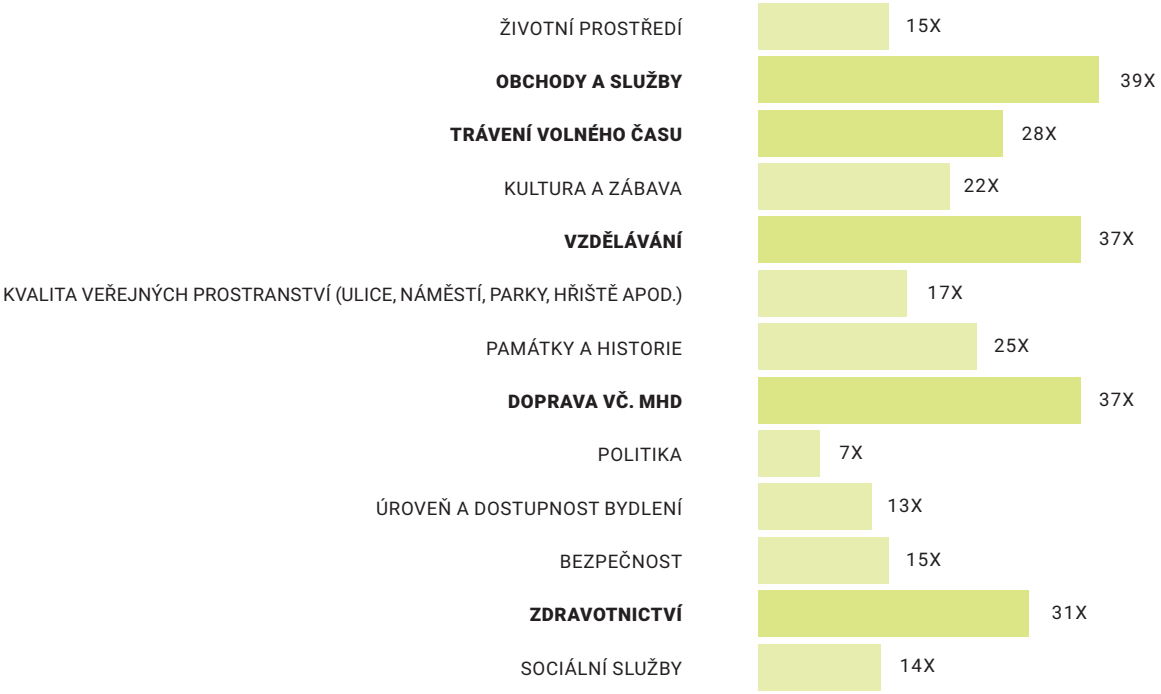
Mezi respondenty dotazníkového šetření bylo celkem 76 studentů, ale jen 36 z nich bydlí v tuto chvíli v Jihlavě.

Graf 10
Plány do budoucna – studenti bydlící v Jihlavě

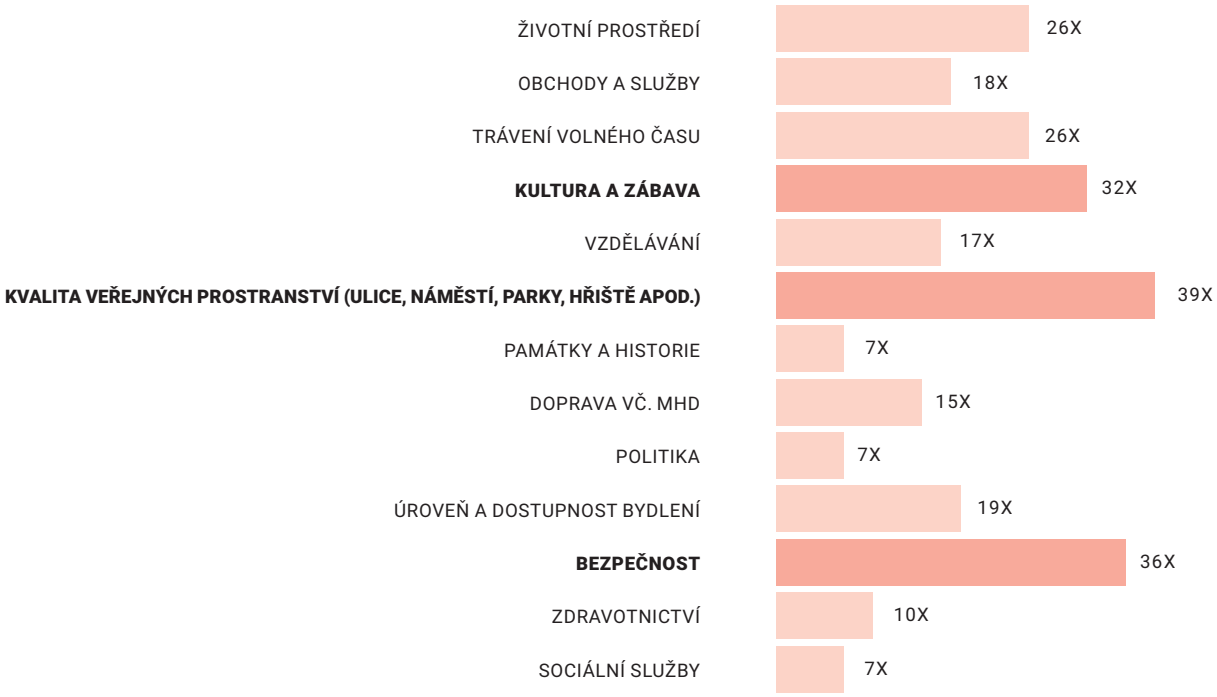


Zde je pak souhrn oblastí, ve kterých Jihlava naplňuje či nenaplňuje potřeby studentů (z celkového počtu 76).

Graf 11
V jakých oblastech Jihlava rozhodně NAPLŇUJE potřeby studentů? (každý mohl vybrat 4 možnosti)



Graf 12
V jakých oblastech Jihlava rozhodně NENAPLŇUJE potřeby studentů? (každý mohl vybrat 4 možnosti)



Doprava
Podněty k tomuto tématu jsou reprezentovány nedostatkem parkovacích míst v centru i na periferii, neuspokojivým spojením MHD do okrajových částí města (přestože je v této oblasti reflektováno i zlepšení), ale i neuspokojivým spojením s okolními obcemi a nedostatkem dálkových spojů včetně špatného vlakového spojení s Prahou či Brnem

Kronospan
Je vnímán negativně, lidé mu přičítají zhoršené životní prostředí. Vzbuzuje emoce, jelikož je mezi obyvateli sdílena vysoká hodnota čistého vzduchu v Jihlavě.

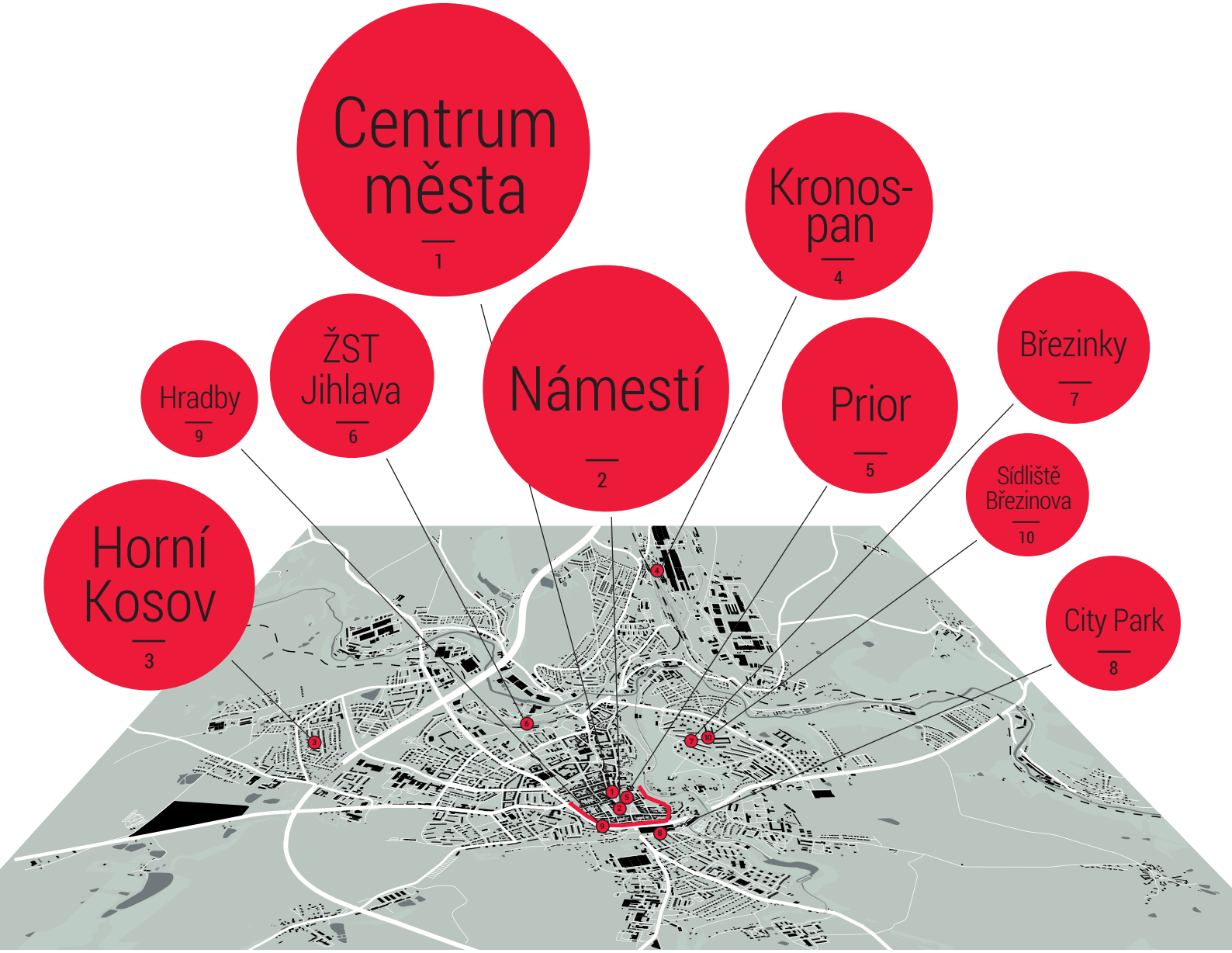
> "Největší hodnotou tady byl ten dobrý vzduch, tedy před Kronospanem, ten to kazí."
> „Je tu kvalitní životní prostředí, když nefouká od Kronospanu."

Turismus
Někteří sdílí názor, že je v Jihlavě nedostatek cestovního ruchu. Je příznačné, že respondenti jen těžko hledají odpověď na to, kam by v Jihlavě vzali případnou návštěvu. Nejčastěji odpovídají, že do ZOO.

> „Tahákem do Jihlavy je akorát tak ZOO, a úspěšný je MFDF."
> „V Jihlavě bych vzal návštěvu akorát tak do ZOO, jinak nevim."

Obrázek 9

MENTÁLNÍ MAPA
PROBLEMATICKÁ MÍSTA



Při tvorbě mentálních map jsme dali respondentům také možnost zakreslit do mapy problematická místa. Zajímalo nás, kterým místům se raději vyhýbají, nebo je vnímají jako problematická.

Mezi problematická místa patří zejména taková, na kterých se lidé necítí bezpečně – tato jsou koncentrovaná především do centra města, nebo pak taková, která je znepokojují z jiného důvodu –Kronospan (kvůli kauze s čistotou ovzduší), Prior. Mezi problematická místa seřazená podle četnosti v mapách patří: centrum města (zejména v noci), náměstí (zejména v noci), Horní Kosov, Kronospan, Prior, ŽST Jihlava město a okolí, Centrum vybavenosti Březinky, City Park, Hradby (bezpečnost), Sídliště Březinova.

3.4 Jihlaváctví – vztah k místu

Co to znamená být Jihlavákem? Jací Jihlaváci jsou? Na tyto otázky nepřekvapivě nebylo snadné najít jednoznačnou odpověď. V individuálních rozhovorech jsme některá místní specifika v tomto tématu zaznamenali a roztřídili jsme je do následujících tematických okruhů.

Problém zakořenit
V kapitole o identitě byl již zmíněný problém chybějícího silného a sdíleného výkladového rámce pro otázku „Co znamená být Jihlavákem?“. Obvykle je reflektováno složité přijetí příslušnosti lidmi, kteří se do města přistěhovali odjinud. Opakovaně jsme se setkávali s výroky, že tento proces trvá 10, ale i 20 let, a někdy zkrátka nikdy neskončil.

> „Do Jihlavy jsem se nastěhovala před 30 lety z blízké vesnice. Ani dnes se necítím Jihlavačkou.“

U otázek na „jihlaváctví“ respondenti v rozhovorech často odkazují k německé historii města, vystěhování původního obyvatelstva a tomu, že v Jihlavě jsou vlastně všichni přistěhovalci. “Ti staří Jihlaváci už tu nejsou, všechno je to náplava.“

> „Dnes již je to 10 let a asi už jsem Jihlavačkou, ale trvalo to, něž jsem překročila ten pomyslný práh. Lidé v Jihlavě jsou vyhýbaví až studení. Asi to bude tím odsunem.“
>
> „Jihlavu mám ráda, ale ani po tolika letech se nepovažuju za Jihlavačku. Je to spíš rozumová než srdcová volba.“

Na druhou stranu v dotazníku dostali respondenti uzavřenou otázku, zda by o sobě řekli, že jsou Jihlaváci a 91% z těch, kteří v Jihlavě bydlí, odpověděli na tuto otázku, že ano.

> „Jsem naplavenina, ale cítím se už jako Jihlavák.“
>
> „Jihlavu ještě nemám tak úplně za svý, ale jo, řekla bych o sobě už, že jsem Jihlavačka“
>
> „Mě každý přijde jako starousedlík oproti mě“

V rámci kvalitativní části jsme provedli rozhovory také se třemi zástupci v Jihlavě pracujících cizinců (původem ze Srbska). V jejich výpovědích panovala shoda v tom, že Jihlava je dobré místo pro život, ale mají problém navázat zde hlubší kontakty či přátelství a jsou vyloučeni z kulturního života kvůli jazykové bariéře.

Sousedská pospolitost vs. odtažitost

Jací Jihlaváci jsou? Mnoho respondentů na tuto otázku nenacházelo odpověď, opakovaně však zaznívalo poměrně negativní hodnocení jakési odměřenosti. Toto hodnocení se objevuje od nově příchozích, ale i od samotných Jihlaváků. Pozitivně hodnocené je, že se v Jihlavě lidé navzájem znají a jsou k sobě slušní. Zároveň však nejsou moc aktivní „směrem ven", tzn. starají se o své, není neobvyklé, že si sousedé vypomáhají, ale nějaké občanské nebo kulturní aktivity jsou vidět jen zřídka. Většina respondentů v rozhovorech uvedla, že chodí k volbám, případně se zajímá o veřejné dění pasivně, ale zapojování do veřejných debat nebo iniciování různých aktivit se neúčastní, někteří se jim dokonce vyhýbají. Typický je projevený pocit nedůvěry, nebo dokonce strachu z projevení vlastního názoru, případně neinformovanost o tom, jaké možnosti zapojení existují.

> "Každý se zajímá o to své
> a o město se nezajímá spíš nikdo."
> "Lidé si zvykli, že se nic nedělá,
> a tak už se ani nesnaží."
> "Jihlaváci si věčně stěžují, málo se smějí,
> jsou to negativisté."
> "Jihlaváci jsou odtažití, méně komunitní,
> slušní, ale mají k sobě dál."
> "Hodně si vidíme do talíře, ale každý
> vám pomůže. Asi jak tu lidi byli chudý,
> tak jsou k sobě tady na Vysočině."

Vztah venkova a města

V rozhovorech a následně v dotazníku rezonuje problematika shánění dostupného a kvalitního bydlení. Tato situace je respondenty vnímaná jako velice aktuální a problematická. Mezi reflektované negativní dopady patří odchod mladých rodin z vnitřního města a další vyprazdňování historického centra, suburbanizace, odchod mladých lidí a studentů do jiných měst, zhoršení dopravní situace ve městě kvůli dojíždějícím. Neuspokojivá situace v této oblasti vede lidi k odchodu z města z ekonomických důvodů, ale i kvůli představám o bydlení ve vlastním a v klidu venkova. Do Jihlavy pak tito lidé dojíždí účelově za prací, do školy či na nákupy. Jihlava je tak do značné míry stále "jejich" městem.

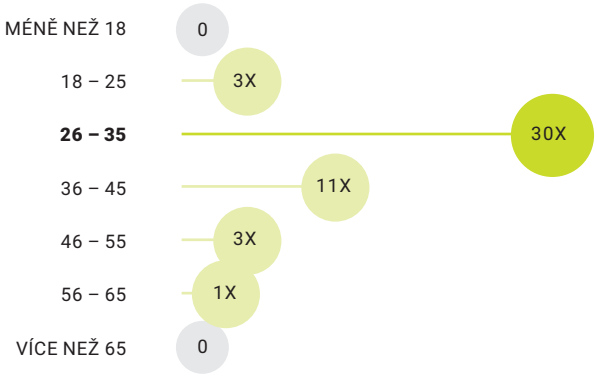
> "Bydlím na vesnici, ale Jihlava je moje město."

3.5 Nejihlaváci

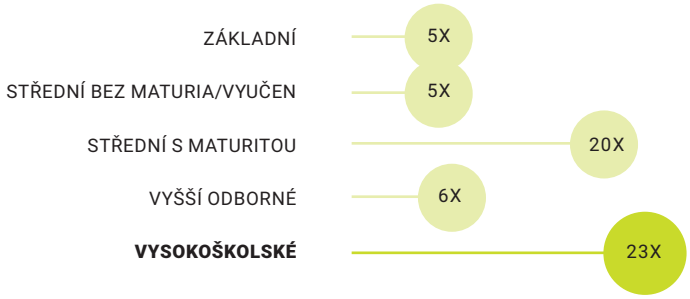
Zde představíme souhrn poznatků o cílové skupině kampaně „Staň se Jihlavákem!“. Již v úvodu této zprávy jsme definovali „nejihlaváky“ jako obyvatele Jihlavy, kteří přestože ve městě bydlí, nemají zde přihlášené trvalé bydliště. Uvedeme základní sociodemografii této části vzorku a následně popíšeme základní motivace, názory a postoje této skupiny obyvatel k Jihlavě, jihlaváctví a problematice bydlení.

Základní sociodemografické charakteristiky „nejihlaváků“
V dotazníkovém šetření jsme identifikovali z celkového počtu 835 respondentů 59 (7%) „nejihlaváků“.

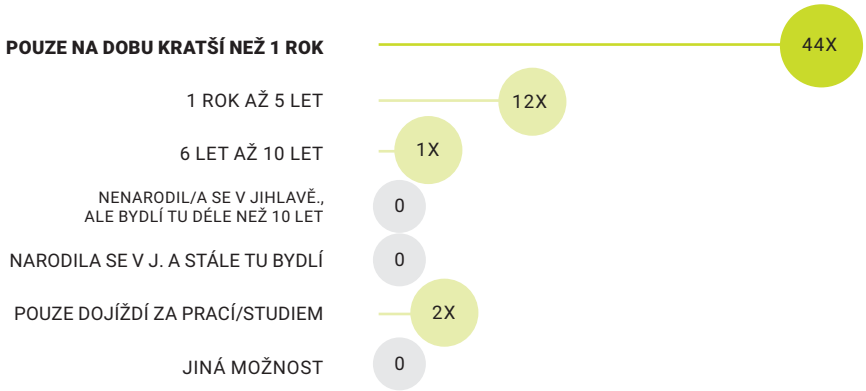
Graf 13
Složení vzorku dle věku – „nejihlaváci“



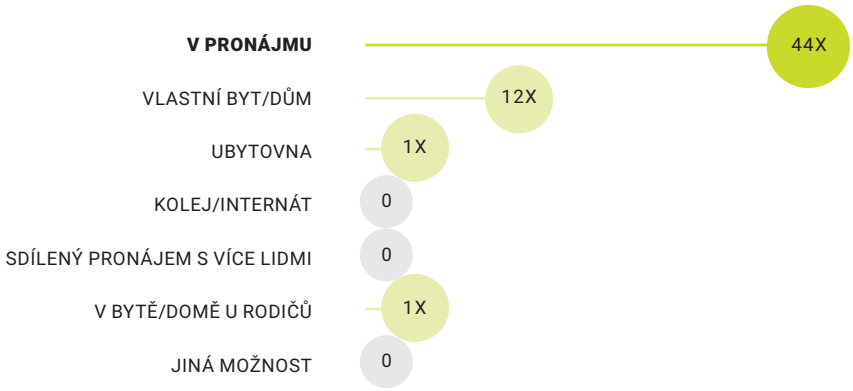
Graf 14
Složení vzorku dle vzdělání – „nejihlaváci“



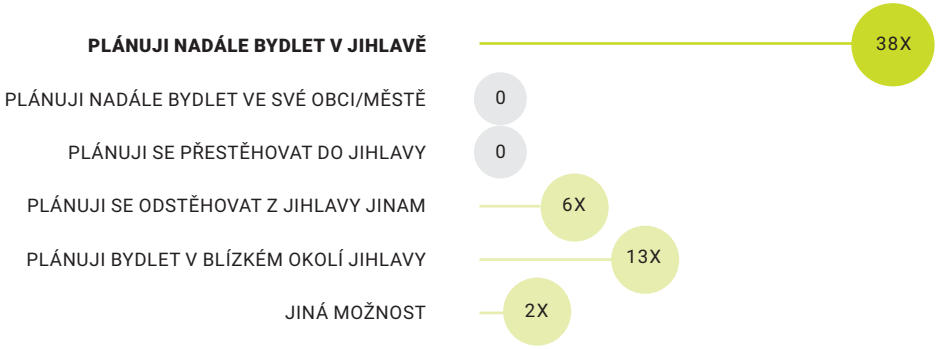
Graf 15
Složení vzorku dle délky pobytu v Jihlavě – „nejihlaváci“



Graf 16
Složení vzorku dle typu bydlení – „nejihlaváci“



Graf 17
Složení vzorku dle plánů do budoucna – „nejihlaváci“



V průběhu rozhovorů v první fázi výzkumu jsme z celkového počtu 90 respondentů náhodně oslovili 6 (6,7%) „nejihlaváků“. Při interpretaci dat z dotazníkového šetření přihlížíme také k výpovědím těchto respondentů v individuálních rozhovorech.

Základní charakteristicky „nejihlaváků“:

69,5 % „nejihlaváků“ spadá do **věkové kategorie 26 – 45 let**

33,9% „nejihlaváků“ uvedlo, že má dokončené **střední vzdělání s maturitou**

39% „nejihlaváků“ uvedlo, že má dokončené **vysokoškolské vzdělání**

52,5% „nejihlaváků“ **bydlí v Jihlavě déle než 6 let**

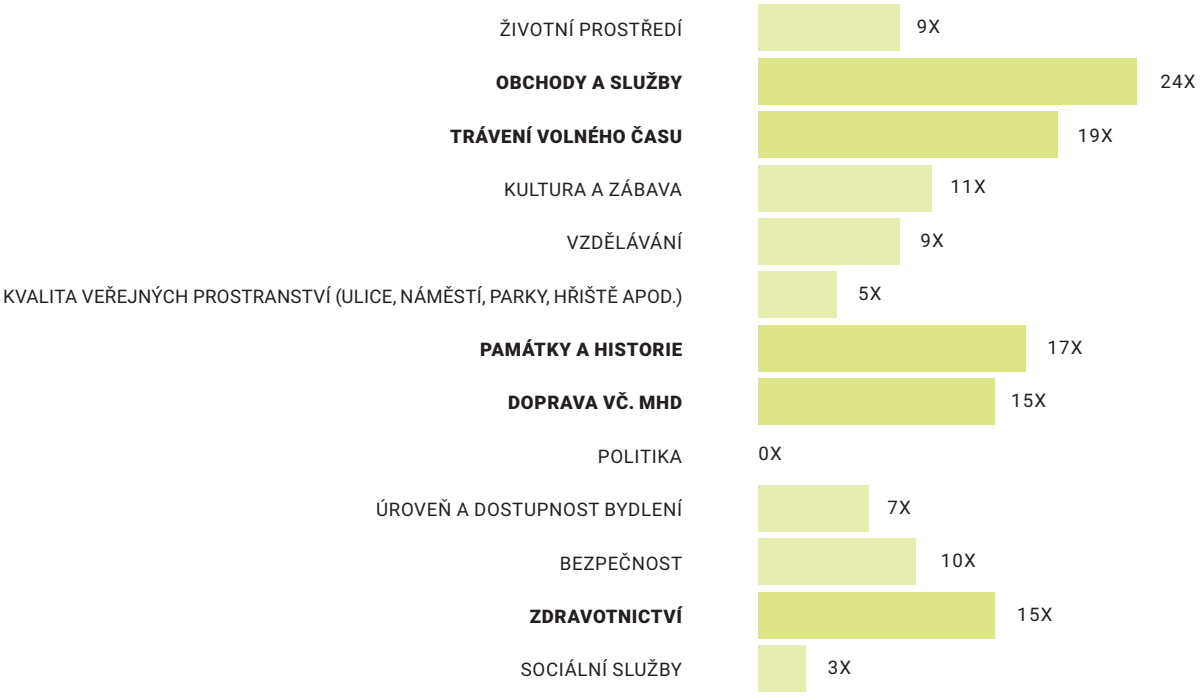
72,9% „nejihlaváků“ **se cítí být Jihlaváky**

74,6% „nejihlaváků“ **bydlí v pronájmu**

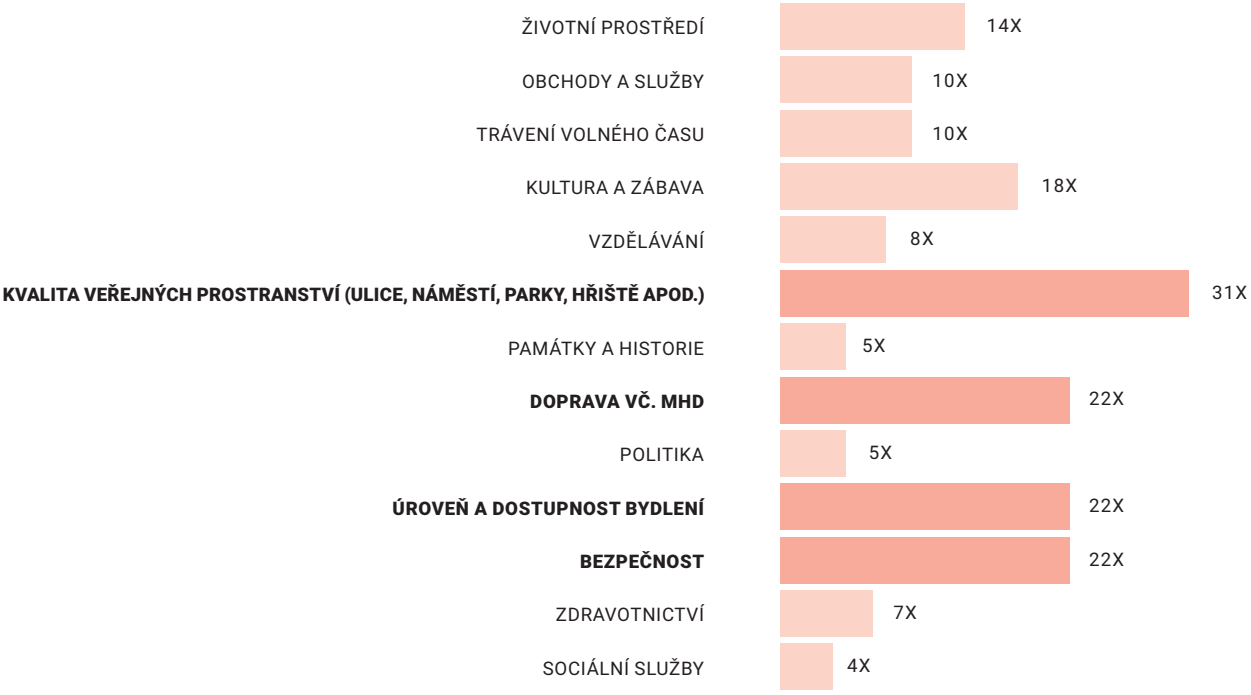
64,4% „nejihlaváků“ **plánuje i nadále bydlet v Jihlavě**

Následující dva grafy ilustrují, v jakých oblastech Jihlava naplňuje potřeby „nejihlaváků“.

Graf 18
V jakých oblastech Jihlava rozhodně NAPLŇUJE potřeby „nejihlaváků?

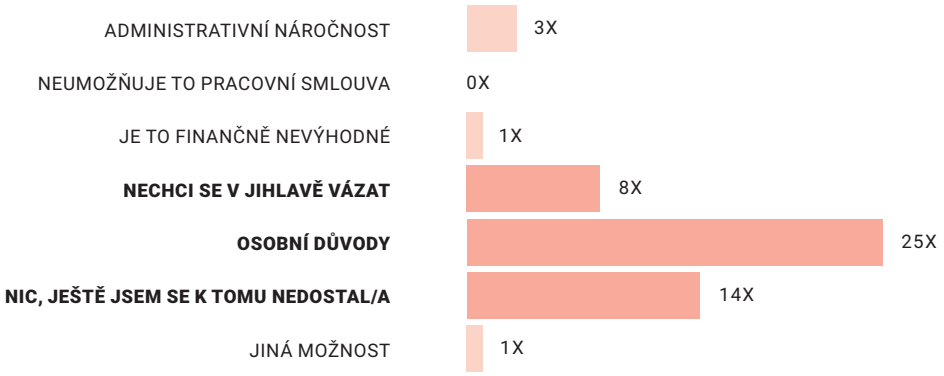


Graf 19
V jakých oblastech Jihlava rozhodně NENAPLŇUJE potřeby „nejihlaváků“ ?

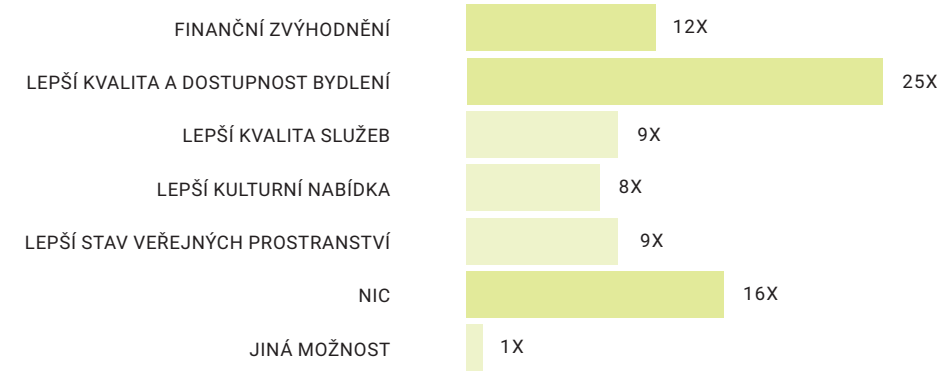


V otázce naplněných a nenaplněných potřeb kopírují odpovědi „nejihlaváků“ trend většiny respondentů dotazníkového šetření. Stejně tak podněty z otevřené otázky „Co byste na Jihlavě změnili?“, kde se i v tomto případě opakují podněty týkající se nedostatku kultury, nízké pocitové bezpečnosti, stavu veřejných prostranství zahrnující neuspokojivou míru čistoty města apod. Co však „nejihlaváky“ spojuje, jsou podněty ke špatné dostupnosti bydlení. V žebříčku nenaplněných potřeb je zároveň s dopravou a bezpečností na druhém místě. Mezi čtyřmi oblastmi, které nenaplňují potřeby „nejihlaváků“ tedy dostupnost bydlení uvedlo 37,3% z nich a další se k tomuto tématu vyjadřovali v otevřených otázkách, případně v individuálních rozhovorech. Pokud ještě vezmeme v potaz nejčastěji uváděné překážky přihlášení trvalého pobytu (dále jako TP) a co by „nejihlaváky“ k přihlášení TP motivovalo, je zřejmé, že právě kvalita a dostupnost bydlení je pro „nejihlaváky“ klíčovým tématem.

Graf 20
Jaké jsou překážky přihlášení trvalého pobytu do Jihlavy?



Graf 21
Co by „nejihlaváky“ motivovalo k přihlášení trvalého pobytu do Jihlavy?



Nejčetnější překážkou přihlášení trvalého pobytu jsou na první pohled nic neříkající osobní důvody, nicméně v dotazníku jsme nechali volný prostor pro komentář k této otázce a s ohledem na poznatky z kvalitativních rozhovorů můžeme říci, že mezi osobní důvody patří mimo jiné tyto faktory:

- Pronajímatel bytu neumožňuje nájemníkovi trvalé přihlášení, nebo mu to nějakým způsobem komplikuje.

- Lidé si nechtějí přihlašovat trvalé bydliště, když nebydlí „ve vlastním".

např. Muž (50 let) z blízké obce, kde bydlel v rodinném domě, odešel po rozvodu do Jihlavy, bydlí v pronájmu a není zde trvale přihlášen. Trvalé bydliště by si přihlásil za předpokladu, že by měl byt v osobním vlastnictví, nebo obecní.

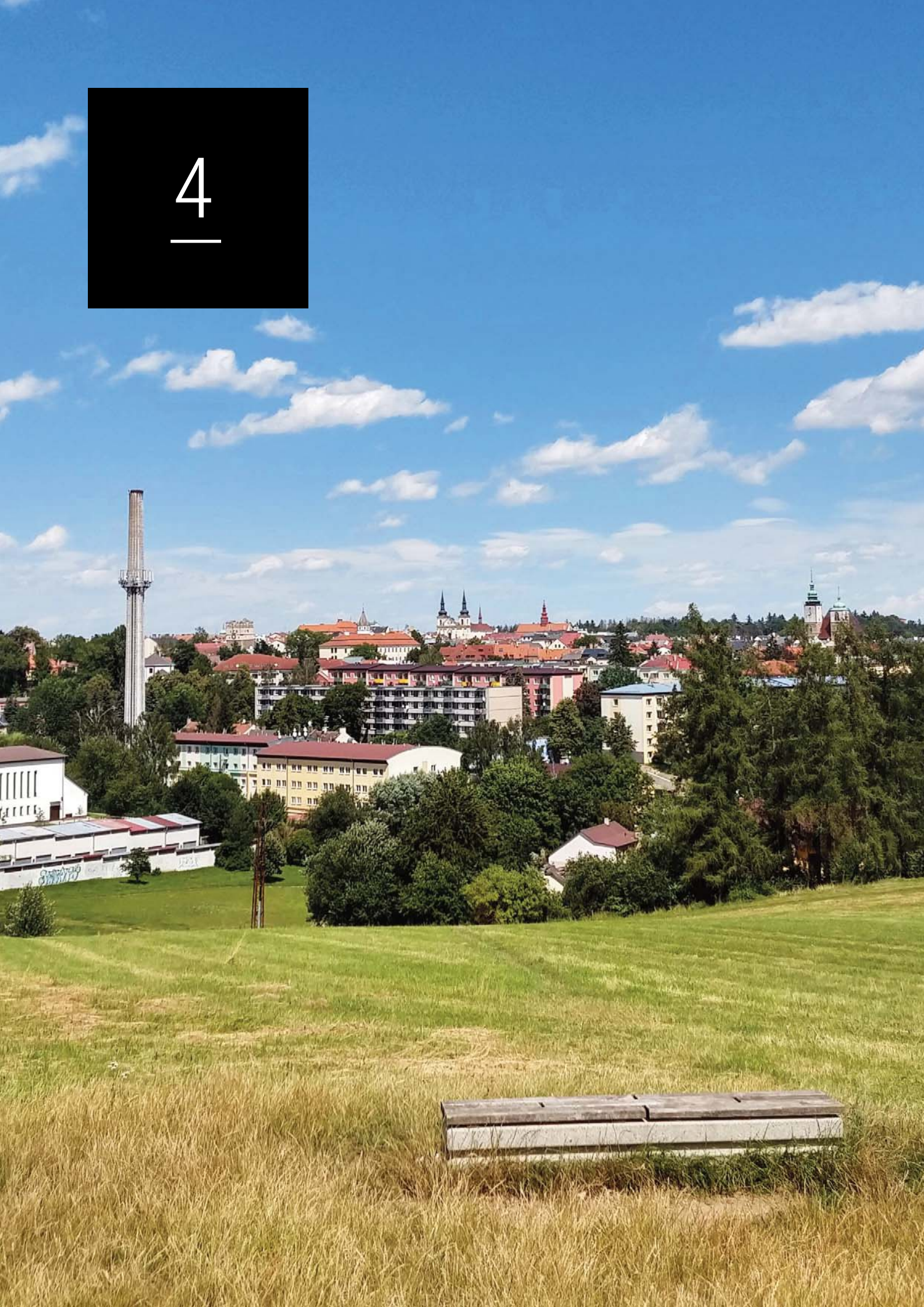
- Mladé rodiny, které bydlí v Jihlavě přechodně, protože plánují stavět, nebo staví dům v blízké obci.

např. Žena na mateřské dovolené, která bydlí s rodinou přechodně u rodičů, než bude mít vlastní dům v obci za Jihlavou, kam se bude moci trvale přihlásit.

> „Předražené byty a parcely,
> odrazuje to se sem stěhovat."
> „Pro běžného člověka s rodinou je vlastní bydlení v Jihlavě téměř nedostupné."
> „Byty a domy jsou tu velmi drahé,
> člověk na ně jen tak nedosáhne ani s hypotékou…
> A nájmy to samé, drahé."

Z této perspektivy již není překvapivé, že nejčetněji zastoupenou motivací k přihlášení TP je mezi „nejihlaváky" lepší kvalita a dostupnost bydlení. Druhou nejčastější reakcí pak byla odpověď, že by je k přihlášení TP nemotivovalo nic. Zde bychom s ohledem na zkušenost z individuálních rozhovorů mohli zmínit, že v průběhu rozhovorů byla patrná neochota se k tématu vyjadřovat a tendence bagatelizovat ho jako téma rozhovoru. Přihlášení TP je pro některé zavazující úkon, který musí mít patřičně zdůvodněný. Otázky lokální sounáležitosti nebo pospolitosti v tomto ohledu u většiny dotázaných nehrají roli. V otevřených otázkách jsme opakovaně zaznamenali, že by respondenti z řad „nejihlaváků" přehodnotili svůj postoj, pokud by ve městě došlo ke změnám, které jsou reflektovány v Grafech 20 a 21, případně v tematickém oddílu Hodnoty a problémy této zprávy.

4



4. SHRNUTÍ PŘEDSTAV O BUDOUCNOSTI JIHLAVY

Součástí individuálních rozhovorů bylo také téma budoucnosti Jihlavy. Ptali jsme se na představy lidí o budoucím vývoji města, jejich osobní vize a přání pro Jihlavu. Z této kategorie vzešla tato klíčová témata:

Žité město

- Nárůst obyvatel i nová výstavba
- Oživit centrum města a náměstí obchody a trhy
- Více možností, jak trávit volný čas – více míst pro setkávání a odpočinek, místa pro „nesportovní" aktivity v zeleni, přírodní koupaliště, místa na piknik, posezení u vody
- Více kultury – lepší informovanost o kultuře, večerní kulturní programy, kultura pro cizince (vícejazyčné programy, informovanost), fungující letní kino, hudební klub
- Lidé se do Jihlavy rádi vracejí, nejen účelově, ale za kulturou, službami a nákupy
- Více pozornosti mladým lidem a studentům - dostupné bydlení, rozvoj vysokoškolských oborů, společenské a kulturní zázemí pro studenty, prostor, kde mohou pracovat na projektech, ale i místa, kde se mohou bavit

> „Přál bych si Jihlavu vzkvétající. Město plné zeleně - parků, místo brownfieldů mít hezké architektonické kousky, které by doplnily charakter historického města. Jihlavu vzdělanou a zajímavou i pro turisty. Jihlavu kulturní a hrdou."
>
> „Přála bych si, aby z ní lidé přestali odcházet a zůstávali."
>
> „Chybí tu něco, co člověk může dělat po práci, tady není kam jít na piknik! Přála bych si, aby přibyly parky nebo komunitní zahrady."

„Jihlavu si v budoucnu přeju minimálně v takové podobě jako dnes, akorát ještě s větší podporou mladé generace a místních kulturních akcí a festivalů. Zasloužilo by si to také zvelebit veřejné prostory.“

„Jihlavu si v budoucnu představuji jako město s vyšším lidským kapitálem. Zatím to tu oživují hlavně lidé z Prahy, kteří přijíždějí na festival. V Jihlavě existuje pouze malá skupinka místních, kteří se v tomto více angažují a zajímají se o místní dění – pořádají demonstrace, kulturní akce atd.“

Čisté a bezpečné město

- Lepší údržba veřejných prostorů – čistota ve městě, méně odpadků
- Péče o zeleň – upravená zeleň, která je příjemná k užívání, k posezení apod.
- Lepší pocitová bezpečnost – v centru města, na náměstí, na hradbách, ale i v okrajových částech města

Hlavní město Vysočiny

- Jihlava jako hlavní město Vysočiny – podpořit sounáležitost s Vysočinou a výhodnou polohu mezi Prahou a Brnem učinit strategickou prioritou
- Zlepšit vlakové spojení s velkými městy, aby jejich vzdálenost nebyla překážkou, ale výhodou
- Jihlava by měla reprezentovat a těžit z titulu krajského města.

“Jihlava je přirozeným centrem Vysočiny.”

„Ani Čechy ani Morava, ale Vysočina!“

Hokejové město

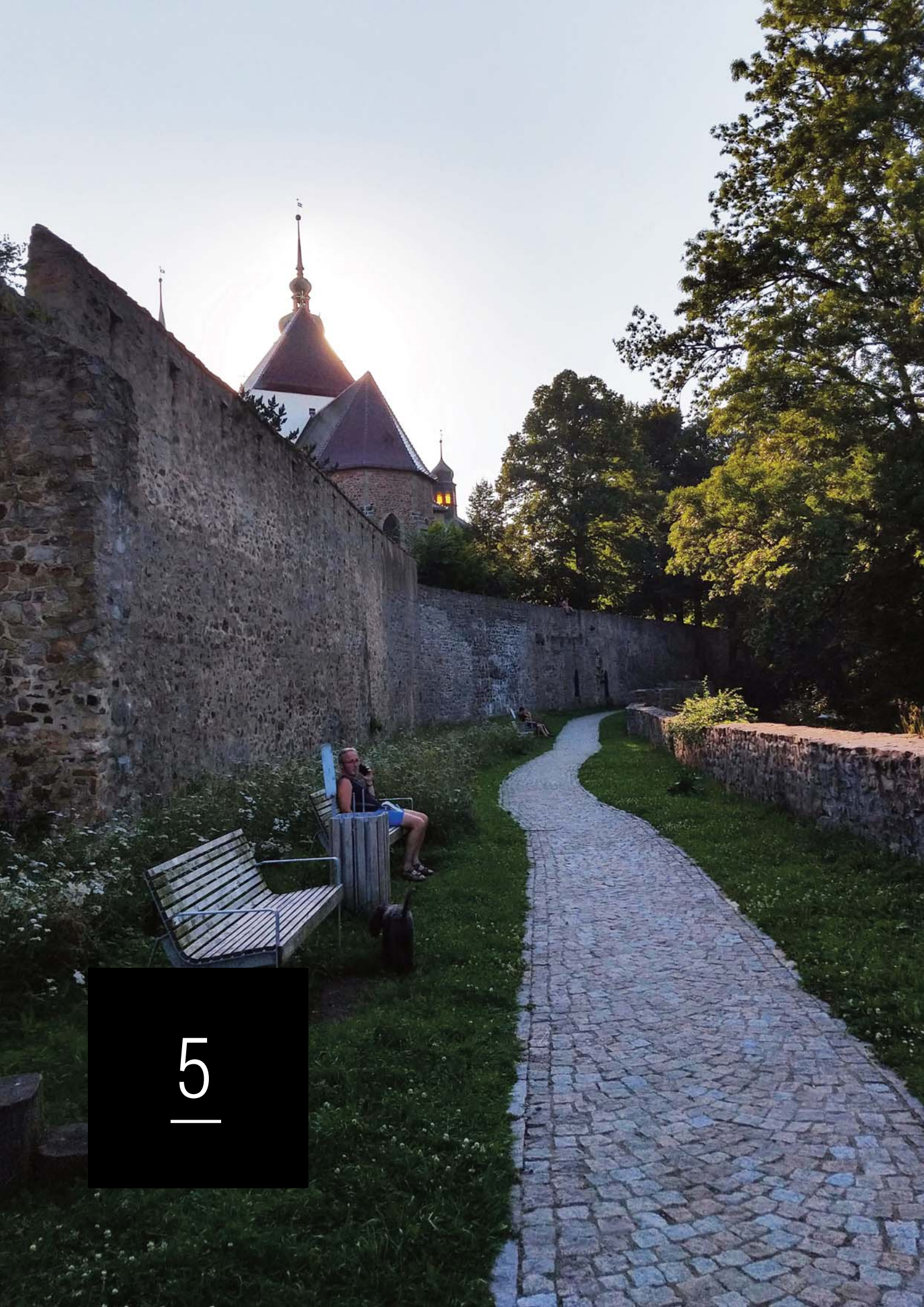
- Znovunabytí významu jihlavského hokeje

> „Do budoucna vidím význam zejména v zimním stadionu.“
> „Přál bych si, aby byla zachována hokejová tradice.“
> „Jihlaváci…jsou hrdí na Jihlavu a na hokej.“

Odpovědné občanství a odpovědná politika

- Lidé by měli být více aktivní, pečovat víc o své okolí i o sebe navzájem
- Lepší komunikace mezi městem a občany

> “Přál bych mnohem větší sebevědomí Jihlavě i Jihlavákům, kteří se nebudou bát dělat věci pro ostatní.”
> „Lidé bohužel nejsou vedeni k tomu, aby byli aktivní. Na tom by mělo město zapracovat.“



5

5. ZÁVĚR

Tato závěrečná zpráva vznikla za účelem vytvoření podkladu pro plánovanou kampaň „Staň se Jihlavákem!“. Prezentovaná data vzešla ze dvou výzkumných fází, které jsou komplementární a je možné je vnímat jako celek. Všechny zde uvedené tematické oddíly mají pro účel výzkumu svůj význam a měly by být reflektovány komplexně a ve vzájemné provázanosti.

SOCIONAUT

Zprávu zpracovali zástupci spolku Socionaut Lucie Klicperová a Jindřich Pinc.
Na výzkumu se dále podíleli Hana Janská, Reza Vlasáková, David Platil, Veronika Kučabová, Viktor Maudr.

www.socionaut.org