

Rizika přitažlivosti památek

Památky, které obecně patří k nejnávštěvovanějším atraktivitám cestovního ruchu, vyhledává celé spektrum návštěvníků od rodin s dětmi po seniory, od školáků po odborníky na historii či umění. Vyhledávají je na základě řady faktorů, jako jsou jejich proslulost, dopravní a cenová dostupnost, nabízené služby, ale také móda. Zastavme se u jmenovaných faktorů blíže.

Proslulost, jinými slovy záruka kvality, značka. Tou neznámější značkou na světové úrovni je bezpochyby pro většinového návštěvníka „UNESCO“, tedy zápis památky na Seznam světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO. Tím je deklarováno, že takto označená lokalita představuje něco jedinečného, co je třeba chránit pro budoucí generace a co rozhodně stojí za návštěvu. Je to magnet, který přitahuje návštěvníky především v rámci mezinárodního cestovního ruchu, zejména pak ty, kteří cestují do dané země poprvé a chtějí navštívit opravdu něco jedinečného a mít zaručenu kvalitu z hlediska unikátnosti. Zda jsou zajištěny všechny další předpoklady, aby byl návštěvník spokojen (dobrá dostupnost na lokální úrovni, parkovací místa, informace v potřebné jazykové mutaci, segmentace nabídky pro různé typy návštěvníků či další služby nezbytné pro uspokojení potřeb), vstupuje do hry sice až v druhé řadě, ale hraje také významnou roli. Jak pro návštěvníka, tak také pro správce dané památky a její nejbližší okolí. Nabídka kvalitních služeb umožní, aby návštěvník v dané lokalitě zůstal co nejdéle a za dané služby zaplatil.

Velký rozdíl je v charakteru památky, tedy jestli se jedná o solitér či urbanistický kom-

plex, zda slouží jen badatelům a návštěvníkům, či má další, např. obytnou funkci. Prioritou je vždy ochrana památky. Je tedy žádoucí, aby byl počet návštěvníků únosný, jejich přítomnost památce neškodila a zážitek z jejich návštěvy byl pro ně obohacující. Zásadní roli proto hraje návštěvníkový management, jehož úkolem je počet návštěvníků optimalizovat. Není to nikterak jednoduché, neboť návštěvnost památek má zpravidla sezonní charakter, svou roli hrají

Nadměrná návštěvnost některých památek nejenže ohrožuje jejich existenci – v tomto směru je asi neznámější peruánské incké sídlo Machu Picchu –, ale také snižuje kvalitu návštěvníckého zážitku.

i dny v týdnu a zanedbatelná není ani denní hodina. Na nejnávštěvovanějších památkách v exponované době je jedinou možností optimalizace rezervační systém. To je však reálné jen v uzavřených komplexech. A co tedy např. ve volně přístupných urbanistických celcích? Je možné i zde praktikovat nějaké regulační mechanismy? Ano je,

ale obtížněji. Nabízí se např. regulace parkovacích míst, kdy objednaný autobus s návštěvníky bude mít parkovné výrazně levnější než ten, který registrován nebude; parkovné pro turistu, který v lokalitě zůstane déle, bude levnější než pro jednodenního návštěvníka. Turista bude moci využívat slevovou turistickou kartu, díky které může mít výhody nejen finanční, ale též přednost při návštěvě vybraných lokalit, získá další informace o dílčích atraktivitách, které dosud nejsou tak známé, přesto jejich návštěva pro něj může být zajímavým zážitkem. V mezním případě je možné i v nejexponovanějším čase (zpravidla 10–14 hod.) v některých místech vybírat mýtné, ideálně „autentickou historickou postavou“, jejíž doprovod může nabízet tradiční produkty či demonstrovat místní zvyklosti.

Zmíněny byly tradiční produkty. To bývá v některých lokalitách poněkud problematické, ač přesně po tom návštěvníci touží. Chtějí si odvézt na památku či jako dárek svým blízkým něco typického, nějaký suvenýr a rádi zaplatí přiměřený finanční obnos. Klidně i vyšší, pokud je suvenýr opravdu tradiční, rukodělný a autentický. Nikdy nezklamou třeba předměty denní potřeby s vkusným vyobrazením lokality (např. šátek, hrneček apod.). Oblíbeným suvený-

rem, který však někdy nadměrně obtěžuje ostatní návštěvníky, je pořízení „selfie“. Problémem bývá, když „musí“ být snímek pořízen přesně na určitém místě – např. v kambodžském chrámovém komplexu Angkor Wat se na místo, na němž byla ve filmu Lara Croft – Tomb Raider zachycena herečka Angelina Jolie – stojí dlouhé fronty. Ještě nepříjemnější bývá nahlížení pomocí „selfie tyče“ do soukromí rezidentů.

Nadměrná návštěvnost některých památek nejenže ohrožuje jejich existenci – v tomto směru je asi nejznámější peruánské incké sídlo Machu Picchu –, ale také snižuje kvalitu návštěvnického zážitku. Návštěvníci bývají většinou k „davům“ tolerantní, jsou si vědomi, že jsou v lokalitě, která je známá, navštěvovaná a stejně jako oni ji „muzejí“ vidět další lidi, ovšem tato situace velmi závažně snižuje kvalitu života rezidentů. Především tehdy, pokud správa dané lokality, zpravidla se jedná o urbanistický celek, preferuje potřeby návštěvníků

a krátkodobě těží z módních trendů), a na konec ubývá rezidentů. Z takového místa se stává turistické ghetto a je jen otázkou času, kdy o něj návštěvníci přestanou jevit zájem, protože ti přece v první řadě touží po něčem autentickém.

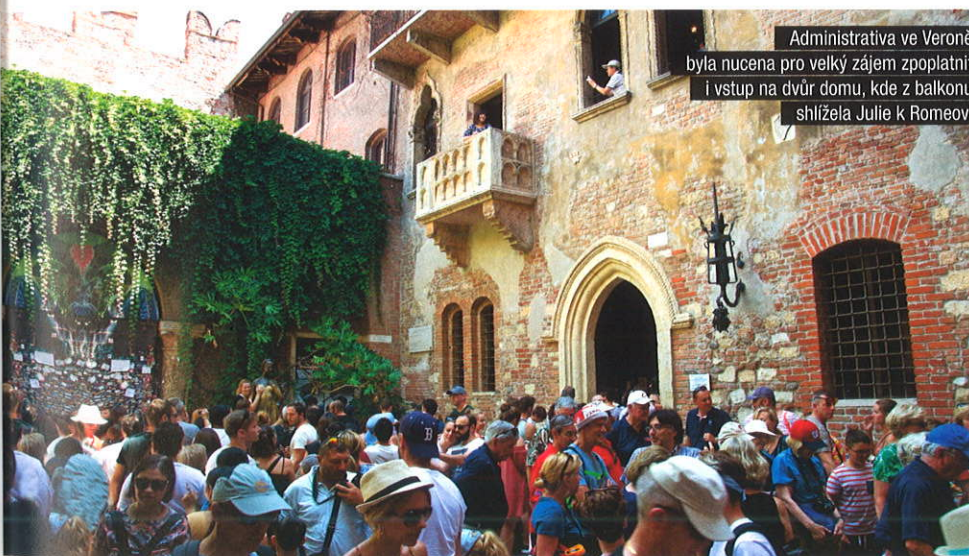
Výše byla zmínka o módních trendech. Dnes hrají významnou roli sociální sítě, a tak se již můžeme setkat i s tím, že správci některých lokalit žádají návštěvníky, aby fotografie z daných míst neumísťovali na sociální sítě, a další návštěvníky takto nelákali. Žijeme v době, kdy vnímáme především vizuální informace, a tak lidé chtějí navštívit místa, která měli možnost zhlédnout ve filmu, ať už v něm tato místa vystupovala jako reálná, či fiktivní. A tak jako přilákalo filmové ztvárnění ságy o Pánu prstenů turisty na Nový Zéland, lze očekávat výrazný nápor návštěvníků do Irska či Dubrovníku vlivem divácky oblíbené ságy Hra o trůny. Je otázkou, jak jsou daná místa na náhlý nápor připravena, zda do-

stupitelný. Obou těchto faktorů si je město vědomo. Postupně přistupuje k regulaci počtu návštěvníků a přijímá i další opatření. A jak je na tom Telč? Přesněji náměstí? Žije jen v létě od 10 do 16 hodin, nebo je to náměstí, které je centrem města v pravém slova smyslu a obyvatelé na něm tráví čas na vycházkách, nákupy, posezením s přáteli? Setkáme se v Kutné Hoře jen s návštěvníky, nebo si dovedou vychutnat kouzlo večerního města i turisté?

Značka UNESCO je tradiční, dlouhodobá a podobně je tomu i u národních parků. Přitažlivá se stávají i místa vázaná na historickou událost, ať již reálnou, či fiktivní, pozitivní i negativní. V mnoha případech musejí na zvýšenou návštěvnost adekvátně reagovat. Např. administrativní ve Veroně byla nucena pro velký zájem zproplatnit i vstup na dvůr domu, kde z balkonu shlížela Julie k Romeovi. Ač dům vznikl mnohem později, než napsal Shakespeare své dílo, nic nebrání tomu, aby zde návštěvníci zanechávali své vzkazy (do průchodu domu byly umístěny odnímatelné panely, neboť stěny domu trpěly) a stáli opět dlouhé fronty na fotografii u sochy Julie, na kterou se ročně přijde podívat více než 1,5 milionu osob.

Roli oblíbených návštěvnických míst samozřejmě hrají i jiné významné památky, často se honosící označením národní kulturní památka či památková rezervace. Je otázkou, jak měříme jejich atraktivnost. Počet návštěvníků, lépe řečeno počet prodaných vstupenek, může být jedním z ukazatelů atraktivnosti, ale je to velmi diskutabilní. Každá lokalita by měla mít svůj „návštěvníkový plán“, vycházející z jejich charakteristik (velikosti, proslulosti, dostupnosti, zachovalosti, ...), pro jaký typ návštěvníků je vhodná a pro kolik, jaký typ chce hostit a tomu přizpůsobit podmínky. Některé musejí počet návštěvníků regulovat registracemi či cenovou politikou, nebo naopak vymyslet nový lákavý program či spolupracovat s dalšími aktéry nacházejícími se v lokalitě, případně typově obdobnými v širším území. Správce musí mít vždy na zřeteli ochranu a zachování památky, finanční rentabilitu a spokojenost návštěvníků i dalších uživatelů lokality, kde se památka nachází. ■

Text: **RNDr. Dana Fialová, Ph.D.**, katedra sociální geografie a regionálního rozvoje Přírodovědecká fakulta Univerzity Karlovy
Foto: Shutterstock.com



před potřebami obyvatel. I volný trh má své meze a v mnoha případech je třeba, aby nastoupila jistá míra regulace. Ta by měla být prevencí, nikoli represí. Pokud mizí z dané lokality služby potřebné ke každodennímu životu, postupně mizí i rezidenti. Dostavuje se tzv. benátský syndrom, kdy v dané lokalitě přibývá návštěvníků, obytné domy se mění na hotely, byty jsou pronajímány hostům ke krátkodobému ubytování, obchody cílí svým sortimentem pouze na turisty, případně se mění v atrakce pro ně (např. různá obskurní muzea, která nemají s lokalitou pranic společného

kážou návštěvníkům poskytnout takové služby, aby je nejen uspokojila, ale aby z toho měla zisk a nedošlo k jejich devastaci. Především Dubrovnik již nyní přistoupil k regulaci, a to jak množství výletních lodí, které mohou připlouvat do tamního přístavu, tak chování turistů (pohyb po městě v přiměřeném oblečení).

Uvedeny byly příklady ze zahraničí, ale i památkové lokality v Česku řeší své problémy. Mediálně je nejznámější Český Krumlov, který postupně ztrácí rezidenty, ale turismus je pro něj ekonomicky neza-