



# Interpretace místního dědictví

Příručka pro plánování  
a tvorbu prezentací místních zajímavostí



Edice obsahuje manuály:

#### Tvorba vize komunity

Vizi mohou vytvářet politické strany ve volebních programech, je to však stále jen vize politických stran. Abychom mohli vytvořit společnou vizi obce, komunity, je třeba ptát se přímo občanů samotných. Komunita pak bude sdílet společně vytvořenou vizi a každý se do její realizace bude moci zapojit v oblasti, ve které se cítí být prospěšný.

#### Plánovací víkend

Během plánovacího víkendu navrhnou místní obyvatelé jako „místní experti“ budoucí podobu prostranství (náměstí, část parku, vnitroblok, dětské hřiště), které je jim blízké a s nímž mají každodenní zkušenost. Nápady a podněty, které vzniknou během plánovacího víkendu, jsou vhodným doplněním oficiálního procesu územního plánování a slouží architektovi jako podklady pro vypracování projektu.

#### Utváření místa

Veřejná prostranství jsou důležitou součástí nejbližšího životního prostředí, avšak veřejný život se z nich mnohdy vytratil, zůstávají opuštěná a neudržovaná. Pokud ovšem fungují, výrazně podporují společenský život a vazbu členů komunity k jejich okolí. Mají pozitivní dopad na místní ekonomiku. Metoda utváření místa umožňuje pochopit specifika daného prostředí, analyzovat místo a ve spolupráci s místní komunitou stanovit zásady jeho kvalitního fungování.

#### Interpretace místního dědictví

Identita místa je dána jeho kulturním a přírodním dědictvím. Její posílení má nesporný význam nejen pro návštěvníky dané obce či regionu, ale především pro místní obyvatele. Interpretace místního dědictví je dlouhodobý proces, který vedle budování zdravého patriotismu zvyšuje také návštěvnost – popularitu místa. V kombinaci s podporou místních produktů a služeb pomáhá místní ekonomice.

#### Péče o krajinu

Péče o krajinu představuje takový přístup k ochraně přírody, který se opírá o spolupráci s vlastníky, uživateli pozemků. Vychází z předpokladu, že účinná ochrana přírody a krajiny není bez jejich součinnosti možná. Jednou z účinných forem naplňování tohoto principu jsou pozemkové spolky.

**Investice do procesu – Spolupráce v obci – Úspora při realizaci**

**Interpretace místního dědictví – Příručka pro plánování a tvorbu prezentací místních zajímavostí**



Nadace Partnerství  
Panská 7, 602 00 Brno  
tel. +420 542 422 766, fax +420 542 422 777  
pship@ecn.cz, www.nadacepartnerstvi.cz

Nadace Partnerství je součástí konsorcia šesti národních nadací v České republice, Bulharsku, Maďarsku, Polsku, Rumunsku a na Slovensku, jehož posláním je stimulovat aktivní účast občanů na zlepšování životního prostředí v jejich regionu. V současné době je největším soukromým zdrojem finanční podpory ekologických projektů obcí a nevládních neziskových organizací v ČR. Od svého vzniku v roce 1991 do konce roku 2003 podpořila formou nadačních příspěvků ve výši přes 100 milionů korun už na 1 350 projektů nevládních neziskových organizací a obecních úřadů.

**DFID** Department for  
International  
Development

**M**  
CHARLES STEWART  
MOTT FOUNDATION

# Interpretace místního dědictví

Příručka pro plánování a tvorbu prezentací místních zajímavostí

Nadace Partnerství  
2004

## Interpretace místního dědictví

Příručka pro plánování a tvorbu prezentací místních zajímavostí

Vydání této knihy podpořily:

C.S. Mott Foundation

britské Ministerstvo pro mezinárodní rozvoj (DFID)

České vydání © Nadace Partnerství 2004

Redaktor anglického originálu: James Carter

Překlad a redakce českého vydání: Ladislav Ptáček

Autoři doplňků: Roman Barták, Petr Bergmann, Zdena Chadimová, Pavel Klvač, Kamila Plachá, Tomáš Růžička, Olga Žampová

Odborné korektury: Tomáš Růžička

Jazykové korektury: Jiří Turek

Fotografie: archiv Nadace Partnerství, originál „Sense of Place“, Dagmar Chytilová

Fotografie na obálce: Tomáš Růžička

Grafická úprava: Michal Stránský

Sazba; litografie: Jan Kudera; EprinGoli spol. s r. o., Hybešova 38, Brno

Tisk: EXPRINT-KOCIÁN, spol. s r. o., Cejl 76, Brno

Vydání první, 2004

Pro Nadaci Partnerství vydala

ZO ČSOP Veronica

Panská 9, 602 00 Brno

tel. +420 542 422 756

[www.veronica.cz](http://www.veronica.cz)

[casopis.veronica@ecn.cz](mailto:casopis.veronica@ecn.cz)

Vydavatel anglického originálu:

Tourism and the Environment Initiative

Bridge House

Bridge Street, Inverness IV1 1QR

Publikace ani její části nesmějí být publikovány ani šířeny jakýmkoli způsobem a v jakékoli podobě bez výslovného svolení Nadace Partnerství, Panská 7, 602 00 Brno, [pship@ecn.cz](mailto:pship@ecn.cz), tel. 542 422 766.

ISBN: 80-239-2068-5

## Obsah

Úvod .....	5
Metody komunitního rozvoje .....	6
<b>Interpretace místního dědictví</b>	
Předmluva .....	9
<b>I. Co je to interpretace?</b> .....	10
1. Interpretace vypráví o zvláštních místech .....	10
2. Provokovat, odkrývat a oslovovat .....	13
3. Další cíle komunikace .....	14
<b>II. Proč interpretaci plánovat?</b> .....	17
1. Plán interpretace je když... ..	17
2. My plán nepotřebujeme! .....	18
3. Dejte se do práce .....	18
4. Jaký plán? .....	20
<b>III. Jaký plán?</b> .....	21
1. K čemu je strategie a k čemu podrobný plán? .....	21
2. Různé plány pro různé situace .....	23
3. Co vyžaduje strategie interpretace? .....	24
4. Co vyžaduje podrobný plán interpretace? .....	25
5. K čemu jsou konzultanti interpretace .....	27
6. Jak plánování interpretace navazuje na další iniciativy? .....	27
<b>IV. Práce s druhými</b> .....	29
1. Práce s komunitami .....	30
2. Práce s úřady a agenturami .....	31
3. Pracovní struktury .....	32
4. Plánování se nedá uspěchat .....	33
5. Po dokončení plánu vlastní práce začíná .....	34
<b>V. Sestavování plánu</b> .....	35
1. Proč se chcete do interpretace pustit? .....	35
2. Co budete interpretovat? .....	36
3. Komu je to určeno? .....	40
4. Jak budete interpretovat? .....	45
5. Jak zjistíte, zda jste dosáhli cíle? .....	47
6. Vztahy mezi otázkami .....	47
7. Neformální zapojování komunity .....	48
8. Finalizace plánu .....	49
9. Realizace – jak vdechnout plánu život .....	49

<b>VI. Funguje vám to?</b>	51
1. K čemu vyhodnocovat interpretaci?	51
2. Kdy hodnotit?	52
3. Jak na to?	52
4. Kdy použít kterou techniku hodnocení	55
5. Otázky měření a volby vzorku	55
<b>VII. Návrh a realizace interpretace</b>	57
1. Kdy komunikace funguje?	57
2. Osm základních pravidel interpretace	60
3. Osobní interpretace	61
4. Venkovní panely	62
5. Publikace	65
6. Multimediální prezentace	67
7. Návštěvnická centra	68
8. Práce s dodavateli	70
<b>VIII. Případové studie</b>	72
1. Salamandr ve Velkých Karlovicích	72
2. TUŽ se, Broumovsko!	75
3. Slavonické kouzlo zapomenutého dědictví	77
4. Interpretace místního dědictví na Jesenicku	80
5. Drnka – interpretace místního dědictví obce Drnovice	82
<b>IX. Přílohy</b>	84
Další zdroje informací	84
Od nápadu ke kolaudaci	87
Nadace Partnerství a Partnerství, o.p.s.	88

## Úvod

Naše zákony umožňují účast veřejnosti ve správních, územních i stavebních řízeních. Aktivní občané tohoto práva využívají, nejčastěji se však setkáváme s tím, že některé ze sdružení blokuje určitý rozvojový záměr a řízení se potom prodražuje a protahuje o celé roky. Řada politiků místní i celostátní úrovně se pak domnívá, že občané mají práv až příliš mnoho, a snaží se tato práva omezit například prohlášením veřejného zájmu na poměrně širokou škálu investičních záměrů. Zapojení veřejnosti získalo jakousi negativní, protestní konotaci.

Problém spočívá především v tom, že pro rozumný rozvoj našich obcí, měst a regionů nedokážeme občanský potenciál využívat pozitivněji, což není jednoduché a jen velmi pomalu se to učí i všude ve světě. Zdaleka nejde jen o to projednávat s obyvatelstvem rozvojové záměry co nejdříve. Vznikají metody a technologie jak s veřejností pracovat mnohem aktivněji a získávat od lidí jejich zkušenosti, nápady, motivace, spolupráci i spoluodpovědnost.

Nadace Partnerství přináší v souboru publikací několik metod komunitního rozvoje, které jsme si měli možnost v našich podmínkách ověřit a které lze využít pro řešení celé řady místních potřeb a situací. Zároveň s těmito metodikami nabízíme vyškolené konzultanty, kteří mohou obcím pomoci celý proces kvalifikovaně vést. Každá z metod vyžaduje citlivou interpretaci v návaznosti na místní podmínky a uplatnění každé z nich je vhodné pro jinou situaci. Od té nejobecnější vize komunity, která je nástrojem k vytvoření konsenzu nad prioritami rozvoje obce, města či mikroregionu, až po utváření

místa, které spojuje sociologické a urbanistické technologie do postupu jak navrhnout zlepšení konkrétního veřejného prostoru v obci.

Tento projekt vznikl díky dlouhodobé spolupráci nadace s řadou zahraničních partnerů jak z USA – například Project for Public Spaces v New Yorku, Quebec Labrador Foundation v Ipswichi, Antioch Institute ve Vermontu, tak z Evropy – například Gehl Architects z Kodaně, The Prince of Wales's Institute of Architecture nebo Centre for Environmental Interpretation ze Skotska. Celý školicí program s jeho výstupy umožnila finanční podpora těchto institucí: C.S. Mott Foundation, The US Agency for International Development, britský Department for International Development, Rockefeller Brothers Fund, Trust for Mutual Understanding a Deutsche Bundesstiftung Umwelt Osnabrück. Poděkování patří také všem českým partnerům a konzultantům, kteří ke zrodu manuálu přispěli svými zkušenostmi s formulováním závěrů.

Zastupitelům obcí, měst i krajů, pracovníkům státní správy i dalším zájemcům nabízíme nástroje jak transformovat obecnou snahu o demokratické zapojení veřejnosti v odborně vedenou účast obyvatel na řešení konkrétních problémů daného místa a obce. Včasná investice do komunity se vyplatí z politického i ekonomického hlediska, neboť lidský potenciál obce je důležitější než jakákoliv infrastruktura.

*Miroslav Kunderata*  
*ředitel Nadace Partnerství*

## Metody komunitního rozvoje

Naše společnost prošla složitým, již více než desetiletým vývojem ustavování nových institucí, které umožňují demokratickou správu naší země v nejširším slova smyslu. Reforma veřejné správy, která v současnosti přichází do další fáze, potvrzuje, že tento vývoj nebyl zdaleka ukončen. Pomalu si musíme zvykat, že systém veřejné správy není jednou provždy daný, ale že by měl spíše odpovídat pružně se vyvíjejícímu organismu. Aby tomu tak skutečně bylo, musí existovat účinný způsob zpětné vazby, který by korigoval zastaralé postupy a vnášel do systému život. Funkci zpětné vazby může plnit politická opozice nebo média, neobejde se však bez každodenního přispění nás všech. Zapojování veřejnosti do rozhodovacích procesů má svou oporu v mezinárodních dokumentech (Aarhuská úmluva) a má již své metodiky, které více méně přejímáme ze zahraničí a aplikujeme na naše podmínky, protože u nás není na co navázat.

Nadace Partnerství se k tomuto procesu rozhodla přispět svým dílem. V rámci vzdělávacího modulu Metody komunitního rozvoje předávali zahraniční partneři své zkušenosti účastníkům kurzu, s nimiž vyzkoušeli, aplikovali a upravili některé metodiky, jež mohou přispět k tomu, aby občané skutečně mohli ovlivňovat podobu své obce či kraje.

U všech metod je nezbytným předpokladem úspěšného zapojení veřejnosti včasná realizace záměrů. Participace tím nabývá na významu, neboť lidé sledují to, co sami vymysleli a zároveň se prohlubuje i jejich vztah k místu.

### Tvorba vize komunity

Jak vyplývá z názvu, metoda je zaměřena na formulování dlouhodobějších cílů rozvoje území (obec, městská část, město, mikroregion). Snaží se přitom využít co nejširšího zapojení občanů (veřejnost žijící v místě, návštěvníci oblastí, samospráva, odborníci apod.), aby došlo k lepšímu propojení jednotlivých dohodnutých činností. Metoda vychází z poznatku, že rozvoj komunity není podmíněn pouze dostatkem finančních prostředků. Občané potřebují svou obec znát a vytvořit si

společnou představu o tom, jak by měla vypadat za deset či patnáct let. Tato dlouhodobá vize je postupně naplňována realizací několika společně vybraných projektů a občané se na ní sami podílejí. Právě oni pak posuzují hlavní aktiva a problémy obce, rozvíjejí společnou vizi a identifikují výrazné a efektivní projekty zlepšení komunity. První fáze končí určením jednotlivých tematicky zaměřených pracovních skupin.

Každá z nich dále pracuje na konkrétním projektu, jehož realizaci se v další fázi bude zabývat. Může jít například o založení klubu podporujícího kulturní aktivity, sdružení pro podporu místních drobných podnikatelů a jejich produktů, skupinu pro rozvoj a údržbu parku, prosazení změny v trasování linek hromadné dopravy apod. Akce poskytuje obyvatelům možnost setkání se sousedy i dalšími spoluobčany, v čemž spočívá jeden z důležitých přínosů této metody.

### Utváření místa a plánovací víkend

Existuje-li představa o budoucím vzhledu obce, nemůže v ní chybět názor na podobu veřejných prostranství, která jsou důležitou součástí každodenního, nejbližšího životního prostředí. Náměstí, návsi, parky, hřiště atp. nepatří nikomu a vlastně patří všem. Mnohdy se z nich ovšem vytratil veřejný život, zůstávají opuštěné a neudržované, bez zájmu. Případně jsou udržovány dobře, ale přesto nefungují, neboť je lidé nevyužívají. Veřejné prostory jsou přitom důležitým prvkem identifikace obyvatel s obcí, s místem, kde žijí. Pokud fungují, výrazně podporují společenský život a zpětnou vazbu obyvatel komunity k jejich okolí. Prokázán je též pozitivní dopad fungujících veřejných prostor na místní ekonomiku.

Využití území obce a tedy i veřejných prostranství je určeno územním plánem, který je pro běžného občana málo srozumitelný. Metody utváření místa a plánovací víkend slouží k tomu, aby diskusi o využití a podobě území přiblížily laické veřejnosti. Tyto metody by měly předcházet tvorbě projektu území, jehož některé parametry jsou již definovány v územně plánovací dokumentaci, případně by měly takový projekt vhodně doplňovat.

Metoda *utváření místa* může napomoci řešení problému, jímž se územní plánování nezabývá. Zaměřuje se na daný prostor z estetického hlediska, ale především se snaží postihnout jeho smysl a podstatu. Učí chápat specifika a jedinečnost daného prostředí, analyzovat je a stanovit zásady jeho kvalitního fungování ve čtyřech kategoriích: využití a aktivity, dostupnost a spojení, pohodlí a image, sociabilita.

Metoda utváření místa umožňuje porozumět důležitosti fungujícího místa pro ožívání komunity, analyzovat problémy stávajícího prostranství a definovat zásady pro jeho přetvoření ve fungující místo. Metoda poskytuje vodítko skupině místních aktivistů, zástupců obce, obyvatel a odborníků při jejich práci na revitalizaci veřejného prostoru, pomůže vytvořit pracovní plán okamžitých, krátkodobých a dlouhodobých činností v procesu ožívání místa a v neposlední řadě vysvětlit, co dělat v budoucnu jinak při navrhování nových veřejných prostranství.

Skupina složená z místních občanů i občanů jiných regionů, z odborníků různých profesí a ze zástupců laické veřejnosti, se schází v několika etapách, z nichž nejdůležitější je práce přímo na místě. Skupina vyhodnocuje jednotlivé aspekty pomocí metod pozorování, mapování chování, strukturovaného dotazování apod. Poté následuje společné vyhodnocení pozorování, na jehož základě vzniká široká škála návrhů na vylepšení prostranství. Návrhy jsou následně rozříděny do kategorií okamžitých krátkodobých a dlouhodobých kroků či úkolů podle možnosti jejich realizovatelnosti a míry dopadu.

*Plánovací víkend* představuje obecnější metodu zapojení občanů do rozvoje komunity. Nemusí tedy nutně souviset s veřejnými prostranstvími. Tuto metodu je vhodné využít jako doplnění procesu územního plánování. Z názvu vyplývá, že se jedná o intenzivní, krátkodobé setkání (jeden až dva dny), které je ovšem dlouhodobě předem naplánováno tak, aby zde bylo maximálně využito informací a návrhů občanů, kteří dané území denně využívají. Během plánovacího víkendu obyvatelé navrhuji pod vedením facilitátora a za účasti radních i expertů budoucí podobu nejbližšího okolí. Výsledkem plánovacího víkendu je série návrhů sloužící projektantovi jako podklad k vypracování

projektu. Řešeným územím může být centrální náměstí, část parku, vnitroblok nebo třeba „jen“ dětské hřiště. Plánovací víkendy počítají se širokou účastí veřejnosti. Důležitou součástí metody je prezentace záměru a předběžná komunikace o prostoru formou ankety. Výsledkem je realizace veřejného prostranství, jehož podoba vychází z názoru jeho přímých uživatelů, kteří pak mají k místu těsnější vztah, výrazně posilující celou komunitu i její vnitřní vazby.

## Interpretace místního dědictví

Pod pojmem interpretace místního dědictví si lze představit například vytvoření naučné stezky přírodou nebo městem, ztvárnění expozice v místním muzeu nebo informačním centru, sestavení tištěného průvodce krásami města nebo kraje, návrh okruhu nebo exkurze s živým průvodcem, uspořádání tematické kulturní akce apod. Jaké má interpretace místo v kontextu metod komunitního rozvoje? V dnešní době, kdy globalizace stále podstatněji stírá rozdíly mezi kulturami a prostředími, je velmi žádoucí posilovat identitu místa, která je určena především zdejšími kulturním a přírodním dědictvím. Takovýto výklad místa má nesporný význam nejen pro návštěvníky dané obce či regionu, ale především pro místní obyvatele. Místním dědictvím přitom není pouze kostel ve středu obce nebo památný strom, ale i místní tradice, vzpomínky nebo pověsti. Interpretace přispívá k hlubšímu poznávání místa, ve kterém lidé žijí, čímž pomáhá posilovat komunitu, ale může i významně přispět k jejímu blahobytu. Kvalitní interpretace je totiž hlavním předpokladem rozvoje šetrných forem cestovního ruchu založených na poznávání a odhalování místních půvabů, které bez náležitého výkladu často zůstávají nepovšimnuty nebo nedoceny. Prakticky metoda spočívá v tom, že místní aktivní skupina „interpretů“ identifikuje místní historické, kulturní a přírodní zajímavosti. Při tom se neobejde bez kontaktu s místními rodáky, pamětníky a institucemi. Za asistence odborného konzultanta zvolí nejvhodnější formy interpretace shromážděných dat, zaměřené na místní obyvatele i návštěvníky území. Je to dlouhodobý proces, který vedle budování zdravého patriotismu zvyšuje také návštěvnost, popularitu místa a v kombinaci s podporou místních produktů a služeb pomáhá místní ekonomice.



## Výměnné pobyty pro péči o krajinu a pozemkové spolky

Ochrana přírody a krajiny je zajištěna celou řadou zákonů a systémem chráněných území. Přesto efektivní a dlouhodobé ochrany nelze dosáhnout bez spolupráce s veřejností a všemi dotčenými subjekty. *Výměnné pobyty pro péči o krajinu* představují jeden z možných přístupů k zapojení veřejnosti a odborníků do řešení problémů využití krajiny. Uvedená metoda se opírá o dlouhodobé zkušenosti ze zahraničí, ale i z České republiky. Jde o náročnou aktivitu, která však při dobrém zvládnutí přináší v daném regionu dlouhodobě pozitivní efekt.

Metoda *péče o krajinu* je založena na osobním a veřejně-osobním přístupu. Snaží se vytvářet a posilovat odpovědnost za péči a údržbu krajiny a přírodních zdrojů u uživatelů a vlastníků, staví na tradičních meto-

dách péče v souladu s měnicími se potřebami. Uplatňuje komplexní pohled na krajinu, posiluje místní a regionální identitu a kulturu, současně aktivizuje občany a je také dlouhodobou společenskou investicí.

*Pozemkové spolky* jsou organizace, které zajišťují dlouhodobou péči o konkrétní cenné pozemky. Jedná se o sdružení právnických nebo fyzických osob založená s cílem chránit určité pozemky. Péče o tyto pozemky je zabezpečována zpravidla podle plánu péče. Pozemkový spolek může pozemky buď vlastnit nebo je mít v pronájmu, případně mu může svědčit právo z věcného břemene. Pozemkové spolky mohou být ovšem zakládány i s cílem ochrany kulturního dědictví. Činnost pozemkových spolků u nás v poslední době potvrzuje výhody, které poskytuje ochrana přírody a kulturních památek v úzké spolupráci s vlastníky. Třebaže pozemkové spolky nemají ideální podporu v české legislativě, jsou nesporně významnou součástí péče o přírodu a krajinu.



# Interpretace místního dědictví

## Předmluva

Správce místního muzea, bojiště, přírodní rezervace, historické památky, výrobní tvarůžků, hradní zříceniny a jaderné elektrárny spojuje jedna věc. Mají zajímavé věci, které mohou návštěvníkům ukázat, a dokáží o nich i něco povědět. Interpretace je nástroj, který k tomu používají (i když samotný termín „interpretace“ může mnoha z nich znít cize). Skutečně, interpretace má u nás velmi dlouhou a bohatou tradici a s jejími příklady se setkáváme doslova na každém kroku. Vlastní pojem „interpretace“ je ale nový a do obecného povědomí ještě zdaleka nepronikl. Většinou se nahrazuje jinými termíny jako je propagace, prezentace, informace, které ale znamenají něco trochu jiného. My však na dalších stranách budeme dále hovořit o interpretaci.

Vytvoření interpretace, která zároveň splňuje potřeby návštěvníků, jimž je určena, nepoškozuje místo, o něž se jedná, naplňuje záměr svých tvůrců a respektuje lidi, kteří s ní musí denně žít, není vůbec jednoduchá záležitost. Pokud má být interpretace skutečně účinná, musí být plánována s citem a s fantazií. Tato příručka je skromným úvodem do tohoto umění.

## Jak tato publikace vznikla?

Její základem je manuál, který byl vydán ve Skotsku jako součást projektu Iniciativy pro cestovní ruch a životní prostředí (Tourism and the Environment Initiative). Obyvatelé této malebné země a zvláště oblasti Highlands a ostrovů jsou na svůj domov patřičně hrdí, a tak není žádným překvapením, že zde existuje mnoho inspirativních projektů, které místní dědictví prezentují návštěvníkům. Ale i u nás se najde mnoho zajímavých příkladů interpretace místního dědictví, a proto se v této knize setkáte s případovými studii a příklady z obou zemí, jejichž společné rysy ale mají obecnou platnost kdekoli ve světě.

Některé z uvedených domácích příkladů vznikly za podpory Nadace Partnerství v rámci přenášení skotských zkušeností v oblasti interpretace k nám. Velký podíl na tom má hlavně redaktor originální verze této publikace James Carter, který u nás v poslední době několikrát vedl velmi podnětné semináře.

## Jak používat tuto publikaci?

Pokud už máte nějakou představu o tom, co chcete dělat, zkuste si přečíst kapitoly I a II a potom kapitolu V. Měly by vám pomoci k tomu, abyste si svůj projekt důkladně promysleli a navrhli ještě lepší a efektivnější interpretaci.

Kapitola III podrobněji rozebírá různé používané druhy plánů, kdežto kapitola IV obsahuje průvodce pro týmovou práci na zpracování plánu, třeba v komunitní skupině. Kapitola VI uvádí způsoby, jak si můžete ověřit, zda se vám podařilo sdělit, co jste měli na srdci. Kapitola VII nabízí stručného průvodce některými principy interpretace a nejběžnějšími prostředky s hodnocením jejich silných stránek a slabin.

## Stručné varování předtím, než se dáte do práce!

Interpretace je velmi osobní záležitost. Otázky v této knize vám pomohou nalézt řešení, které je optimální pro vás, vaše místo, vaše návštěvníky a pro okamžik, kdy se rozhodujete. Interpretace ale není vědecký proces s jedinou správnou odpovědí. Skutečným testem úspěchu bude, jestliže si návštěvníci od vás díky interpretaci odnesou nové myšlenky a podněty. Jinými slovy: existuje tolik způsobů interpretace nějakého místa, kolik je jeho návštěvníků.

## I. Co je to interpretace?

Tato kapitola zkoumá, co to interpretace je, které principy interpretaci zefektivňují, a zabývá se některými dalšími důležitými stránkami komunikace s návštěvníky. Ukáže vám, že práce v oblasti interpretace vyžaduje kus přemýšlení a plánování.

### 1. Interpretace vypráví o zvláštních místech

Celá interpretace je cesta, jak pomoci ostatním lidem ocenit něco, o čem jste přesvědčeni, že si zaslouží jejich pozornost. V celé této příručce budeme hovořit o interpretaci „míst“. Interpretace se ale může týkat:

- budovy (hrad)
- části krajiny (propast)
- součástí kulturního života, např. tradiční slavnosti města
- předmětu nebo sbírky předmětů
- průmyslu (pivovar)
- historické události nebo období (bitvy)
- aktivity (kosení a pastvy)

Principy popisované v této knize platí pro všechny výše vyjmenované případy, ve většině příkladů jsme jednoduše použili slovo „místo“, abychom pokaždé nemuseli zopakovat celý uvedený seznam. Cílem příručky je pomoci vám naplánovat účinnou interpretaci a zároveň maximálně zapojit místní obyvatele do jejího vytváření.



*Nenásilná forma interpretace: sochy v Grizedaleském lese umocňují klid a intimitu lesa*

Existuje mnoho způsobů jak definovat interpretaci, ale všem definicím je společné, že jejich těžištěm je idea sdílení vlastního nadšení pro nějaké významné místo nebo objekt s druhými. Důležitá je také zásada, že návštěvníci místo, které interpretujete, skutečně sami vidí nebo jinak bezprostředně zažívají.



*Bednářství ve Speyside: řemeslná výroba může být stejně zajímavá jako staré brady*

Interpretace je tak stará jako cestování do míst, která lidé považovali za zajímavá. Gentlemanům podnikajícím svou Grand Tour po Evropě počátkem 19. století již nabízeli své služby místní průvodci. Avšak interpretace jako taková byla poprvé definována jako disciplína ve Spojených státech organizací National Park Service (správa národních parků).

Hlavní zásluhu na tom má Freeman Tilden, který byl zapojen do raných interpretačních počínů americké správy národních parků a napsal na toto téma první knihu. Interpretaci definoval jako „činnost odbalující návštěvníkům, kteří po této službě touží, něco

*z krásy a kouzla, inspirace a duchovního obsahu, jež leží za tím, co návštěvník může sám vnímat svými smysly“.*

Tilden psal o interpretaci velkolepých míst, jako jsou Grand Canyon nebo Yosemiteký národní park. Láska, kterou k těmto místům cítil, se snoubila s jasným pochopením důležitosti toho, aby si tato místa získala i srdce druhých. Posláním prvních národních parků bylo přesvědčit občasnou skeptickou americkou veřejnost o tom, že parky skutečně stojí za to ochránit. Možná že nebudete pracovat s tak úchvatnou scénérií nebo s tak naléhavým ochranným obsahem, ale **každá dobrá interpretace musí být založena na nadšení a lásce k místu a na touze podělit se o ně s druhými.**

Interpretace může mít různé formy – může zahrnovat túry s průvodcem, publikace, naučné stezky či jednotlivé panely u zajímavých fenoménů. Ale možná že nejvhodnějším způsobem jak oslavit krásu lesa nebo oživit historii hradu bude série koncertů nebo kovářské sympozium. Významné lokality nebo rozsáhlé sbírky mohou vyžadovat vlastní budovu jako návštěvnícké centrum nebo muzeum. Možná že už máte představu o tom, jak by vaše interpretace měla vypadat, ale abyste byli úspěšní, musíte zajistit, aby byla přiměřená místu, lidem, kteří je navštěvují, a organizacím a jednotlivcům, kteří se jí účastní. To vyžaduje plánování a o tom je tato příručka.

## Souvislost s ochranou dědictví

Interpretace je součástí toho, jak chápeme a pečujeme o naše přírodní a kulturní dědictví. Tento široký pojem



*Interpretace přírodní rezervace může podnítit podporu ochrany přírody*

může zahrnovat vše od místních lidových písní a pověstí přes travnaté pahorky označující dávno zaniklá hra-diska, průmysl a řemesla, která oživují města, až po trsy orchidejí vyrážející na horských pastvinách. Ať už je to cokoli, dědictví je chráněno, protože je někdo (zpravidla větší skupina lidí) považuje za důležité. Interpretace je způsob, jak můžeme pomoci druhým tuto hodnotu poznat a docenit.

Pokud lidé nějaké místo ocení, pak mohou v duchu známého hesla „Poznej a chraň!“ pomoci jej zachovat. Jak pravil Freeman Tilden, interpretace nejen že vypráví lidem o tom, co je na místě zajímavé, ale snaží se je přesvědčit o hodnotě daného místa a podnítit je k tomu, aby tuto hodnotu chtěli ochránit. Někteří to považují za základní součást veškeré interpretace. Určitě je to důležité, pokud pracujete s citlivými nebo ohroženými místy, jako jsou přírodní rezervace. Ale v jiných případech možná tato část sdělení bude spíše v pozadí. Když budete například provázet návštěvníky památkovou rezervací, patrně je nebudete vyzývat k tomu, aby nenichli okolní historické budovy. Ale podstatou každé interpretace je sdělení, že představovaný předmět interpretace je cenný.

## Souvislost s cestovním ruchem

Interpretace je rovněž významnou součástí rozvoje cestovního ruchu. To je zvláště patrné v zemích, jako je Skotsko nebo Česká republika, kde cestovní ruch více závisí na místní kultuře, krajině a památkách než na možnostech opalování se! Dobrá interpretace pomáhá vašim návštěvníkům objevovat a trochu lépe chápat místa, která poznávají. Tím dodává zážitkům běžných turistů hloubku a jejich cesta se stává něčím víc než pouhou přehlídkou turistických atrakcí, které občas vypadají jedna jako druhá. V některých případech je interpretace zcela rozhodující pro to, aby „místo a jeho příběh ožily“. Například většina bojišť by pro valnou část návštěvníků nebyla ničím víc než liduprázdnými lány, nebýt interpretace evokující něco z atmosféry dávných bojů a objasňující, jak zdejší události ovlivnily historii celé země nebo kontinentu.

To činí interpretaci stejně důležitou součástí národního i místního turistického produktu jako dobré ubytování, přátelské uvítání a dobré jídlo. Pokud návštěvníci cítí, že místo je zajímavé nebo vzrušující, je pravděpodobnější, že je doporučí druhým. Dobrá interpretace přispívá ke spokojenosti zákazníků a spokojený zákazník je nejlepší devizou úspěšného podnikání.

Interpretace sama o sobě může být také výtěžná, například prodejem publikací nebo vstupného do expozic, ale není vždy snadné sloučit potřebu vydělávat peníze s šetrným využíváním místních zdrojů. Z pohledu financí

může být vhodnější považovat interpretaci hlavně za něco, co přispívá k celkovému genu loci a ke kvalitě zážitku návštěvníků a tím k většímu úspěchu podnikání v cestovním ruchu v širším měřítku.



*Interpretace může přivést návštěvníky na místa, která cestovní ruch teprve objevují*

### Cestovní ruch a životní prostředí ve vzájemném souladu

Interpretace je důležitou součástí šetrného cestovního ruchu. Skotské Fórum pro cestovní ruch a životní prostředí pracuje s těmito principy rozvoje cestovního ruchu:

- Největším kapitálem Skotska při rozvoji cestovního ruchu je prostředí a všechny jeho složky – příroda, památky, kultura.
  - Cestovní ruch může přinášet prospěch hostitelské komunitě, návštěvníkovi i samotnému místu.
  - Osvěta prostřednictvím cestovního ruchu má klíčový význam pro to, aby lidé dokázali rozvíjet zodpovědný přístup k přírodnímu prostředí a skutečné odhodlání omezit negativní dopady na prostředí.
  - Turistické aktivity a rozvoj cestovního ruchu by měly odpovídat velikosti a povaze lokality.
  - Kdykoli je to možné, měla by být ochranná opatření řízena a prováděna místně, tak aby místní komunita, jednotlivci a podniky spolupracovali z vlastní iniciativy a cítili se „spoluvlastníky“ svého prostředí.
  - Životní prostředí je dynamický systém. Změny jsou nevyhnutelné a mohou mít měřitelný pozitivní efekt. Musíme být připraveni přizpůsobit se nové situaci, ovšem při respektování našich hlavních zásad.
  - Veřejné instituce musejí přijmout dlouhodobý pohled na investování do cestovního ruchu.
  - Veškerý rozvoj cestovního ruchu nyní i v budoucnu musí být šetrný k životnímu prostředí.
- Uvedené zásady by bylo možno v nezměněné podobě aplikovat i v podmínkách České republiky.

## 2. Provokovat, odkrývat a oslovovat

Ať už definujeme interpretaci jakkoli, vždy máme co do činění s komunikací. Na základě dlouholetého výzkumu v oblasti psychologie byla vytvořena jasná vodítka pro efektivní komunikaci. Ale definovat, co dělá komunikaci efektivní interpretačně, je obtížnější.

Freeman Tilden popsal šest „principů interpretace“. Tři z nich jsou obzvláště důležité – interpretace by měla *provokovat*, *vytvářet vztah a odkrývat* (provoke, relate, reveal). Dosáhnout toho, aby se interpretace vztahovala k publiku, do značné míry závisí na dobrých principech komunikace; jejich přehled uvádí podkapitola VII.1 – Kdy komunikace funguje. Provokování má mnoho společného s tím, jak nejprve upoutat pozornost lidí, ale také to může znamenat, že se snažíte provokovat publi-

provokovat myšlenky a dokonce „zatřást“ člověkem, takže získá úplně nový pohled na věc, kterou si přišel prohlédnout. To někdy znamená být kontroverzní, ale pokud od vás návštěvníci budou odcházet a zaníceně debatovat o vašem místě, je to výborné! Často se však setkáváme s pravým opakem – na panelech čteme a od průvodců slyšíme pouze informace, které okamžitě zapomínáme, protože nás ničím nezaujaly. Neprobudily nás, nedotkly se nás.

### Odkrývat

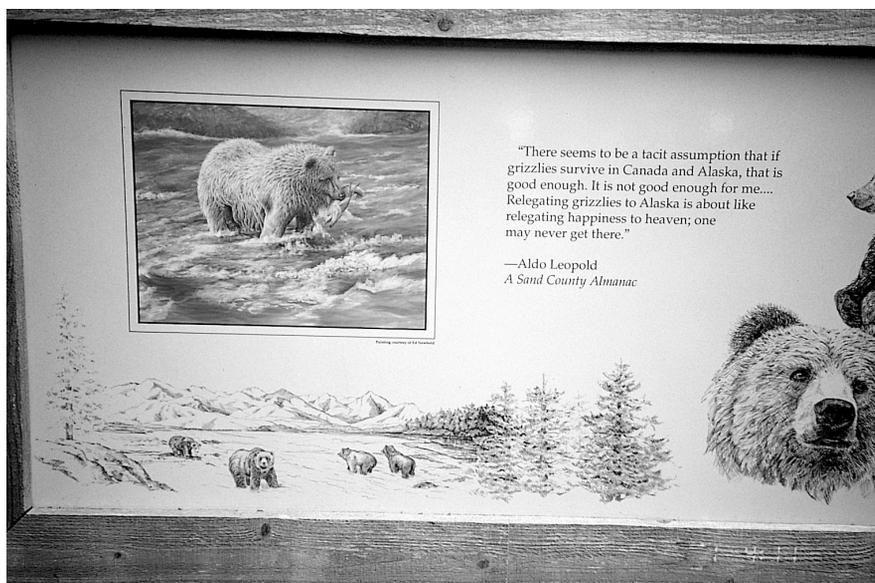
Podstatou dobré interpretace je odkrývání nových pohledů na to, co místo činí přitažlivým. Lidé získávají nové pochopení. Pokud jste někdy navštívili výstavu nebo

byli na procházce s průvodcem a odcházeli se slovy „hm, to mě nikdy nenapadlo, že...“ nebo „aha, už je mi to jasné“, byli jste svědky dobré interpretace.

Nové poznání či vhléd může být i emocionální – vzpomeňte na Tildenovu stať o tom, že interpretace je odhalování „krávy a kouzla“. Průvodce, který dokáže přinutit své publikum pocítit smutek, soucit nebo hněv nad osudem židovských obcí na našem území, je dobrý interpret, stejně jako letáček, který

dokáže oživit historii rozpadající se průmyslové oblasti a zanechat v návštěvnických pocitech, že navštívili úžasné místo.

Nechceme tím vytvořit dojem, že každá interpretace může nebo by měla být brilantní jako proslavil doktor Štrosmajera. Někdy jsou myšlenky nebo vhledy, které si návštěvníci odnášejí, velmi prosté. Jde však o to pamato-



Velmi zdařilý panel o medvědech grizzly na North West Trek v americkém státě Washington

kum k dalšímu zamyšlení. Především takto pojaté *provokování* spolu s *myšlenkou odkrývání* *vyčleňují interpretaci z ostatních způsobů komunikace.*

### Provokovat

Existuje podstatný rozdíl mezi interpretací a informací. Informace pouze podává fakta, ale interpretace může

vat si, že **interpretace nezahrnuje pouze sdělování faktů, ale jejím cílem je předat návštěvníkům nové pochopení, nové myšlenky a způsoby nahlížení nebo hodnocení konkrétního místa. K tomu můžete (a musíte) fakta používat, ale rozhodující jsou myšlenky.**

Neexistují žádná pravidla, jejichž následování by vám zajistilo, že vaše snaha o interpretaci bude skutečně úspěšná. Je také pravda, že něco, co je pro některé návštěvníky novým poznáním, může být jiným známo, ale platí, že byste se vždy měli snažit **použít informace, které máte k dispozici, na podporu zajímavého příběhu nebo myšlenky.**

## Témata, opylování a orli

Téma dá vaši interpretaci řád a vyjadřuje myšlenku, kterou chcete, aby si návštěvníci odnesli s sebou. **Téma není totéž co předmět vaší interpretace.** Vysvětlíme to na příkladu: botanik bude plánovat letní exkurzi. Volně rostoucí rostliny představují velmi obsáhlý předmět a nabízejí řadu témat. Náš profesor chce, aby jeho posluchači pochopili, že „různé rostliny využívají různé strategie jak přilákat hmyz, který je opyluje“. Tím definoval téma exkurze. Samozřejmě že to neznamená, že když nad Pálavou znenadání zahlédne kroužit orla mořského, bude jej ignorovat, protože nezapadá do jeho tématu. Na orla může ostatní upozornit,

nechat je obdivovat jeho nádheru, a pokud má znalosti, může o něm krátce pohovořit. Potom se ale opět vrátí k tématu exkurze.

Používání tématu má několik důvodů:

- Pomáhá přírodovědci soustředit se. Z široké škály faktů, které by mohl svému publiku prezentovat, se nyní může soustředit pouze na ty, které podporují vybrané téma.
- Pomáhá mu to exkurzi strukturovat a volit zastávky. Bez tématu se exkurze může změnit v sérii náhodných zastavení bez vzájemné souvislosti.
- Pomáhá účastníkům. Dává jim jasný jednotlívý prvek, nikoliv sérii nesouvisejících faktů. Tím je exkurze zajímavější a zapamatovatelnější.

Používání témat samozřejmě není ničím novým. Klasickým příkladem bývají televizní dokumenty, které sledují řadu různých předmětů nebo oblastí, ale všechny podporují ústřední myšlenku neboli téma. Témata spíše rozvíjejí než omezují možnosti interpretace. Náš přírodovědec by si pro svou exkurzi jistě mohl vybrat z desítek témat a má dostatek materiálu pro celý seriál akcí. Kdyby ale zvolil postup „půjdeme a uvidíme, co uvidíme“, výsledkem by mohla být příjemná a zajímavá procházka, ze které by si ale málokdo odnesl poznání, že „různé rostliny využívají různé strategie jak přilákat hmyz, který je opyluje“. Chcete-li něco účinně sdělit, bez témat se neobejdete. Jejich definování obvykle vyžaduje kus úsilí, ale o tom se více dozvíme v kapitole V.

## 3. Další cíle komunikace

Zatím jsme se soustředili na podstatu interpretace – předávání našeho nadšení pro místo takovým způsobem, abychom zaujali svoje publikum. Přísně vzato všechno ostatní už nepatří do interpretace, ale téměř jistě budete chtít komunikovat s lidmi, abyste dosáhli i jiných cílů. Následuje několik námětů týkajících se toho, co můžete chtít nebo budete muset sdělit svým návštěvníkům.

### Zorientovat

Aby se návštěvníci mohli začít zajímat o to, co jim chcete sdělit, musí se na místě, kde s nimi komunikujete, cítit

jako doma. Zpravidla jim budete chtít povědět, co všechno mohou v místě podnikat, jak se dostanou do zajímavých lokalit a kde jsou důležitá zařízení, jako jsou záchodky nebo občerstvení. Toto platí, ať už pracujete v budově nebo v přírodě. Nezapomeňte, že lidi zajímá, jak dlouho bude konkrétní aktivita trvat nebo například kolik kilometrů (a jakým terénem) mají ujít. Musíte rovněž upozornit na jakákoli bezpečnostní rizika a na lokality, kterým by se návštěvníci měli z bezpečnostních důvodů vyhnout (strže, staveniště, frekventovaná cesta...).

## Informovat

Existuje velký rozdíl mezi interpretací a pouhým podáváním informací (viz I.2 – Provokovat...). Některé návštěvníky budou zajímat pouze fakta. Většinou budou tvořit menší část vašeho publika a to, co potřebují, jim můžete poskytnout levně a jednoduše. Například zapálené milovníky ptactva na pozorovatelně může zajímat, které druhy dnes mohou vidět, některé návštěvníky pivovarů zase zajímá, kolik lahví za hodinu podnik vyprodukuje. Potřeby těchto návštěvníků, kteří často mívají o předmět interpretace zvláštní zájem, můžete uspokojit tabulí na pozorovatelně, kterou budete každý týden aktualizovat, nebo zkopírovanou tabulkou se základními údaji o pivovaru.



*Informace pro návštěvníky nesmí být matoucí*

## Pobavit

Podnikáte-li v oblasti cestovního ruchu, jistě budete chtít, aby vás návštěvníci opouštěli spokojení. Pokud chcete zvýšit počet svých návštěvníků, zkuste zvážit, jak byste mohli návštěvníky v průběhu prohlídky pobavit. To

neznamená, že by interpretace měla být povrchní nebo banální, ale že může být i součástí zábavy.

Někdy, například v případě hraničních zátarasů v Čížově nebo terezínské Malé pevnosti, se jedná o smutná témata, jakými jsou železná opona nebo holocaust. Ale i v tomto případě je třeba citlivě zvolit správnou formu a míru a pamatovat na to, že návštěvníci přicházejí ve svém volném čase a chtějí odpočívat.

## Přesvědčit

Některé organizace mají jasný cíl přesvědčit lidi, aby něco udělali, nebo ovlivnit jejich smýšlení o něčem – vzpomeňme na kořeny interpretace v počátcích amerických národních parků. Český svaz ochránců přírody (ČSOP) bude chtít povzbudit návštěvníky rezervace k šetrnému chování v přírodě a k podpoře ochranných aktivit, kdežto operátor návštěvnického centra atomové elektrárny bude chtít lidem sdělit, jak je vše bezpečné. I tady platí, že je třeba postupovat obezřetně a nezapomínat na to, že některé věci, které považujete za naprosto zřejmé, mohou být pro druhé velmi kontroverzní!

## Vysvětlit

Někdy není možné, aby návštěvníci viděli celou lokalitu, část budovy se opravuje nebo venku právě probíhají zemní práce. Namísto toho, abyste se spokojili s pouhým konstatováním stavu, pokuste se návštěvníkům vysvětlit, co se děje. Když se stavělo nové Museum of Scotland v Edinburghu, národní skotské muzeum nechalo zřídit ve vysokém dřevěném plotu okolo staveniště okna, kterými mohli kolemjdoucí sledovat, co se za plotem děje. Malá tabulka u každého okna vysvětlovala, do jaké fáze práce dospěly. Podobně součástí prohlídky zámku v Uherčicích na Znojemsku byla ukázka postupu restaurátorských prací.

## Propagovat organizaci

Každá organizace, která investuje peníze do vaší interpretace, pravděpodobně bude chtít, aby byl její příspěvek oceněn. Stejně jako v případě přesvědčování i toto je zcela legitimní cíl a pro organizaci může být důležité, aby se o ní vědělo, že podporuje konkrétní lokalitu nebo o ni přímo pečuje. Ostatně stačí pohled na panel



naučné stezky, abyste věděli, který úřad, obec nebo firma projekt podpořily. Je třeba ale postupovat citlivě, aby se z interpretačního panelu nestal reklamní poutač.

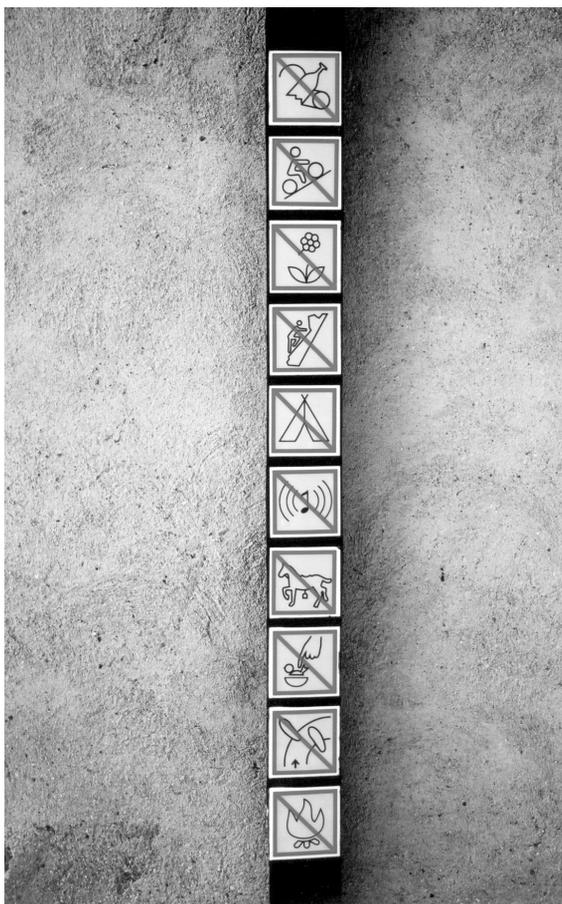
## Ovlivňovat chování

Interpretace je často považována za způsob ovlivňování chování lidí. Lidé mohou být povzbuzováni, aby navštívili konkrétní lokality, možná z komerčních důvodů, mohou být odrazováni od návštěvy jiných míst, například citlivých oblastí přírodní rezervace, nebo chceme dosáhnout toho, aby si odpadky odnesli s sebou domů. I toto jsou legitimní cíle, ale nesmíme zapomenout, že kvůli nim

návštěvníci nepřišli. K ovlivňování lidí je potřeba přistupovat taktně, což znamená znát a naplňovat jejich potřeby a zároveň sdělit, co je třeba.

## Rozvinout místní genius loci

Interpretace většinou nebývá zaměřena na místní obyvatele. Když je ale zapojíte do přemýšlení o tom, co činí jejich místo jedinečným a jak o něm mohou povědět druhým, může jim to pomoci najít nový pocit lokálního patriotismu. U některých projektů interpretace může právě toto představovat hlavní cíl a vlastní výstup může být až druhotný.



*Ovlivňování chování lidí pouze zákazy nemusí být vždy účinné*

## II. Proč interpretaci plánovat?

Tato kapitola zkoumá, co všechno obnáší plánování interpretace. Ať už jste skupinka jednotlivců se společným zájmem o lokalitu či tematiku nebo přemýšlíte o interpretaci nějakého místa v rámci místního spolku, budete potřebovat naplánovat si své kroky.

### 1. Plán interpretace je když...

Plán interpretace je jasně formulovaný dokument, k němuž se můžete vrátit, kdykoli si budete chtít připomenout, co potřebujete udělat, nebo když si nebudete jisti, zda jste se neodchýlili od původního záměru. Plán můžete použít k motivování druhých, aby se s vámi spojili, a můžete ostatním ukázat, že víte, čeho chcete dosáhnout. To je důležité, když budete žádat o finance úřady nebo sponzory – většina jich bude potřebovat vidět, že projekty, o jejichž podporu je žádáte, máte dobře promyšlené a naplánované.

Plánování interpretace vám přinejmenším pomůže zefektivnit komunikaci. Znamená to rovněž, že popřemýšlíte o tom, co se děje kolem vašeho místa, což může

vést k novým zajímavým spojením mezi lokalitami v oblasti a pomůže předejít tomu, aby byl stejný příběh nabízen několikrát dokola. Plány interpretace mohou tvořit součást větších plánů, například ekonomického rozvoje nebo rozvoje cestovního ruchu obce či regionu nebo plánu péče o lokalitu.

Plánování zahrnuje přemýšlení o tom:

- **proč** chcete s návštěvníky komunikovat
- **kdo** jsou návštěvníci
- co dalšího se v **okolí** děje
- jaké je vaše místo, co může nabídnout a **co** o něm chcete povědět
- **jak** a kde to povíte



*Interpretace bohaté historie města, jako je Český Krumlov, vyžaduje plánování. Jen tak mohou jeho jednotlivé příběhy vytvořit smysluplný celek*

## 2. My plán nepotřebujeme!

Taková je často první reakce, která většinou vyplývá z neznalosti a nepochopení. K čemu je plán dobrý? Když projdete procesem jeho vytváření a sepíšete si svá rozhodnutí do souboru jednoznačně formulovaných prohlášení, určitě vám to pomůže:

- Zjistíte totiž, zda je interpretace vašeho předmětu vhodná nebo ne, a jaký stupeň rozvoje si přejete.
- Stanovíte si konkrétní jasné cíle a ujasníte si, proč jste se do projektu pustili. Můžete se k nim vrátit, až přijde okamžik nerozhodnosti.
- Budete vědět, kdo je vaše publikum a – možná ještě potřebněji – kdo není, což vám umožní plánovat svou interpretaci s jasnou představou o lidech a skupinách, které budete oslovovat. Mnoho projektů zklame lidi, kteří je realizují, protože se jim nepovede komunikovat s velkou částí „široké veřejnosti“ nebo protože byly podvědomě určeny, aby zaujaly kolegy odborníky, z nichž ale jen několik patří ke skutečnému publiku. (Asi jste se už setkali s textem v průvodci nebo na panelu, ve kterém jste rozuměli každému pátému slovu. Dočetli jste ho?)
- Promyslíte si, kam chcete směřovat pohyb návštěvníků a kam chcete, aby nechodili, takže můžete ochránit citlivé oblasti.
- Zvážíte, jaká jiná interpretace je ve vaší oblasti nabízena, a naplánujete svou interpretaci tak, aby ji spíše doplňovala než dublovala nebo s ní soupeřila.
- Budete znát svá témata, takže vy, vaše realizační skupina a pomocníci nebudete muset strávit celé dny „lovením“ každého zlomku potenciálně užitečné informace o všech stránkách vašeho místa. Budete rovněž dopředu připraveni na lidi, kteří vám možná budou chtít nabídnout cennou sbírku něčeho, co skutečně nesouvisí s tématy, která chcete prezentovat.
- Vyjasníte si, jaká média jsou vhodná s ohledem na charakter vašeho místa a jeho citlivost, vaše pravděpodobné publikum a jeho očekávané množství, témata, která prezentujete, a zdroje, které dokážete získat. Takto vyzbrojeni byste měli být schopni odradit nebo přesvědčit asertivního člena vaší realizační skupiny, který se nadchl pro poslední výkřik multimediálních show nebo „klasické“ panely.

## 3. Dejte se do práce

Plánování interpretace je proces, ve kterém informace, které seberete, nebo rozhodnutí, která přijmete o jedné záležitosti, ovlivní jiné záležitosti a jiná rozhodnutí. Schéma na následující straně ukazuje, jak vše funguje.

Začněte tím, že si ujasníte důvody, proč chcete interpretaci poskytovat. To ovlivní všechno ostatní. Pak se rozhodněte, pro koho má být interpretace určena a co ve vztahu k vašemu místu chcete interpretovat. Poté můžete kvalifikovaně zvolit nejlepší způsob realizace. Kapitola V vám pomůže propracovat se tímto procesem.

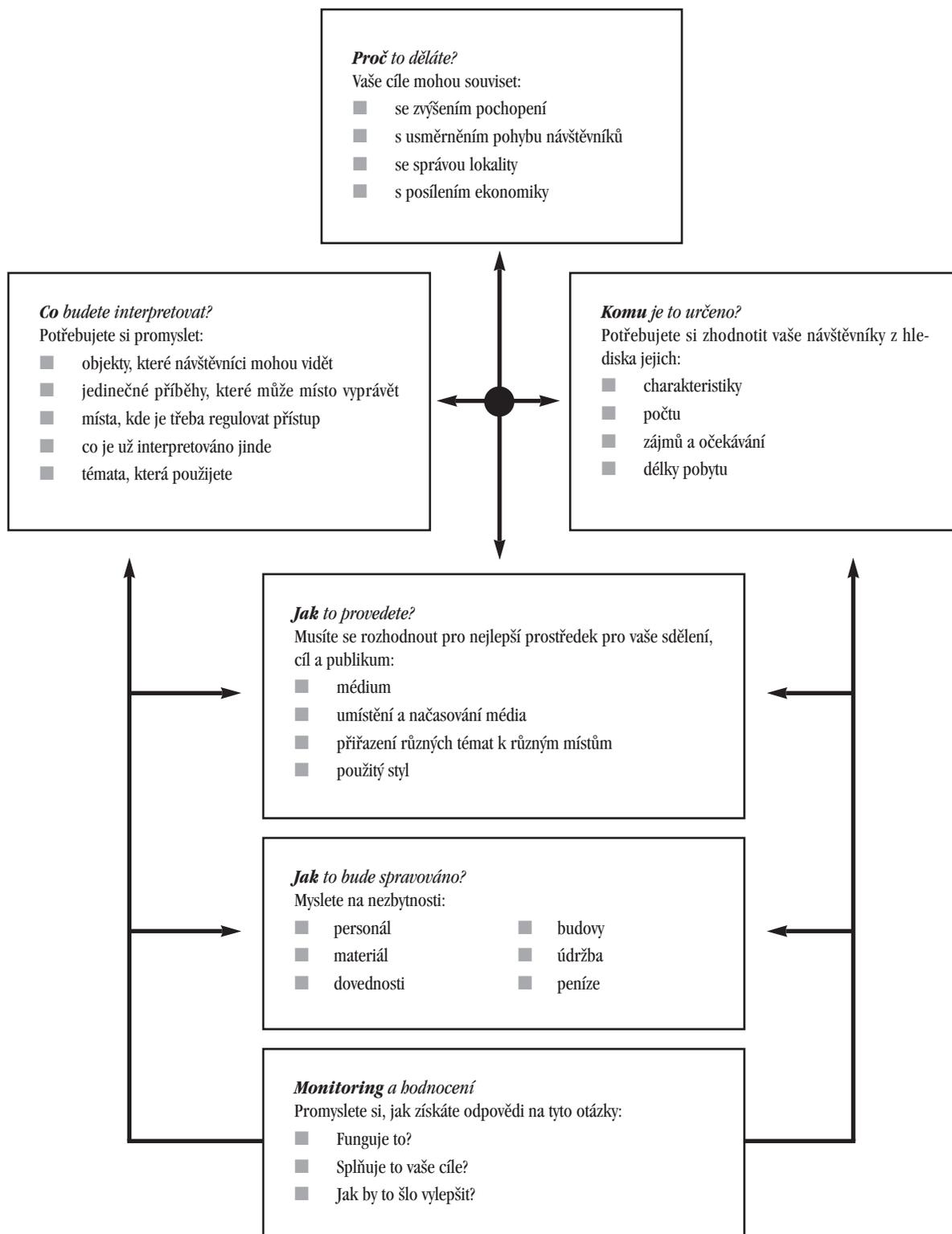
V určitém okamžiku se rovněž budete potřebovat zeptat, zda interpretace funguje tak, jak bylo plánováno, a provést změny potřebné k jejímu zlepšení.

### Logika pomáhá, ale sama nestačí

Schéma možná na první pohled vypadá jako počítačový vývojový diagram, v němž každý krok vede logicky k dalšímu, ale není to úplně pravda. Dobrá interpretace totiž závisí stejnou měrou na logických rozhodnutích jako na vaší tvořivosti a citu. Možná se rozhodnete, že nejlepším médiem pro vaše cíle, vaše publikum a sdělení je prodejná publikace. Avšak aby to skutečně fungovalo, budete potřebovat nějaké svěží nápady na témata, která použijete, cit pro to, co by mohlo vaše publikum zaujmout, a tvůrčí přístup ke ztvárnění publikace.

## Otázky a souvislosti

Plánování interpretace je hledání rovnováhy mezi různými aspekty a otázkami. Toto schéma znázorňuje, jak spolu vzájemně souvisí různé složky interpretace. Do celého procesu tvorby interpretace můžete vstoupit v kterémkoli bodě, ale vždy se musíte ujistit, že vaše odpovědi na otázky v jednom rámečku jsou v souladu se zbytkem. U každé otázky se zamyslete, koho je potřeba k jejímu zodpovězení oslovit.



## Co dělat, když už víme, co chceme dělat?

Mnoho skupin začíná s jasnou představou o tom „co“ interpretovat (viz schéma na předchozí straně). Je docela možné přijít s nejlepším nápadem hned na začátku. Ale dokud si nepromyslíte všechny ostatní otázky (rámečky schématu), nemůžete mít jistotu, že vaše myšlenka skutečně

může fungovat. Vašemu projektu může důkladné promyšlení jenom pomoci. Čas, který věnujete nalezení témat (viz strany 14 a 38–40), se odrazí na zaměřenosti vaší interpretace. Kromě toho samozřejmě každý, koho požádáte o finance, bude očekávat, že máte věci promyšlené a umíte je logicky obhájit.

## 4. Jaký plán?

Některé plány jsou „kuchařkou“ pro další kroky. Stanoví, co je třeba udělat a jak dojít ke stanovenému cíli. Jiné plány mohou být spíše nástrojem k postupnému dosažení shody o cílech, významu lokality, k získání financí nebo jiných zdrojů a k vyjasnění, jak budou finance a pracovní kapacity využity. V kapitole III jsou další podrobnosti o možných typech plánů. Většina plánů interpretace řeší více než jen komunikaci s návštěvníky. Neplánujete jenom kvůli efektivnější komunikaci, zároveň řešíte rozvoj a řízení projektu,

vytváříte plán usměrňování pohybu návštěvníků a finanční program. Vaším dalším cílem může být příspěvek k ochraně přírodního a kulturního dědictví, šetrnému cestovnímu ruchu nebo místnímu rozvoji. Kapitola I o těchto otázkách pojednává podrobněji.

Dobrý plán je veřejným prohlášením vašich úmyslů. Pomůže vám zjistit, kde se nacházíte, kam se chcete dostat a jak se tam dostanete.

## III. Jaký plán?

Tato kapitola vám řekne, že než se pustíte do plánování, musíte se rozhodnout, jaký plán vlastně potřebujete. Může to být obecnější *strategie* nebo *podrobný plán*, který vás dovede až ke konkrétnímu výsledku. Váš plán může zahrnout *vybranou lokalitu* nebo *širší oblast*.

### Kdy je plán ztráta času?

Kdy je zbytečné plánovat? Tehdy, když není co interpretovat. Interpretace má pomáhat návštěvníkům hlouběji poznat zajímavé místo, pochopit tematiku nebo si třeba „jen“ vychutnat pěkný výhled. Pokud ale chybí silný příběh, který byste mohli vyprávět, plánování interpretace nepomůže. Plánování musí být praktická činnost se skutečným přínosem, jinak postrádá smysl a je pouhou ztrátou času.



*Strategie interpretace pro Western Isles (Západní ostrovy) je vodítkem pro rozvoj lokalit jako Castlebay a Barra*

## 1. K čemu je strategie a k čemu podrobný plán?

### Strategie interpretace

Strategie jsou vyjádřením cílů a nástrojem pro získání podpory pro jejich postupné naplňování. Strategie nejsou pracovním programem s podrobným rozpočtem! Strategie určují jasné cíle, ale nezacházejí příliš do detailů. Stanoví rámcově způsob financování a rozpočet, celkové priority, časový horizont a zodpovědnost za řízení. Abyste strategii mohli vytvořit, potřebujete si ujasnit celkovou vizi a přitom nezabřednout do přílišných podrobností.

#### Strategický plán má za cíl:

- vést a koordinovat úsilí všech, kteří se chtějí projektu zúčastnit
- zajistit důsledné pokrytí rozsáhlé oblasti nebo široké tematiky

- vytvořit rámec pro místní nebo dílčí podrobné plány
- zabránit zbytečné práci
- podpořit vzájemně výhodnou spolupráci

Strategický plán je nejlepším způsobem, jak se vyrovnat s rozsáhlou oblastí nebo velkým tématem. Vše zasadí do patřičných souvislostí a všem zúčastněným dá možnost zvážit důsledky. Může nabídnout společný rámec pro spolupráci několika organizací pracujících na svých interpretacích. Nebo naopak může spojit již existující plány a pomoci najít společný postup, který povede k tomu, že se jednotlivé iniciativy budou spíše doplňovat než si konkurovat. Strategie může také poskytnout rámec detailním plánům pro konkrétní lokality nebo témata.

## Projekt strategie interpretace regionu Highlands ve Skotsku

Skotské obce a města se snaží naplánovat interpretaci hlavně tak, aby přilákala a vzdělala návštěvníky. Někdy se pak zdá, že se zapomíná na domácí obyvatele, kteří ale také mohou mít zájem dozvědět se o svém místě více. Projekt strategie interpretace regionu Highlands (The Highlands Interpretive Strategy Project (HISP)) je komunitní program pomáhající místním obyvatelům vytvářet způsoby interpretace, které mohou být stejně tak přínosné pro místní obyvatele jako pro návštěvníky regionu.

Projekt je zdařilým příkladem strategického plánování interpretace. V jeho rámci bylo vytvořeno několik podrobných místních plánů interpretace a série regionálních strategických programů interpretace. Tyto programy poskytují vodítko a nabízejí příležitost ke spolupráci mezi zapojenými úřady a organizacemi. Společně s místními plány mají zajistit komplexní přístup k plánování interpretace v celém regionu Highlands.

## Podrobný plán interpretace

Kdy se hodí podrobný plán interpretace? Tento plán stanoví váš další pracovní program a má poskytnout dostatek informací k tomu, abyste byli schopni koordinovat různé náměty, dokázali je zaměřit jedním směrem a abyste svým záměrům dokázali vdechnout život. Podrobný plán interpretace proto budete potřebovat tehdy, když chystáte jednodušší program nebo se pohybujete v rámci malé oblasti, když se soustředíte na jednu lokalitu nebo jeden projekt v rámci strategického plánu.

### Podrobný plán interpretace má za cíl:

- stanovit jasné cíle a úkoly, které je třeba splnit
- upřesnit témata interpretace, obsah, metody a média (viz kapitoly V a VII)
- odhadnout všechny investiční a provozní náklady, stanovit zdroje financí a příjmů
- upřesnit v rámci dohodnutých priorit harmonogram akcí
- rozdělit zodpovědnost za realizaci, řízení a personál
- dohodnout kritéria, podle kterých poznáte, že váš projekt skutečně funguje (viz kapitolu VI)

*Praktický tip: Když se při plánování dostanete ke stanovování cílů, a zvláště když určujete úkoly, ujistěte se, že jsou realistické (můžete je dosáhnout?) a přijatelné pro všechny zúčastněné (soublasí s nimi všichni?). Na druhou stranu nebuďte zbytečně skromní a stanovte si cíl o trochu výše, než si myslíte, že můžete dosáhnout. Bude vás to motivovat a výsledek bude lepší.*



*Návštěvnické centrum v Calanais vhodně dotváří atmosféru této archeologické lokality*

## 2. Různé plány pro různé situace

Vaše dlouhodobé a krátkodobé cíle budou samozřejmě závislé na tom, jak rozsáhlé jsou vaše plány, nebo na tom, jak vaše práce zapadá do nějakého širšího plánu či strategie. Plány se dají vytvářet na různých úrovních:

- **Regionální plán.** Pravděpodobně bude strategický, je dobré, když pokrývá přirozený region, který znají návštěvníci i místní obyvatelé. Správní celky nebývají příliš vhodné, pokud se ovšem neshodují s přirozenými regiony. Příkladem vhodného regionu může být například Slovácko, které přesahuje do dvou krajů – Jihomoravského a Zlínského. Příkladem ze zahraničí může být oblast Highlands ve Skotsku – viz rámeček na straně 22. V podmínkách České republiky do doby vydání této publikace žádná strategie interpretace pokrývající širší region zpracována nebyla. S rostoucí aktivitou turistických oblastí lze ale očekávat, že takové plány začnou brzy vznikat. Patří totiž k základním prostředkům, které mají zkvalitnit turistickou nabídku regionů.
- **Oblastní nebo místní plán.** Většinou to bývá podrobný plán a týká se menšího území (turistická oblast, mikroregion, okolí vodní nádrže, jedna obec nebo město), které je snadno identifikovatelné návštěvníky i místními obyvateli. Viz rámeček o Plánu interpretace pro West Lochaber na straně 24. V České republice začal vznikat v roce 2003 zatím ojedinělý dlouhodobý plán interpretace pro Adršpašské skály, koordinovaný organizací INEX a správou CHKO Broumovsko. Jiným zajímavým příkladem z České republiky je projekt Slavonické renesanční společnosti „Slavonicko – kouzlo zapomenutého dědictví“ (viz první rámeček na následující straně a podkapitulu VIII.3 – Slavonické kouzlo).

- **Plán lokality** nepotřebuje dlouhý komentář. Jedná se o podrobný dokument pojednávající o existující nebo nové atrakci nebo lokalitě, například stavební památce, památkové nebo přírodní rezervaci. Viz rámeček o plánu v St. Andrews na straně 28.
- **Plán interpretace pro velké město** by měl být strategický s podrobnými plány pro městské části, například Stockbridge v Edinburghu, Starý Aberdeen nebo Merchant City v Glasgowě. Z českých poměrů není podobný plán znám.



Jedním z hlavních výstupů projektu Slavonicko – kouzlo zapomenutého dědictví je Graselova stezka



## Zapomenuté poklady Slavonic a okolí

Občanské sdružení pro kulturní život Slavonická renesanční společnost vzniklo v roce 1996 s cílem tvořit a ovlivňovat kulturní a společenské dění ve Slavonicích a okolí. Společnost se spolu s řadou místních partnerů pustila v roce 2002 do projektu interpretace „Slavonicko – kouzlo zapomenutého dědictví“. Společnost využila plánu interpretace a výsledkem byla celá plejáda aktivit, které spojovala snaha 1. dostat návštěvníky města i mimo historické centrum a nabídnout jim program, aby déle zůstali, 2. interpretovat zapomenuté památky a umožnit místním lidem všech generací lépe poznat svůj kraj, ocenit jeho krásu a chránit ji.

Zdena Chadimová k projektu říká: „Plánování interpretace nám pomohlo pochopit, v čem přesně interpretace spočívá. Potýkali jsme se s velkým množstvím zajímavých témat a plán nám dal vodítko při výběru nosných témat a příběhů. Na celém projektu se podílela řada partnerů a práce na plánu nám umožnila naše snahy sladit. Výstupy projektu jsou velmi kladně hodnoceny, takže to snad funguje...“

Další podrobnosti o tomto projektu najdete v VIII.3 na stranách 77–79.

## Plán interpretace pro West Lochaber

Plán interpretace pro oblast West Lochaberu na západním pobřeží Skotska je příkladem důkladného přístupu k interpretaci rozlehlé oblasti s řídkým osídlením a slabou ekonomikou.

Na základě zmapování názorů místních obyvatel, včetně návštěv škol, byly identifikovány „zdroje místního dědictví“ – místa a objekty, které místní považují za významné. Místní lidé tyto zdroje společnými silami seřadili podle důležitosti, vybrali několik klíčových míst a ta byla poté zhodnocena z hlediska jejich vhodnosti pro interpretaci. Předtím než bylo stanoveno hlavní téma a dílčí témata interpretace, byl také vyhodnocen přírodní a kulturní ráz oblasti, silniční infrastruktura, ubytovací kapacity a zvyklosti stávajících návštěvníků.

Plán byl začleněn do oblastního rámce interpretace (Area Framework for Interpretation), což vytváří podmínky pro jeho realizaci v rámci Akčního plánu cestovního ruchu (Tourism Action Plan) pro oblast Lochaber.

## 3. Co vyžaduje strategie interpretace?

Držte se hlavních zásad a úkolů. **Vždy mějte na paměti, že hlavním posláním strategie je dát celkový rámec, nikoli stanovit podrobný postup.**

Strategie interpretace by měla obsahovat:

- hlavní cíl – čeho chcete dosáhnout – definice poslání
- dílčí cíle – proč a pro koho toho chcete dosáhnout
- navrhovaný mechanismus – jak a kde byste svého cíle mohli dosáhnout
- návrh rozpočtu a způsobu financování – kdo by to mohl financovat
- priority a harmonogram – kdy doufáte, že vše proběhne, a co by mělo proběhnout v první řadě
- způsob organizace – jak by vše mělo být nejlépe řízeno a kdo udělá co pro to, aby se věci hýbaly kupředu a záměry nezůstaly jen na papíře

## 4. Co vyžaduje podrobný plán interpretace?

Žádná konečná a jediné správná pravidla toho, co by měl plán interpretace obsahovat, neexistují. Jeho obsah bude záležet na tom, čeho budete chtít s jeho pomocí dosáhnout. Následující odstavce vám pomohou představit si, co byste do svého plánu mohli zahrnout.

### Dlouhodobé a krátkodobé cíle

Váš *dlouhodobý cíl* by měl odrážet vaše touhy a očekávání. Stůjte nohama pevně na zemi, ale nebojte se snít! Vaším dlouhodobým cílem může být například zvýšení obecného povědomí o slavném rodákovi, jeho přínosu lékařské vědě (umění nebo budování železnice) a o tom, jak a čím si získal věhlas. Nebo můžete chtít prostřednictvím interpretace přispět ke zvýšení zájmu o ochranu velmi cenné místní přírodní lokality.

Vaše *krátkodobé cíle* by měly zdůvodnit plán, jeho různé výstupy nebo změny, kterých chcete dosáhnout. Z krátkodobých cílů by měly jasně vyplynout následné úkoly. Takovým krátkodobým cílem může být využití plánu interpretace ke stmelení místní komunity, k prodloužení délky pobytu návštěvníků vaší oblasti nebo ke zlepšení prostředí v obci. Jako úkol si můžete stanovit například zvýšení počtu domácích, kteří se účastní místních akcí, zvýšení počtu návštěvníků nocujících v oblasti či dotazujících se v místním informačním centru.

### Publikum

Definujte si své publikum. Zvažte rozdíly mezi denními návštěvníky a těmi, kteří zůstávají déle, místními lidmi, dětmi a lidmi se speciálním zájmem či potřebami (viz V.3 – Komu...).

### Zdroje interpretace

Nezapomeňte na provedení inventury zdrojů (míst, budov, událostí, zajímavostí, výrob, osobností...), které

chcete interpretovat (viz V.2 – Co...). Měli byste si sepsat všechny věci, které činí vaše místo významným, důležitým nebo zajímavým. Měli byste si říci všechny důvody, proč by jednotlivé zajímavosti měly být atraktivně představeny návštěvníkům a jak se mohou vztaho-



*Nezapomínejte, že věci, které vy považujete za všední, např. JE Dukovany, mohou být pro návštěvníky neobvyklé a impozantní*

vat k osobním zkušenostem návštěvníků – do jaké míry je mají šanci oslovit.

### Hlavní cíle interpretace a téma

Cíle interpretace a cíle celého plánu jsou dvě rozdílné věci. Cíle interpretace definují to, co chcete, aby lidé pochopili, dělali a cítili ve vztahu k místu, které jim budete interpretovat (další podrobnosti v kapitolách V a VI). Plán musí rovněž obsahovat téma nebo témata interpretace, která si definujete. Ukažte, jakým sdělením chcete lidi oslovit, zaujmout, jak chcete interpretaci udržet „pohromadě“. K cíli interpretace a tématu se budete neustále vracet při samotné realizaci. Věnujte proto dostatečnou pozornost jejich definování a dosažení shody v realizačním týmu.

## Metody interpretace

Když dva dělají totéž, není to totéž. Jakými prostředky budete s návštěvníky komunikovat? Jak jim chcete své sdělení srozumitelně a jasně předat? Jaká zvolíte média k oživení interpretace – jakou roli v tom budou hrát lidé? (Viz kapitoly IV, V a VII.) Interpretace je komunikací mezi lidmi, proto bude výběr metod a způsobu interpretace záležet do velké míry na zkušenostech a představitivosti členů realizačního týmu.

## Koho zapojíte?

Do plánu můžete zaznamenat své konzultanty a spojence. Zahrňte každého, koho budete potřebovat kontaktovat kvůli informacím, spolupráci, podpoře a schvalování (viz kapitolu IV).

## Jak budete všechno řídit?

Rozhodněte se, jaké jsou vaše priority, a podle nich si stanovte harmonogram. Ukažte, co je třeba vykonat a dokdy, pokud má být plán úspěšný, a co dalšího by se dalo udělat posléze. Načrtněte harmonogram realizace. Sladte jej s financemi a možnostmi řízení.

Nezapomeňte zahrnout postupy sledování a hodnocení efektivnosti interpretace,

jejichž pomocí chcete fungování interpretace monitorovat (viz kapitolu VI).

Budete muset definovat organizační strukturu a stanovit, kdo bude zodpovídat za politická rozhodnutí, celkový směr, realizaci, průběžné řízení a údržbu a za personální zabezpečení projektu.

## Vaše náklady

Budete potřebovat odhadnout celkové náklady na projekt. Zahrňte sem startovní (investiční) náklady, všechny provozní náklady a rozumný odhad příjmů, které lze získat.



*Mládež může stejně tak být zapojena do plánování a realizace interpretace, jako využívat její výstupy*

## Případová studie: Místní plán interpretace farnosti Abernethy

V souladu s Projektem strategie interpretace Skotské vysočiny zpracovala zdejší občanka Elspeth Grant na zakázku místní plán interpretace pro farnost Abernethy, jež se rozprostírá mezi Badenochem a Strathspey.

Komunitní iniciativa, jež se nyní nazývá „Objevte Abernethy“, zaznamenává a interpretuje kulturní dědictví oblasti a její jedinečný těsný vztah k okolnímu borovému lesu. Klade si za cíl také rozšířit možnosti rekreace, soustředit pozornost a usnadnit orientaci návštěvníků a zlepšit pochopení tradičních způsobů hospodaření na půdě.

V roce 1997 z projektu vznikla společnost, která od té doby vytvořila síť 35 km lesních pěšin, terénní informační systém, letáky k vycházkám, parkoviště a stezku pro handicapované, vedoucí podél řeky Nethy. Síť „Objevte Abernethy“ v obecním domě nabízí návštěvníkům i místním informace, výstavy, koutek s posezením, knihovničku a výstavy dětských prací. Přes sezonu tady funguje průvodce, který rovněž provází výpravy na vycházkách.

Na pokrytí provozních nákladů, které zahrnují každoroční údržbu stezek, provozní náklady budovy a řízení projektu, byl ustaven fond. Peníze jsou získávány prostřednictvím prodeje letáků k vycházkám, pokladniček na dary, organizování plesů a podobných akcí.

## Případová studie: Vizovice – Distillery land

Exkurze po továrnách a jiných výrobních představují vedle provádění po hradech a zámcích nejrozšířenější formu osobní interpretace v České republice. Byly velice rozšířené před rokem 1989 a po období určitého útlumu zažívají znovu rozmach, protože firmy v nich vidí relativně jednoduchý a přitom účinný způsob vlastní prezentace a podpory prodeje vlastních výrobků.

Zajímavým příkladem je Distillery land, exkurzní trasa v jedné z neznámějších českých likérek firmy Rudolf Jelínek, a.s., ve Vizovicích. Tato trasa byla zprovozněna firmou za podpory programu Sapard a seznamuje návštěvníky s historií i současností výroby ovocných destilátů ve firmě Rudolf Jelínek v kontextu celého Valašska.

Okruh začíná promítáním krátkého filmu, následně je možné se na trase vedené likérkou seznámit prostřednictvím osobní interpretace a panelů se základy výroby lihovin. Trasa končí v podnikové prodejně ochutnávkou, je zde možné si také zakoupit výrobky a suvenýry včetně několika tiskovin.

## 5. K čemu jsou konzultanti interpretace

Pokud nechcete, abyste veškeré problémy spojené s plánováním řešili sami, můžete si přizvat na pomoc konzultanta interpretace. Spolupráce s ním může probíhat na mnoha různých úrovních. Možná budete jen chtít prodiskutovat svůj přístup k projektu a použítou metodiku a díky profesionálnímu vedení konzultanta nabýt potřebnou jistotu. Nebo naopak můžete chtít, aby konzultant připravil celkový rámec, do kterého vy vložíte místní

znalosti o konkrétních lokalitách a tématech a sami si zvolíte prostředky vhodné pro vaši situaci. Jinou možností je, že konzultant vytvoří v rámci série konzultací s vámi a s komunitou celý plán, a na vás a místní komunitě zůstane jeho realizace. Ať už zvolíte kteroukoli cestu, musíte stanovit body jednání a připravit jasné vstupní informace.

*Praktický tip: S vyhledáním konzultanta vám v našich podmínkách může pomoci například Nadace Partnerství, která v minulých letech vyškolila skupinu konzultantů interpretace.*

## 6. Jak plánování interpretace navazuje na další iniciativy?

Interpretace je prostředek, nikoli cíl (a o jejím plánování to platí dvojnásob!). Dobrá interpretace může pomoci usměrnit pohyb návštěvníků, přispět k ochraně místního dědictví, místnímu rozvoji ekonomiky, vzdělávání, lokálnímu patriotismu apod. Váš projekt interpretace by neměl zůstat osamocený a všude, kde je to možné, byste svůj plán interpretace měli začlenit do jiných aktivit a iniciativ. Tím můžete jednak přispět k jejich úspěchu, ale zároveň také z nich něco získat pro svůj záměr.

### Plánování interpretace a vlastní interpretace by měly:

- mít společné cíle, orientovat se na stejné trhy, vyzdvihovat stejná témata a využívat mechanismy definované marketingovým (rozvojovým) plánem lokality, oblasti nebo regionu a tím zajistit jednotnost předávaného sdělení

- být nedílnou součástí strategických iniciativ v oblasti rozvoje a propagace cestovního ruchu
- být propojeny s plánováním, rozvojem a provozem komerčních atrakcí v oblasti místního dědictví

### Plánování interpretace a vlastní interpretace mohou rovněž přispět:

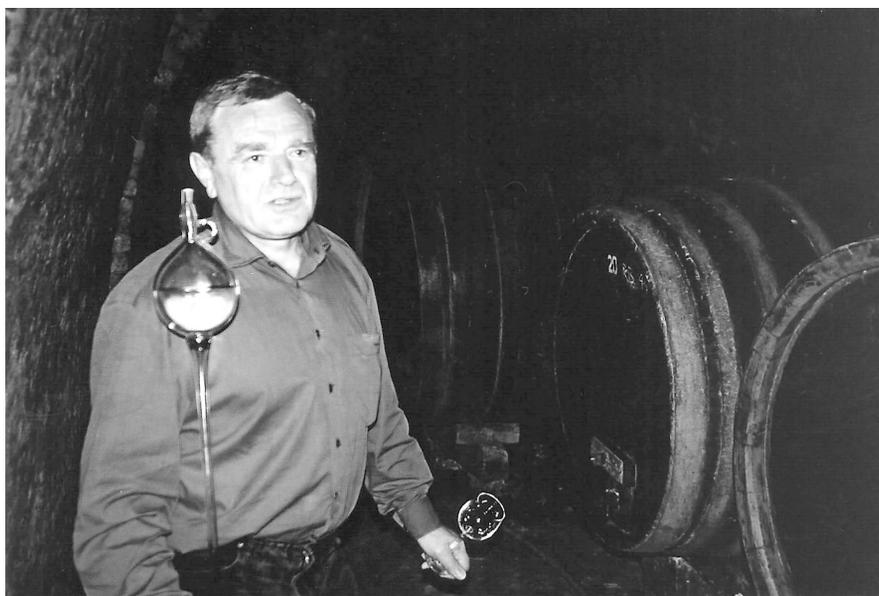
- ke školní výuce, osvětě a celoživotnímu vzdělávání v nejrůznějších oblastech (od ekologické výchovy po archeologii)
- k rozvoji rekreace a umění na místní i regionální úrovni
- k ekonomickému rozvoji oblasti prostřednictvím zvýšeného cestovního ruchu, tvorby nových pracovních příležitostí a zlepšeného životního prostředí
- k rozvoji strategického a územního plánování rozšířením úhlu pohledu a vnesením tematického přístupu
- k obnově urbanizovaného nebo přírodního prostředí
- k usměrnění pohybu a chování návštěvníků v daném území

### Plán interpretace a řízení návštěvníků v St. Andrews

Historický St. Andrews je živé 15-tisícové městečko, které je ale často zaplaveno návštěvníky pobřeží a milovníky golfu. Několik úřadů zadalo konsorciu konzultantů zpracování podrobného plánu interpretace, v němž šlo v první řadě o zlepšení řízení pohybu návštěvníků. Cílem bylo podnítit návštěvníky k tomu, aby se více pohybovali po městě a okolí, objevili nové stránky St. Andrews a samozřejmě zůstali déle a utratili více.

Program řízení cestovního ruchu následně realizoval mnohá doporučení, která tvoří těsně provázaný přístup spojující marketing, turistické informační služby a interpretaci. Nová netradiční série orientačních bodů je podpořena zvláště pro tento účel vytvořenou mapou, novými letáky, řadou panelů, vycházkami s průvodci a „oživenou historií“.

St. Andrews je nyní součástí Partnerství EU pro šetrný cestovní ruch (EU Partnership for Sustainable Tourism) a používá svůj plán interpretace a řízení návštěvníků jako funkční příklad ověřeného přístupu.



*Zapojení poskytovatelů služeb do interpretace může být velmi důležité pro oslovení konkrétních cílových skupin návštěvníků*

## IV. Práce s druhými

V první a druhé kapitole jsme diskutovali o tom, co je interpretace a jaký užitek přináší její plánování. Předchozí kapitola naznačila, že existují rozdílné přístupy k plánování. V této kapitole chceme diskutovat ústřední bod veškeré interpretace, kterým je práce s lidmi. Lidé „fungují“ jako vysílače i přijímače poselství interpretace. Vztah mezi lidmi a místy, kde žijí, často určuje i poselství, které prostřednictvím interpretace sdělují. Tuto kapitolu budeme věnovat skutečnosti, že také vytváření plánu interpretace znamená intenzivní práci s lidmi. Řekneme si, co je třeba v této souvislosti promyslet a na co nezapomenout. Tato kapitola například radí, jak aktivně zapojit místní občany a úřady do tvorby plánu, který může získat všeobecnou podporu. Pravděpodobně máte zájem o interpretaci a vzali jste na sebe břemeno uvést plán do pohybu. Podle toho, zda jste sami členy komunity nebo zda zastupujete úřad či agenturu, se bude lišit váš přístup k práci s druhými. V textu kapitoly najdete informace užitečné v obou případech.

### Na koho nezapomenout?

Pokud má mít plán dostatečně silnou podporu, aby mohl být úspěšně realizován, budete potřebovat pracovat s širokým okruhem lidí. Nebudou mezi nimi chybět:

- zástupci *úřadů* do jejichž kompetence spadá vaše práce a jejichž zdroje ji možná mohou financovat; k příkladům patří obecní, městské a krajské úřady, ale také Správa chráněných krajinných oblastí ČR, Agentura ochrany přírody a krajiny ČR, Národní památkový ústav apod.
- zástupci *dobrovolných skupin* a společností zajišťujících se o vaši oblast nebo o obor, který chcete interpretovat (vlastivědný spolek, Český svaz ochránců přírody apod.)
- zástupci *komunit* v oblasti; pod tento pojem zahrnujeme skupiny se společným zájmem (například rybáři, hoteliéři) stejně jako místní obyvatele
- *jednotlivci*, včetně odborníků na konkrétní tematiku, vlastníků pozemků a podnikatelů

### Co získáte, když se to povede?

Práce s místní komunitou a s různými úřady při tvorbě plánu interpretace není vždy snadná a může to být pomalý a frustrující proces. Je ale důležitá. Úspěšná spolupráce s vaší komunitou znamená úspěch:

- Místní obyvatelé se cítí částečně spoluvlastníky plánu, a než by proti němu vystupovali, spíše jej podpoří.
- Plán a jeho výsledky budou dlouhodobě perspektivnější. Lidé budou mít větší zájem na tom, aby jejich práce pokračovala a dále se rozvíjela.
- Interpretace může těžit z již existujícího obrovského množství místních znalostí a dovedností.
- Plán může přispět k rozvoji komunity. Lidé se mohou díky vlastnímu zapojení cítit spokojenější a budou mít příležitost získat nové dovednosti.



*Zapojte do plánování interpretace co nejširší okruh spolupracovníků: je to běh na dlouhou trať*

## 1. Práce s komunitami

### Existují dvě zásadní pravidla pro práci s komunitami:

1. Pozvěte tolik skupin a jednotlivců, kolik se může zúčastnit.
2. Zajistěte, aby lidé chápali, jaký smysl má jejich účast.

Zapojení veřejnosti, které je jen formální, vede k rozmrzelosti, k apatii a diskredituje vaše snahy v očích veřejnosti („oni vůbec nevědí, co chtějí...“).

### Na nikoho nezapomenout!

Všechny skupiny v komunitě, zejména všichni ti, kdo poskytují interpretaci soukromě i v rámci veřejných institucí, a všichni, kdo budou pravděpodobně požádáni o finanční podporu, musí být součástí procesu. Pokud kohokoliv z těchto klíčových hráčů budete ignorovat nebo se vám nepovede jej zapojit, není to sice katastrofa, ale může vám to později způsobit problémy. Pokud můžete, předejděte jim, i tak budete mít práce až nad hlavu!



*Největší počet lidí v komunitě lze často kontaktovat v obchodech*

Je pro vás mnohem lepší lidi zapojit, než je vydělovat, a to bez ohledu na místní třenicí nebo váš osobní dojem, že jsou pro váš účel okrajoví. Možná znáte lidi, kteří už jsou vlivní a v komunitě aktivní. To jsou klíčoví hráči. Zapojte je, jak jen můžete, a pomozte jim, aby cítili, že se jedná o jejich proces. Mluvte řečí, které lidi rozumí. Lidem, kteří mají ekonomický vliv, dejte ekonomické zdůvodnění toho, co děláte.

*Praktický tip: Hned na začátku si přesně ujasněte, jaké jsou majetkoprávní vztahy v lokalitě, kterou chcete interpretovat. Věnujte maximální úsilí komunikaci s vlastníky, správci a nájemci lokality. Pokud se vám nepodaří získat jejich zájem hned od počátku, kdy jsou obrysy vlastní interpretace ještě mlhavé, oslovte je znovu v okamžiku, kdy jim můžete prezentovat konkrétnější představy, v každém případě však dříve, než se pustíte do realizace svých záměrů! Rozhodně se nespokojte s tím, že jste své záměry těmto lidem nebo institucím poslali a oni nezareagovali. Mlčení většinou neznamená souhlas!*

### Vysvětlovat, mluvit česky, poslouchat...

Lidé jsou zpravidla opatrní při přijímání nových myšlenek a přístupů. To nejlepší, co můžete udělat, je strávit nějaký čas vysvětlováním a přesvědčováním, že jim tento plánovací postup může něco přinést. Hlavně jde o to, aby pochopili, že plánování není zbytečná ztráta času, ale naopak, že čas i práci do budoucna šetří. Přesvědčování není snadné, pomáhají příklady, hlavně ale pomáhá vaše vlastní přesvědčení o správnosti této cesty, pocho-

pení smyslu celého procesu a vaše renomé. Obvykle je nutné věci vysvětlovat několikrát, postupně.

Je vhodné vyhnout se používání odborných termínů, jako je vlastně i pojem „interpretace“, „cílová skupina“, „medium“ apod. Možná časem, až budete se stejnou skupinou pracovat na třetím projektu, začnete tyto termíny používat zcela přirozeně, ale teď nesmíte zapomenout na to, že celý proces plánování bude pro mnoho lidí z vaší skupiny nová zkušenost a komplikovat ji ještě

nesrozumitelnou hantýrkou – to nemůže dopadnout dobře...

Někdy se přes vaši veškerou snahu stane, že skupiny nebo jednotlivci, kteří by měli být zapojeni, zůstanou stát mimo. Tak už to v komunitách většinou chodí. Často to nemá nic společného s vaším plánem nebo se samotným procesem, ale důvodem jsou například minulé „křivdy“ nebo vlastní skryté cíle. Říďte se radou „nikdy není pozdě“! Je rozhodně lepší zapojit zpočátku opomenuté lidi o něco později, než vůbec.

Je dobré si také uvědomit, že vztah komunity k vlastnímu dědictví i vztahy uvnitř komunity se dlouhodobě vyvíjejí a vy do nich vždy vstupujete v určité fázi. Čím více se o minulosti komunity dozvíte, tím rychleji se zorientujete a tím lépe budete schopni pochopit, když lidé občas udělají nebo řeknou něco na první pohled nepochopitelného.

### Kde jsou ti aktivní?

Realita práce s komunitou bývá taková, že aktivně se zapojí jen velmi málo lidí. Lidé bývají zcela vytíženi svým

vlastním životem a většinou rádi nechávají věci na druhých. Probouzejí se pouze tehdy, pokud se jich konkrétní návrhy bezprostředně dotýkají. Mohlo by se tedy zdát, že snaha o zapojení veřejnosti je zbytečná – „lidi nemají o nic zájem“, „stejně přijdou zas ti stejní“ apod. Pokud ale veřejnost neoslovíte, nedáte každému v komunitě možnost přispět, zapojit se. A nezapomeňte, že nové tváře se objevují a právě ten váš projekt by je mohl oslovit.

### A co vy?

Jedním z klíčových hráčů v celé této hře – jste vy! Pokud přicházíte z jiné části země, i to může mít vliv na to, jak ochotně budou lidé přijímat vaše myšlenky. Pokud zastupujete místní zastupitelstvo nebo statutární úřad, může být reakce lidí značně ovlivněna jejich předchozí zkušeností s organizací, kterou reprezentujete. Setkáte-li se tedy na úvod s tvrdou kritikou za něco, co jste nezpůsobili, neztrácejte hlavu. Nemá to nic společného s vaší osobou: je to prostě jen další aspekt fungování komunity. Jediný způsob, jak se s tím vypořádat, je být trpělivý, hodně naslouchat a přistupovat k lidem čestně a otevřeně. Pokud vytrváte, výsledky se dostaví.

## 2. Práce s úřady a agenturami

### Práce s úřady je důležitá, protože:

- pro vytvoření rozumného plánu budete potřebovat znalosti a zkušenosti statutárních orgánů
- mnoho projektů bude před realizací vyžadovat schválení zastupitelstvem a jinými orgány
- úřady a agentury mívají dobrý přehled o dění na regionální úrovni

### Jak na to?

Zjistěte si, za co jsou místní úřady a agentury zodpovědné. Čím méně budete mrhat časem úředníků (případně volených zástupců), tím větší bude vaše šance, že

budou vašim myšlenkám nakloněni. Přátelštější přijetí můžete rovněž očekávat, pokud dokážete poskytnout stručný nástin vašich záměrů a způsobů, jakými se domníváte, že vám ten který úřad může pomoci.

Úřady se plně zapojí jen tehdy, když uvidí oprávněnost vašeho přístupu a pokud vaše návrhy spadají do jejich sféry činnosti a kompetence. Oblasti, za které mají zodpovědnost jednotliví pracovníci každého úřadu, například Správy CHKO, kraje apod., jsou mnohem širší než vaše obec, takže budete muset vhodně prodat své myšlenky. Pokuste se vytvořit si kontakt s úředníkem, který se přímo zabývá vaší oblastí, a jasně formulujte, jak vaše návrhy zapadají do jejich práce.



## Iniciativy úřadů

Impuls pro vytvoření plánu často vzejde z úřadu či agentury a další úřady se do procesu postupně zapojí. Tyto plány se mohou týkat pozemků nebo budov, které má úřad či agentura ve vlastnictví nebo ve správě. Plány založené na tomto přístupu často běží podle harmonogramu, který zapojení místní komunity znesnadňuje (schůzky v pracovní době apod.). Výsledkem bývá spíše klasický úřední přístup „shora dolů“ než rozvíjení projektů komunity směrem nahoru.

Jak se zachovat? Buďte tady otevření stejně jako na úrovni komunity. Konzultace s komunitou jsou i nadále

velmi důležité, protože zdroje kulturního a přírodního dědictví (přírodní lokality, památkové budovy apod.), které úřady či agentury chtějí interpretovat, komunita obvykle považuje za své. Pokud tento fakt opomenete, můžete v budoucnu očekávat ze strany komunity nedůvěru a problémy. **Proto najděte jakékoli mechanismy, abyste mohli komunitu informovat o tom, co se děje, a získejte komentář jejích zástupců, a to i v případě, kdy nebudete schopni ustavit plnohodnotný proces zapojení místní veřejnosti.** Jednejte osobně a vždy se ujistěte, že zástupci komunity (např. obecního úřadu) chápou vaše záměry. Nespoléhejte na písemný styk nebo na pořekadlo „mlčení znamená souhlas“.

## 3. Pracovní struktury

### Plánovací skupina . . .

Budete potřebovat ustavit plánovací skupinu. Uvnitř ní se bude rozvíjet celý proces, její členové by měli postupně dojít k podobnému chápání smyslu interpretace a jejího plánování a k pocitu společného vlastnictví jeho výstupů. Každý ve skupině musí vědět, proč se plán interpretace tvoří, odkud vzešla iniciativa a jak se tento plán vztahuje k jeho vlastním konkrétním zájmům. Stojí za to tyto věci dostatečně prodiskutovat předtím, než se všichni do procesu plně zapojí.

### . . . potřebuje hlavu . . .

Skupina bude nejlépe fungovat, pokud ji někdo povede. Tento člověk nemusí chápat celkovou situaci do všech detailů, ale musí být vnímán jako nestranný a rozumný. Bez dobrého vedení může být fungování skupiny složité, protože každý zúčastněný do ní přinese určitou míru osobní zaujatosti a vlastních zájmů. Když budete hledat vhodného člověka, zkuste se porozhlédnout po již fungujících skupinách, jako je například zastupitelstvo. Samozřejmě nezapomínejte, že vstupujete na pole, kde více věcí nevidíte než vidíte, a že existující skupinové třenice mohou bublat pod povrchem.



*Informace od odborníků budou pro vás úvodní průzkum neocenitelné*

## ...i ruce

Pro řešení jednotlivých úkolů oslovte jednotlivce nebo ustavte podskupiny z lidí, kteří mají potřebné dovednosti nebo se o problematiku zvláště zajímají. Připomeňte jim ale, že jejich dílo je pouze součástí celého procesu.

Jejich práce může být „rozřezána“ a rozebrána kolektivním rozhodnutím skupiny a každý to musí akceptovat. Zvláště odborníci v určitém oboru (např. zoolog, historik, architekt) tuto skutečnost mohou nést velmi těžce, proto je dobré pobavit se o této věci otevřeně předem.

### Šest tipů pro práci s komunitou

- Získejte cit pro komunitu – vstupte do ní s otevřenými očima i myslí. Budou se tady odehrávat věci, o kterých nebudete vědět, a některé části komunity mohou plán využít k dosažení vlastních cílů, které se od vašich mohou lišit. Buďte otevření a snažte se budovat důvěru mezi skupinami a úřady.
- Definujte jasně, čeho plán může dosáhnout. Nevyřeší všechny problémy světa – zaměstnanost, bydlení nebo vlastnictví pozemků nelze aktivně řešit plánem interpretace, ale plán může napomoci rozvinout větší pocit kolektivního vlastnictví kulturních, historických a přírodních zdrojů komunity. Výstupem dobře strukturovaného procesu plánování může být větší víra komunity ve schopnost ovlivnit vlastní budoucnost.
- Ujistěte se, že všichni zúčastnění mají jasno v tom, co chtějí v rámci plánování a realizace interpretace získat. Když požádáte každého hráče, aby zformuloval, co doufá, že získá, pomůže vám to stanovit společné cíle, které všichni mohou podpořit. Obtíže se mohou vyskytnout v případě, že se střetnou názory na ochranu lokality nebo památky a na její ekonomické využití. Snažte se udržet dialog o těchto otázkách otevřený a budujte důvěru a pochopení.
- Povzbuzujte lidi k tomu, aby se prakticky zapojili do tvorby plánu. Využívejte jejich dovednosti k práci na konkrétních dílčích úkolech. To jim umožní aktivně se zúčastnit procesu a získat vztah k jeho výstupu. Takto můžete oslovit mnoho lidí, pro něž jsou obecné diskuse příliš abstraktní a nezajímavé, kteří ale mohou být velmi platní při praktickém plánování.
- Udržujte informovanost ve všech stádiích procesu tvorby plánu. Možná budete schopni každé dva měsíce vytvořit stručný bulletin. Pokud lidé nevědí, co se děje, rychle ztrácejí zájem.
- Přemýšlejte o zajištění dopravy nebo aspoň o proplacení cestovních nákladů lidem, kteří se setkání účastní, zvláště pokud projekt realizujete v rozlehlých oblastech.

## 4. Plánování se nedá uspěchat

Při tvorbě harmonogramu si ponechte dostatek času jak na vypracování plánu, tak na jeho následnou realizaci. Pokud budete spěchat, časová omezení vás donutí k „ořezání“ projektu, opomenete důležité kontakty a přeskočíte potřebné diskuse. Všechny tyto nedůslednosti mohou způsobit zablokování procesu a vyústit v nepovedený výstup, který nebude splňovat cíle klíčových hráčů.

Vzhledem k tomu, jak moc se různé plány interpretace liší co do rozsahu a složitosti, je obtížné říci, kolik je na ně „průměrně“ potřeba času. V každém případě ale

počítejte na práci s komunitou nejméně tři měsíce. Na předběžné rozhovory s klíčovými úřady a skupinami budete potřebovat možná měsíc. V konečné fázi procesu zase nechejte dostatek času – aspoň dva měsíce – všem zúčastněným, aby se mohli vyjádřit k návrhům předtím, než bude plán uzavřen.

Pro hrubý odhad by vám mělo stačit, že pokud budete chtít zapojit komunitu a všechny významné skupiny do procesu, budete na vytvoření rozumného plánu potřebovat minimálně šest měsíců. V odlehlých a málo zalidněných oblastech všechno může trvat ještě o něco déle.

## 5. Po dokončení plánu vlastní práce začíná

Spolupráce s lidmi okamžikem dokončení plánu nekončí. Vaším cílem není vytvořit plán, ale konkrétní interpretaci! Jak se budete blížit ukončení procesu plánování, pouvažujte o tom, jak udržet tempo a zajistit, aby plán byl využíván jako pracovní dokument, který skutečně vede a usměrňuje to, co probíhá v reálu.

Možná budete potřebovat vytvořit pracovní skupinu, která bude projekt udržovat v chodu. Ta nemusí zahrnovat všechny, kteří se účastnili na přípravě plánu, ale měla by zastupovat jednotlivce a instituce, které budou nej-

více zajímat praktické výstupy nebo jimi budou nějak dotčeni – a to jak pozitivně, tak případně negativně. Tato pracovní skupina má velmi důležitý úkol, protože musí dohlížet na to, aby realizované projekty spíše odrážely rozhodnutí učiněná v plánu, než aby jejich realizace probíhala stylem „ad hoc“. Samozřejmě že musí existovat určitá míra volnosti, aby bylo možné reagovat na reálnou situaci při realizaci projektu, ale plán musí poskytovat záchytný bod, abyste se mohli ujistit o tom, že co děláte, skutečně naplňuje dříve určené potřeby.

### Plán pro Nairn

Program řízení cestovního ruchu v Nairn spravuje skupina dvanácti veřejných, soukromých, obecních a dobrovolných organizací. Tato koalice vytvořila Pracovní skupinu pro interpretaci, aby realizovala plán interpretace připravený konzultanty v roce 1994. Plán vytyčil jasné cíle a definoval téma „Minulost a budoucnost oblasti Nairn je příběhem jejího vztahu k moři“.

Pracovní skupina dokázala vytvořit balík realizačních projektů financovaný z evropských zdrojů a do konce roku 1996 většina prvků doporučených plánem (letáky, panely, vybavení pro tematickou hru, omezení změní směrovek a tabulek apod.) spatřila světlo světa. Skupina se stále schází a je zapojena do hodnocení a podpory posledního prvku plánu – návrhu soukromého operátora na postavení návštěvnického centra, které bude zahrnovat místní muzeum a turistické informační centrum.

## V. Sestavování plánu

Tato kapitola se zabývá tím, co potřebujete udělat, abyste vytvořili plán interpretace. Jak jsme již předeslali, individuální požadavky se budou lišit podle typu plánu, který potřebujete, podle toho, k čemu plán budete chtít použít, a v závislosti na tom, kdo se plánování zúčastní (viz kapitoly III a IV). Existuje však několik otázek, které tvoří základ každého plánu. Jejich zodpovězení vám pomůže vytvořit lepší interpretaci, jiným lidem umožní pochopit vaše záměry a vám pak usnadní získání podpory pro vaše projekty.

### Klíčové otázky

Abyste mohli sestavit dobrý plán interpretace, musíte si odpovědět především na tyto otázky:

- Proč chcete interpretaci zajistit?
- Co budete interpretovat?
- Pro koho?
- Jak budete interpretovat?

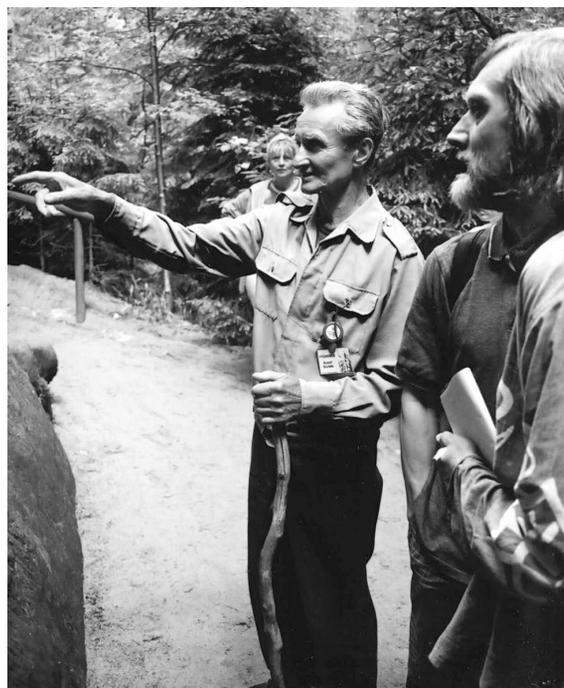
- Kdo bude interpretaci vlastnit a zajistí, že je řádně udržována a poskytována?
- Jak zjistíte, zda jste dosáhli cíle?

Jak znázorňuje schéma na straně 19, tyto otázky spolu vzájemně úzce souvisejí. Zmíněné schéma vám může pomoci při četbě této kapitoly.

### 1. Proč se chcete do interpretace pustit?

Ze všech otázek je tato vůbec nejdůležitější a měli byste si ji zodpovědět jako první. Interpretace může být součástí péče o přírodní a kulturní dědictví, může zapadat do turistických nebo komunitních programů. Zásadou je, že se všichni zúčastnění musejí dohodnout na tom, k čemu má projekt sloužit a komu být ku prospěchu. Své cíle zformulujte tak jasně, jak jen dokážete, a nechte si dostatek času k tomu, abyste se s ostatními mohli na seznamu těchto cílů dohodnout. Dlouhodobé, celkové cíle jsou stejně důležité jako základy domu. Pokud nejsou jednoznačné nebo pokud na ně lidé mají rozdílné názory a pokud neproběhla dostatečná diskuse, může se stát, že budete muset po čase provést zásadní – a velmi drahé – opravy! Vaše celkové cíle jsou důležité rovněž jako podklad pro pozdější kontrolu, zda interpretace přináší to, co jste si od ní slibovali (viz kapitulu VI).

Pokud si nejste svými celkovými cíli jisti, můžete určitou inspiraci načerpat z textů v rámečcích, které představují konkrétní příklady interpretace.



*Nejlepší interpretace je osobní. Adršpašské skály*

## 2. Co budete interpretovat?

Zpravidla zjistíte, že vaše interpretace by mohla rozvíjet velké množství myšlenek. Plán interpretace musí definovat, co ve vašem místě stojí za interpretování. K tomu potřebujete zjistit, čím je místo význačné, vybrat prvky vašeho místa, o kterých se domníváte, že návštěvníky zaujmou, a rozhodnout se, co chcete návštěvníkům sdělit. Zároveň musíte zvážit, jak moc, kdy a kde chcete návštěvníky vybízet k návštěvě vámi vybraných prvků. Vybrat, co chcete interpretovat, je poměrně bolestivý proces, protože se vlastně rozhodujete o tom, co ze své interpretace vypustíte.

### Předmět interpretace – význačné, viditelné, jedinečné . . .

#### Co znamená význačný?

Prvním krokem při odpovědi na otázku „co interpretovat“ je jiná otázka – „čím je toto místo význačné“? Může to být zjevné. Na místě je například hluboká propast nebo jiný zajímavý geologický prvek nebo obec byla ve středověku střediskem sekty novokřtěnců nebo se zde nachází budova, která je svého druhu vzácná, například funkční historický hamr. Tyto věci jistě budete chtít interpretovat a tento typ pozoruhodností bude vaše návštěvníky zajímat.

Zda je ale něco skutečně význačné, může také záležet na úhlu pohledu. Co považují za význačné odborníci, můžete například zjistit z knih nebo na příslušném úřadu či agentuře. Když se ale zeptáte místních dětí, co ony považují za význačné, pravděpodobně dostanete některé velmi odlišné odpovědi. Starousedlíci, kteří ve vesnici prožili celý život, budou mít zase jiné příběhy k vyprávění. Pokud chcete, aby vaše interpretace odrážela skutečný charakter místa, stojí za to zjistit od místních obyvatel, co by oni chtěli návštěvníkům ukázat. Na stranách 48–49 je popsán způsob, jak to lze provést.

Asi nebudete schopni zahrnout a zohlednit každý nápad, s nímž se setkáte. Pokud ale vaše interpretace dokáže postihnout aspoň některé z příběhů, které místní lidé považují za pozoruhodné, získají pocit spoluvlastnictví vaší interpretace. A navíc tím můžete návštěvníkům více přiblížit *genius loci*. Sběr již zapomenutých místních názvů a vydání mapy obce s těmito názvy, jak to např. učinilo sdružení Drnka v Drnovicích na Vyškovsku,

může být jedním z počínů, jak získat zájem a podporu místních obyvatel pro vaše další interpretování.

#### Průzkum u pramene

Při svém pátrání po tom, co je význačné, se snažte co nejvíce využívat „primárních“ zdrojů. To znamená vrátit se k původním dokumentům: dopisům napsaným v době, kterou zkoumáte, archivům panství, starým publikacím. Tímto způsobem získáte lepší pochopení lidí, kterých se interpretace týká, a můžete najít zajímavé citáty nebo obrazy, které lze využít při interpretaci. Samozřejmě, že k názorům na historické události prezentovaným v knihách můžete přidat svůj vlastní názor.

Navíc průzkum prováděný mezi pamětníky může představovat velmi důležitý nástroj na zapojení místní komunity do projektu interpretace. V našich podmínkách tento postup s úspěchem využila řada projektů, zajímavé příklady můžete najít u Slavonické renesanční společnosti (viz případovou studii VIII.3), TUŽ se, Broumovsko! (VIII.4) nebo sdružení Drnka (VIII.5).

#### Co stojí za pohled?

Při sepisování seznamu pozoruhodností, které by šlo interpretovat, si neustále kladte otázku „bude to skutečně návštěvníky zajímat“? Na podporu příběhu, který budete vyprávět, musí existovat nějaký doklad, který lidé mohou sami vidět. Pokud není na co se dívat, je těžké lidi zaujmout. Pokud máte silný příběh, ale málo viditelných dokladů, můžete jej oživit využitím replik artefaktů, obrazů, divadla nebo živých ukázek. Klasickým příkladem jsou rekonstrukce bitev jako forma interpretace.

#### Jak se tam dostat?

Když budete přemýšlet o tom, co interpretovat, mějte na paměti, že vaši návštěvníci pravděpodobně budou chtít sami jít a místo trochu prozkoumat. Při sepisování míst, která byste chtěli interpretovat, si ověřte, zda je místo snadno přístupné – a pokud ne, pak zda je možné bezpečný přístup rozumně zajistit. Je potřeba posuzovat to s citem a s ohledem na vaši cílovou skupinu. Rozhodně to nemusí znamenat, že byste měli všude natáhnout asfaltový koberec. Musíte si ale promyslet, jak a v jakém počtu lidé přijdou. Pokud to bude nezbytné, zajistěte parkoviště a stezky.

## Význačný blátivý svah

English Nature, anglická obdoba naší Agentury ochrany přírody a krajiny, chtěla zvýšit povědomí veřejnosti o ochraně geologických památek. Její pracovníci vybrali řadu lokalit, které považovali za obzvláště pozoruhodné, a plánovali ke každé umístit panel. Jedním z těchto míst byl starý železniční průkop, na němž byly prováděny studie exponovaného jílovo-břidličného svahu, které pomohly stanovit důležité principy moderní geologie. Pro geology to bylo jedinečné místo. Ale pro všechny ostatní to byl jen blátivý břeh. Zkušený průvodce by dokázal význam tohoto místa oživit, ale pouze pomocí panelu by to bylo obtížné. Svah byl navíc zarostlý křovím, které by muselo být každoročně odstraňováno. Pracovníci English Nature se nakonec rozhodli, že interpretace tohoto místa široké veřejnosti by nestála za vynaložené úsilí, a namísto toho vyrobili specializované texty pro studenty a učitele.

## Tuto lokalitu prosím neinterpretovat!

Představte si, jaké by to bylo, kdyby každou pěknou vyhlídku „zdekoroval“ panel popisující věci, které z ní lze vidět, nebo kdyby šipky ukazovaly cestu ke každé zarůstající louce a na jejím okraji by stál stožár s letáčky popisujícími tradiční salašnictví a jeho význam pro ochranu přírody a krajiny.

Až budete procházet svůj seznam úžasných míst a začnete snít o skvělé interpretaci, kterou byste mohli provádět, vzpomeňte si, jak bývá nádherné objevit místo, kde máte pocit, že jste první. Buďte citliví k atmosféře vašeho místa a nechejte lidem dost prostoru pro vlastní objevování. Všeho moc škodí, i té interpretace!



*Atmosféra židovského hřbitova v Mikulově mluví sama za sebe. Nesnažte se interpretovat úplně všechno*

### Vstup zakázán?

Jsou ve vašem místě citlivé lokality, které jsou zajímavé, ale příliš zranitelné na to, abyste je doporučovali k návštěvě? S rozhodováním vám pomohou konzultace s odbornými úřady a agenturami. Pokud takové oblasti máte, dokážete najít způsob, jak je interpretovat, aniž by je lidé museli přímo navštívit?

Často využívanou strategií u nejexponovanějších částí přírody bývá kombinace návštěvnického centra, krátkého okruhu s naučnou stezkou a delší trasy. Mnoho lidí si udělá představu o místních krásách v expozici návštěvnického centra a samotné místo nenavštíví. Velká část si projde krátkou naučnou stezkou, kde se dozví více. A jen ti nejdohodlanější – a pravděpodobně i nejinformovanější a neohleduplnější – se vydají po delší trase dovnitř cenného území. Navíc, pokud je to s průvodcem, může správce území skutečně minimalizovat negativní dopady a přitom veřejnosti nabídnout možnost odpočinku a osvěty.

### Udělejte si inventuru

Při vytváření seznamu toho, co by šlo interpretovat, je užitečné zaznamenat si konkrétní znaky, které chcete interpretovat. Pokud budete například uvažovat o interpretaci židovského hřbitova, je dobré uvést, čím je hřbitov výjimečný, například výtvarným zpracováním náhrobků, velikostí, polohou, stářím, slavnými osobnostmi, které tu jsou pochovány apod. Inventura znaků vám může pomoci vidět mezi nimi vzájemné souvislosti a pomůže vám také odhalit, kde potřebujete provést další průzkum. Inventura může zároveň posloužit jako záznam otevřený pro každého k nahlédnutí. Díky němu váš plán nezůstane pouze v hlavě jednoho člověka. Zcela ojedinělý přístup zvolila Slavonická renesanční společnost, která vytváří katalog místních cenností Slavonicka. Katalog je umístěn na internetu ([www.slavonicko.cz](http://www.slavonicko.cz)) a jeho smyslem je poskytnout základní soubor informací o Slavonicku, který může kdokoli použít při plánování interpretace v této oblasti.

### Co jiného se děje?

Dobrá interpretace spíše doplňuje jiné iniciativy, než by jim konkurovala. Proto je důležité mít přehled o tom, co jiného se ve vaší oblasti děje. Možná už nějaká interpretace vašeho místa existuje. Pokud je to ve vaší moci, chcete ji zcela nahradit nebo spíše doplnit? Pokud nemáte možnost přímo ji ovlivnit, snažte se do vašeho projektu zapojit ty, kteří tuto možnost mají. Můžete se

dohodnout na koordinaci přístupu, takže obě skupiny budou prezentovat jiné aspekty nebo témata vztahující se k místu. Možná že nová výstava zemědělského nářadí v muzeu může být propojena s programem dnů otevřených dveří na místní farmě a sérií vycházek na téma „jak zemědělství utvářelo naši krajinu“, vedených místním znalcem přírody.

Měli byste vnímat také širší okolí. Pro mnoho vašich návštěvníků budete pouze jednou zastávkou na cestě po regionu. Stává se ale, že mnoho míst v jednom regionu se snaží říkat podobné věci. Takovým příkladem mohou být některé mikroregiony, které nechaly vyrobit informační panely jednotlivých obcí. Jejich obsah je svou strukturou i grafickým ztvárněním velmi podobný a po přečtení druhého, třetího zůstávají další nepřčteny. Strategie interpretace pro takovou oblast by měla identifikovat, kde by konkrétní aspekty příběhu obcí v mikroregionu mohly být nejlépe sděleny a která média by byla nejvhodnější pro která místa. Měla by také objevit nový **příběh** pro některá místa, protože suchý popis historie obce a aktuální počet obyvatel pro interpretaci nestačí.

### Téma interpretace – kouzelná formulka

Na konci procesu popsaného v předchozích odstavcích patrně budete mít dostatek materiálu na několik malých knih. Pokud se ale pokusíte prezentovat každou zajímavost vašeho místa, kterou jste zjistili, vaši návštěvníci budou ohromeni nebo znuženi – pravděpodobně obojí. *Jádrem interpretace je zachytit duši místa, ne zavalit druhé vším, co o něm víte.*

V interpretaci platí, že méně znamená více. Musíte si pečlivě vybrat, co chcete interpretovat, a to bude vyžadovat jednak drastické zásahy do všech materiálů, které se vám podařilo nashromáždit, a hlavně náročné diskuse o tématech interpretace.

### Témata

Jedním z důležitých výstupů plánování musejí být témata interpretace, která vyjádří to, co chcete o místě sdělit. Kapitola I problematiku témat rozebírala. Témata jsou prohlášení, která spojují různé prameny informací a využívají myšlenky nebo představy jako způsobu porozumění místu. Témata pomáhají organizovat a třídit váš materiál a zajišťují, že přemýšlíte o tom, co chcete, aby vaši návštěvníci pochopili, a nezahrnete je nesourodými fakty.

**Témata by měla:**

- být formulována jako celé věty
- obsahovat jednu hlavní myšlenku
- odhalovat, o čem interpretace je
- být maximálně zajímavá
- být maximálně konkrétní

Témata interpretace pro širší oblast většinou musejí být obecnější. Například skupina řídící interpretaci v oblasti Nairn Seafront chtěla interpretovat různá témata – přírodní hodnoty města, historii rybářství a rozvoj cestování za doby královny Viktorie. Plán interpretace navrhuje, aby veškerá interpretace podél pobřeží podporovala následující hlavní téma: „*Minulost a budoucnost oblasti Nairn je příběhem jejího vztahu k moři.*“ To propojuje všechny oblasti, které skupina chtěla interpretovat. Vytváří to celkovou myšlenku, kterou si návštěvníci odnesou. V tomto rámci mají konkrétní lokality vlastní témata. Například série panelů podél pobřeží obsahuje tato témata:

- Nairn jako módní letovisko bohatých za doby královny Viktorie.
- Kamenná jezírka vytvářejí na tomto jinak písčitém pobřeží neobvyklé přírodní prostředí.
- Podoba pobřeží v okolí Nairnu se rychle proměňuje, jak je písek přesunován proudy, přílivem a bouřemi.

Uvedená témata se týkají faktů, ale témata mohou zahrnovat také myšlenky nebo přístupy. Například:

- Život dětí pracujících v této továrně byl těžký.
- Pokud má tento motýl přežít, bude potřebovat naši pomoc.

Zkuste najít taková témata, která jsou jedinečná pro vaši oblast. Téma typu „Tato krajina byla vytvořena miliony let eroze a tisíce let lidské aktivity“ je sice dobré, ale může se hodit pro kteroukoli část Evropy. Pokud cítíte, že je vaše téma příliš obecné, zkuste je zúžit na řadu dílčích témat, která jsou více specifická.

**Témata vyžadují cvik**

Práce s tématy vyžaduje trochu praxe. Dostat se do toho vám pomohou tyto zkušební náměty.

**Generátor témat**

1. Začněte tak, že doplníte zbytek věty: „Celkově se moje vystoupení (výklad, výstava atp.) týká .....“ To, co jste doplnili, bude obecné téma, jako v knihovní kartotéce například heslo „ptáci“.
2. Napište další větu, tentokrát začínající: „Konkrétně vám chci povědět něco o .....“ Můžete třeba dopsat „nočních ptáčích“. Blížíme se, ale noční ptáci ještě tématem nejsou. Jsou *předmětem interpretace*.
3. Nyní doplňte větu: „Po vyslechnutí mého vystoupení (nebo zhlédnutí mé výstavy apod.) bych chtěl(a), abyste porozuměli tomu, že .....“ To, co napíšete tentokrát, je *téma* – samostatná věta, například: „Vzhledem k tomu, že jsou noční ptáci jen zřídka k vidění, váže se k nim mnoho pověr.“

*Upraveno z „Environmental Interpretation“, autor Sam Ham.*

**Co s tím dál?**

Pokud jste napsali dobré téma, neměli byste se ptát „no a co?“ nebo „co s tím dál?“ Zkuste si to na výše uvedených příkladech. „Ptáci“ nebo „noční ptáci“ nejsou témata, protože se stále můžete zeptat „a co s nimi?“ Třetí věta dává odpověď a ukazuje jádro toho, o čem interpretace je.

(O této problematice se lze dočíst více v mnoha knihách uvedených v seznamu literatury na konci této publikace, zvláště od autorů Billa Lewise, Sama Hama a Johna Veverky.)



### Souhlaste nebo nesouhlaste

Když budete uvažovat o tématu, které byste mohli použít, asi přijdete na to, že různí lidé mají různé názory. Někdy dokonce úplně protichůdné. Například tady jsou dvě možná témata týkající se větrných elektráren:

*„Elektřina získaná z větrné energie je odpovědí na energetické potřeby společnosti.“*

*„Elektřina získaná z větrné energie je provázena zohyzděním krajiny turbínami.“*

Pokud zjistíte, že se vám nabízejí různé pohledy na jednu věc jako v tomto případě, popřemýšlejte o tom, jak prezentovat obě stránky příběhu. Nezapomeňte, že jedním z cílů interpretace může být vyprovokování diskuse! Muzeum ve městě Lowell, velkém středisku zpracování bavlny v americkém státě Massachusetts, to provedlo tak, že na každý panel umístilo dva bloky textu. Jeden doprovodilo obrázkem muže v cylindru a text vyprávěl o tom, jak bavlnářští magnáti vystavěli celé město. Druhý obrázek ukázal dělníka v krátkých rukávech a doprovodný text popsal, jak těžké bylo pracovat v přádelnách.

## Interpretace a místní lidé

Někdy je důležité podnítit místní obyvatele, aby se začali zajímat o své místo. Můžete třeba mít příměstský park a rádi byste, aby lidem nebyl lhostejný, nebo můžete cítit, že sdílený pocit společného místního dědictví by mohl posílit vaši komunitu.

V tom případě budete potřebovat odlišný přístup, než byste využívali vůči návštěvníkům. Místní lidé jsou pravidelní návštěvníci, takže některá média interpretace, jako jsou panely, budou zakrátko ignorována. Namísto toho popřemýšlejte o způsobech, jak lidi zapojit do objevování a dokumentování jejich společného dědictví individuálně, možná prostřednictvím sestavení brožurky s místními příběhy. Nebo naplánujte sérii akcí, které podpoří setkávání lidí a objevování jejich místa. Můžete, například, pracovat na „mapě“ vaší vesnice, která poví místní příběhy a ukáže oblíbená místa. Jednu takovou mapu vytvořilo občanské sdružení Drnka z Drnovic na Vyškovsku – viz případovou studii VIII.5.

## 3. Komu je to určeno?

Jestliže budete chtít povprávět návštěvníkům všechno o své oblíbené problematice nebo místě, ve svém zápalu můžete tuto otázku snadno přehlédnout. Problém je však v tom, že vaši návštěvníci nemusejí vaše nadšení sdílet – aspoň prozatím. Pamatujte, že většina návštěvníků přijíždí ve svém volném čase a nikoli proto, aby vaše místo do hloubky studovali. Samozřejmě že lidé, kteří vaše místo studovat přijedou, například školáci nebo studenti, mohou také využít vaši interpretaci, ale vaše hlavní publikum tvoří lidé, kteří k vám *přijíždějí příjemně strávit část svého volného času*. Nic víc a nic máj.

To má zásadní dopady na to, co a jak jim budete nabízet. Návštěvníci přijíždějí s vlastními očekáváními – nejdřív je musíte splnit a teprve pak můžete doufat, že je

zaujme to, co jim chcete povědět. Na základní úrovni to znamená poskytnout informaci o tom, kde se ocitli, co u vás mohou dělat a kde je WC. Znamená to také, že svou nabídku musíte sladit s tím typem zážitku, který hledají. Někdo, kdo navštíví mezinárodně proslulou historickou lokalitu, jako je Pražský hrad, bude očekávat velké a všestranně vybavené návštěvnické centrum. V malém trhovém městečku budou lidé vděční za pár jednoduchých informačních panelů o zajímavých budovách. Na místě pro piknik na klidné polní cestě možná budou chtít jen vychutnat atmosféru klidu a míru a panel u cesty věnovaný místní flóře by tento zážitek pokazil.

Protože většina návštěvníků nepřijela, aby vaše místo do hloubky studovala, musíte dát pozor, aby vaše interpretace

byla nastavena na odpovídající úroveň. Ideální je něco zajímavého, ale ne příliš specializovaného nebo podrobného. Příkladem toho, kdy se příliš nedaří nastavit tuto úroveň, určitě znáte ze svého okolí řadu. Často se s tímto problémem můžeme setkat u starších přírodovědných naučných stezek. Jejich texty bývají příliš podrobné a nezábavné, jako by je psali odborníci pro jiné odborníky, pro „obyčejného smrtelníka“ jsou však nepoužitelné.

### Vaši návštěvníci – prosím seznamte se!

Pokud chcete, aby vaši návštěvníci přijali to, co jim chcete sdělit, musíte je znát a interpretaci přizpůsobit jejich potřebám, povaze a zájmům. Vytvořte si proto jejich co nejpodrobnější obrázek. Může vám pomoci, když si odpovíte na tyto otázky:

- Kdo jsou?
- Co už o vás vědí a co očekávají?
- Jak se dozvěděli o vašem místě?
- Kdy přijíždějí a jak dlouho se zdrží?
- S kým přijíždějí?
- Kam dále pokračují? Nebo kam by rádi pokračovali?

#### Kdo jsou?

Zkuste jednoduše charakterizovat vaše návštěvníky, například jak jsou mladí nebo staří, zda jsou místní nebo přijíždějí zdaleka, ze které země pocházejí. Zjištění, kdo jsou vaši návštěvníci, vás může dovést k tomu, že budete pro různé kategorie poskytovat různé interpretace. Podoby interpretace se mohou lišit typem použitých médií (například zvláštních her pro děti či publikací přeložených do cizích jazyků) nebo i výběrem lokality – možná bude vhodné prezentovat jiné stránky vašeho místa, abyste zaujali různé kategorie návštěvníků. Z mnoha důvodů je pravděpodobné, že se rozhodnete dělat svou interpretaci pouze pro některé kategorie návštěvníků.



*Věci, které jsou určeny dětem, někdy dokáží zaujmout i dospělé návštěvníky*

#### Co o vašem místě vědí a co očekávají?

Musíte vědět, co už o vašem místě návštěvníci vědí a za čím přijíždějí. Některá muzea si předtím, než se pustí do velké expozice, udělají průzkum, co jejich návštěvníci vědí a jaký mají vztah k navrhovanému tématu (viz následující rámeček). To jim pomáhá při plánování obsahu a stylu interpretace. Možná nebudete mít na provedení velkého průzkumu, ale vždy stojí za to zvážit, jakým objemem informací potřebujete své téma doprovodit a jak vyjít vstříc různým úrovním zájmu a znalostí návštěvníků. Zmíníme tu několik modelových situací.

### Jaký je váš vztah k „vícenohým breberkám“?

Kurátoři londýnského muzea přírodních věd chtěli otevřít novou výstavu věnovanou členovcům (hmyzu, pavoukům a korýšům). Oslovili 145 návštěvníků, aby zjistili, kolik lidí o těchto tvorech vědí, a uspořádali několik skupinových diskusí o tom, jaké pocity tato skupina živočichů v lidech vzbuzuje.

Zjistili, že většinu lidí členovci příliš nezajímají nebo k nim cítí odpor. To tým vůbec neodradilo, ale vedlo jej to k naplánování výstavy jako otevřené prestižní akce, jejímž celkovým cílem bylo ozvláštnit členovce a vyhnout se jejich nelichotivému obrazu „vícenohých breberků“.

**Situace 1.** Návštěvníci pražského Vyšehradu většinou tuší, že přicházejí na místo, které kdysi v dějinách Česka hrálo významnou roli. Mnozí tady budou očekávat, že se dozvědí, v čem přesně jeho význam spočíval. Ale mnoho jiných to nijak zvláště nezajímá a přicházejí sem jen příjemně prožít volný den. Co s tím?

Klasické řešení je poskytnout první skupině odpovídající interpretaci, např. panely o historii, průvodce po památkách apod. Druhá – početnější – skupina kolem panelů s největší pravděpodobností jen projde – nepřišli sem číst, ale procházet se na čerstvém vzduchu nebo posedávat na sluníčku. Plán interpretace skotského pobřeží v okolí města Nairn (Nairn Seafront Tourism Management Programme) musel řešit podobnou situaci. Většina návštěvníků sem přijížděla prostě strávit den u moře a žádnou interpretaci neočekávali. Místní organizace ale chtěly zvýšit přitažlivost města a podnitit návštěvníky, aby trochu objevovali také krajinu v jeho okolí. Proto se rozhodly, že návštěvníkům nenápadně přiblíží historii Nairn a přírodní hodnoty zátoky Moray Firth, zatímco si budou užívat to, za čím přijeli – procházky se zmrzlinou, golf nebo hry na pláži. Vznikla tak série panelů na promenádě s velmi stručným textem a bláznivé překážky na místním golfovém hřišti. Překážky ve tvaru typických kamenných jezírek nebo mořských živočichů nepotřebují žádný vysvětlující text o místní flóře či fauně, a pře-

sto lidem jednoduše připomínají moře a živé organismy, které ho obývají. Návštěvnické centrum by v tomto případě nebylo účinné, protože povaha místa a očekávání jeho návštěvníků mu neodpovídá.

**Situace 2.** Zámecký rybník je spolu s ostatními Lednickými rybníky známou ornitologickou lokalitou a je pravděpodobné, že mnoho zdejších návštěvníků bude chtít vědět hodně o ptácích. Spíše než interpretace je budou zajímat praktické informace – například kteří ptáci byli tento týden pozorováni, kde jsou další zajímavé lokality k pozorování, kolik kvakošů letos zahnízdilo ve zdejší ostrovní kolonii. Kolem rybníků se ale prochází mnoho návštěvníků, kteří vědí o ptácích jen velmi málo a přijíždějí sem spíše do parku nebo na zámek.

V tomto případě bude vhodné promyslet dva oddělené projekty, jeden pro nadšené milovníky ptactva a druhý pro náhodné návštěvníky. Amatérští ornitologové by možná uvítali okopírované seznamy pozorovaných ptáků a jejich aktuální soupisy na tabuli. Ostatní by spíše mohli být osloveni jednoduchou expozicí osvětlující například způsoby migrace ptáků. Nezapomeňte ale vždy uvést, kde mohou lidé v případě hlubšího zájmu najít více informací – skutečně dobrá interpretace může být totiž začátkem celoživotního koníčka.

## Místa zamyšlení

Některá místa jsou výjimečná. Kostely a bojiště jsou příklady míst, která mohou mít pro návštěvníky hluboký citový význam, a vy k tomu musíte být citliví. Znamená to dvě věci – za prvé vaše interpretace bude muset tento aspekt konkrétního místa respektovat a za druhé byste měli vědět, že lidé, kteří podnikají tuto svého druhu pouť, pravděpodobně nebudou chtít, abyste jim příliš povídali, protože sami vědí, čím je místo pozoruhodné. Co s tím? Pokud pracujete s takovýmto místem, zvažte, jak se můžete postarat o ty, kteří prostě chtějí nasát atmosféru a vaše interpretace je může obtěžovat. V mnoha kostelech jsou zákoutí, kde se mohou posadit lidé, kteří se tady, daleko od turistů, chtějí pomodlit nebo na okamžik pohroužit do sebe. Pro tyto lidi je kostel více než kulturní památka.

### Jak se o vás dozvěděli?

Jinou otázkou k zamyšlení je, jak se o vašem místě lidé dozvědí. Je přirozené, že pokud přijíždějí poprvé a o vašem místě se dočetli v knize, v letáku, zaslechli pořad v rozhlase nebo je zaujala odvysílaná televizní

reportáž, vytvořili si vlastní obraz místa i toho, co v něm budou moci dělat. Je proto důležité, abyste sledovali, jakým způsobem je vaše místo propagováno a veřejností vnímáno. Pokud mají vaši hosté odjíždět spokojeni, musíte jejich očekávání naplnit – a to ještě předtím, než

jim můžete předat jakékoli vlastní poselství formou interpretace.

### **Kdy přijíždějí a jak dlouho se zdrží?**

K čemu potřebujete vědět, kdy a na jak dlouho k vám lidé přijíždějí? Pokud jste v turistické oblasti, kde většina návštěvníků v sobotu odjíždí a přijíždí, není rozumné nabízet své procházky s průvodcem v tento den. Máte-li vysoký podíl opakovaných nebo pravidelných návštěv, musíte popřemýšlet o tom, jak interpretaci tu a tam změnit. I kdyby byla výstava sebezajímavější, lidé ji nenavštíví více než dvakrát!

Pokud víte, že lidé mají tendenci navštívit vaši lokalitu jen na půl hodiny, zřejmě budete mít problém „prodat“ tříhodinový okruh. Jestliže v takovéto lokalitě působíte, pak je přirozené, že jedním z vašich celkových cílů patrně bude průměrnou délku pobytu zvýšit, ale měli byste být realističtí v tom, čeho můžete dosáhnout. Typický „časový rozpočet“ většiny návštěvníků jakéhokoli jednoho místa je hodina a tři čtvrtě. V tom je zahrnutý i čas na šálek čaje, WC a nákupy. Sečteno a podtrženo, většina návštěvníků stráví prohlížením expozice přibližně hodinu až hodinu a čtvrt, čemuž například odpovídají délky prohlídkových okruhů na hradech a zámcích.

Pokud plánujete interpretaci pro větší region a chcete návštěvníky motivovat k tomu, aby u vás zůstali den nebo dva, spolupracujte s jinými místy v oblasti a snažte se nabídnout aktivity od půlhodinové návštěvy až po celodenní exkurzi. Důležité také je, aby interpretace na různých lokalitách v regionu měla určitou pestrost co do předmětu i tématu. Různá místa by se měla spíše doplňovat, než se vzájemně dublovat. Vašeho návštěvníka jistě nebude k delšímu pobytu motivovat pocit, že „to už jednou slyšel“.

### **S kým přijíždějí?**

Pokud můžete, plánujte interpretaci tak, aby brala v potaz typ skupin, ve kterých návštěvníci přijíždějí, a aby podporovala inter-

akci návštěvníků uvnitř jejich skupiny. Prakticky to znamená rozdělit si návštěvníky do segmentů a přemýšlet o tom, co by se kterému typu skupiny pravděpodobně líbilo.

Zkuste interpretaci postavit tak, aby zahrnovala společenskou interakci (hra, diskuse, kviz...) pro návštěvníky přijíždějící ve velkých skupinách. Jestliže pracujete s rodinami, které zahrnují děti i dospělé, pamatujte na to, že dospělí často vysvětlují věci svým dětem. Pokud ale v rodinných skupinách bývá mnoho „náctiletých“, může být vhodné (byť náročné) nabídnout jim nějakou aktivitu bez doprovodu dospělých. Pro návštěvníky, kteří přijíždějí jednotlivě nebo v malých skupinkách bez dětí, mějte připravené materiály k podrobnějšímu studiu.

### **Kolik návštěvníků očekáváme (a chceme)?**

Prostřednictvím vytvoření charakteristiky vašich návštěvníků postupně dojdete k výběru vhodného stylu a přístupu k interpretaci. Počet návštěvníků, které očekáváte nebo chcete, ovlivní typ zařízení, která musíte zajistit, kapacitu všech budov nebo počet letádků, které musíte nechat natisknout. Pokud se připravujete na velký počet hostů, zvláště bývá-li soustředěný do určité doby, budete muset podrobně zvážit, jak usměrňovat pohyb návštěvníků tak, aby lokalita nepůsobila přeplněně, aby byl k dispozici dostatek záchodů, míst v kavárně apod.

Důležité je také, jak návštěvníci do vaší lokality přijíždějí. Mnozí přijedou autem a pro ně budete potřebovat



*Při umístování panelů berte v potaz, zda návštěvníci budou přicházet ve skupinkách*

odpovídající parkoviště. Ale šetrný cestovní ruch musí podporovat i jiné způsoby dopravy – jak můžete pobídnout lidi k tomu, aby k objevování vaší oblasti používali

jiný dopravní prostředek než auto? Zajímavý příklad z Británie uvádí text v následujícím rámečku.

### Pěšky od vlaku k šálku čaje

Devonský projekt Tarka si předsevzal podpořit turistické využití železnice Tarka, lokálky spojující Exeter a Barnstaple. Tvůrci projektu rovněž chtěli pobídnout návštěvníky, aby pěšky objevovali některé z vesniček, které leží pár kilometrů od dráhy.

Byla navržena pěší trasa, která spojuje nádraží s jednou z vesnic, a popis trasy byl k dispozici v čajovně poblíž nádraží. Popis byl vyroben velmi levně – mapa a slovní doprovod byly jednoduše ofoceny a zataveny do fólie. Majitelé čajovny účtují za tyto mapky malou zálohu, což lidi motivuje k tomu, aby je vraceli a mohli je použít další. A znamená to rovněž, že čajovna může uspokojit potřeby po procházce vyhládlých a žízňících turistů!

## Zdroje informací

Podrobné a přesné informace o návštěvnicích vašeho místa získáte průzkumem. Nemusí hned jít o mohutnou akci. Ve většině případů můžete začít tím, že se poptáte v okolí. Místní hoteliéři a majitelé penzionů své hosty dobře znají. Zeptejte se několika, abyste získali pokud možno vyvážený názor. Zajímavé údaje můžete rovněž získat od odborníků na cestovní ruch. Existují podrobné statistiky o počtu návštěvníků, délce pobytu apod. zpracované vládou agenturou Czech Tourism za celou Českou republiku. Navíc řada větších turistických regionů a center si zpracovává vlastní průzkumy.

## Různí lidé, různé interpretace

Jistě jste si už uvědomili, že ne všichni vaši návštěvníci se snadno vejdou do jediné kategorie a že jeden nástroj interpretace, například leták, nemůže uspokojit každého. V ideálním světě by každý mohl najít interpretaci, která by přesně vyhovovala jeho zájmům a zamýšlené délce návštěvy a která by znamenala příjemně prožitý čas se svými společníky. Osobní interpretace prováděná průvodcem nebo demonstrátorem se tomuto ideálu může velmi přiblížit (viz VII.3). Jenže většinou se budete muset rozhodnout, které skupiny jsou pro vás důležitější, a ušít jim interpretaci na míru. Pokud máte složitý mix charakteristik návštěvníků, použijte tabulku, která je uvedena níže a která vám pomůže identifikovat různé skupiny a rozhodnout, které z nich jsou prioritní.

### Lokalita: Zámecký park v Lednici

Cílová skupina	Jaké mají zájmy a očekávání?	Jaké mají všeobecné informace o vašem místě?	Jak často přijíždějí?	Jak dlouho zůstávají?
místní rodina na denním výletě	procházka v parku, zmrzlina, káva	dobře oblast zná, ale méně z hlediska přírody	každý týden (14 dní)	cca 1 hodinu
dospělí bez dětí na dovolené	procházka k Minaretu, vyhlídka z ochozu, projížďka na loďce, občerstvení/piknik	obecně povědomí o památkách, o přírodě mnoho netuší	jednorázově nebo jednou ročně	1,5 až 2 hodiny
skupina milovníků ptactva	zkontrolovat sezonní druhy, pozorovat kvakoše na hnízdě	velké o přírodních hodnotách	každé 3 měsíce	2 až 4 hodiny

## Krabička na brouky nebo peří – různá interpretace různým skupinám

Fiona Mathieson, průvodkyně National Trust of Scotland na hradě Crathes, ke svým prohlídkám přistupuje velmi individuálně, podle toho, koho provází: „Přemyslím o tom, kdo je v publiku, jaké jsou znalosti a zkušenosti návštěvníků a co bych chtěla, aby skupina po túře dělala. Když jdu s rodinami, které mohou mít jen okrajový zájem o ptáky, snažím se je zapojit do aktivit, které jim umožní dovědět se více o známých druzích ptáků, a tak podnítit jejich zájem i o ostatní ptačí druhy. Například většina lidí někdy viděla, jak kos hledá potravu mezi opadaným listím, ale netuší, co tam skutečně nachází. Rozdám lidem krabičky na brouky a požádám je, aby zkusili hledat tvory žijící v tlejícím listí. Místní členové RSPB (Královská společnost pro ochranu ptactva) ptáky dobře znají. S touto skupinou bych zkusila, aby se její členové zamysleli, jaké je místo ptáků v širším řádu věcí. Například by mohli zkusit zjistit, čím se živí místní dravci – poznáváním zbytků peří na místě útoku krahujce nebo studiem sovích vývržků. Tuto skupinu by rovněž mohly zajímat naše ochrannářské aktivity a přítomní odborníci by mohli přijít s nějakými konstruktivními náměty a radami.“

## 4. Jak budete interpretovat?

Součástí vašeho plánu musí být rozhodnutí, jaká média použijete. Strategie interpretace může obsahovat obecné návrhy, které by měly být v dalších fázích respektovány, kdežto součástí podrobného plánu lokality budou přesné specifikace toho, co se od jednotlivých médií očekává a jaký bude příslušný rozpočet, a popis systému řízení interpretace.

### Média na míru

Kapitola VII poskytuje stručný přehled o některých běžně využívaných médiích interpretace. Při výběru musíte zohlednit preference vašeho publika, váš rozpočet a především vhodnost pro konkrétní lokalitu. Pamatujte, že vámi vybraná média se stanou součástí místa. Pokud budete mít pocit, že by umístění panelu u hradní

zříceniny pokazilo atmosféru tajemna, nebojte se místo nechat v původním stavu. Možná bude vhodnější obrázek zříceniny s její stručnou historií umístit do hostince v podhradí. Zřícenina tak zůstane místem, které jeho návštěvníci mohou sami objevovat, údaje o jeho historii jsou snadno dostupné a hospodský získá zajímavé téma ke konverzaci se zákazníky, kterému může přizpůsobit i názvy místních specialit na jídelním lístku.

Pamatujte, že u některých médií je nutné volit umístění velmi přesně. Pokud píšete podrobný plán lokality, buďte v tomto směru co nejpřesnější. Co se týče publikací, nezapomeňte si promyslet, kde je uskladníte, jak zajistíte distribuci a kde je vystavíte. U médií, která jsou závislá na čase, jako jsou vycházky s průvodcem, rozhodněte, kdy budou nabízena.

### Interpretace na vodě

Interpretace nemusí být pouze něco hmatatelného, jako jsou známé panely a letáky. Příkladem může být letní festival na palubě trajektů mezi skotskou pevninou a ostrovy (Cuirm Cuain), který mimo jiné zahrnoval vyprávění příběhů, koncerty a diskuse s pasažéry. Všechny akce měly společného jmenovatele – vztah lidí ke své zemi – a nevtravým způsobem návštěvníkům interpretovaly místo, kam cestovali, a daly jim nahlédnout do jeho pozoruhodné kultury.

## Jasná témata, jasná poselství

Konečný podrobný plán by měl rovněž upřesnit, jaké poselství má každá část interpretace sdělit, jinými slovy jeho téma (viz výše). V programech vycházek s průvodcem musíte nechat prostor průvodcům, aby si zvolili vlastní přístup, ale v případě panelů a letáků potřebuje autor textů a grafik jasné zadání toho, čeho chcete dosáhnout. To platí i tehdy, když jste autorem textů anebo grafikem vy sami nebo někdo z komunity! Mějte na paměti, že dobrý odborník ve svém oboru nemusí být vždy nejvhodnějším autorem textu pro interpretaci. Podle britských zkušeností je řada interpretačních textů psaná jazykem vysokoškolsky vzdělaných lidí, a přitom většině uživatelů těchto textů případnou nesrozumitelné. Proto se doporučuje psát jazykem, který odpovídá úrovni ukončeného základního vzdělání.

## Dílčí cíle interpretace

Každá součást interpretace rovněž potřebuje stanovit konkrétní cíle, k jejichž dosažení má přispět. Tyto cíle jsou důležité v okamžiku kontroly funkčnosti interpretace. Pokud nebudete přesně vědět, čeho se snažíte dosáhnout, nemůžete to ani zhodnotit. Cíle mohou zahrnovat kterýkoli z níže uvedených příkladů nebo jejich libovolnou kombinaci:

- co chcete, aby se lidé z vaší interpretace dozvěděli

- co chcete, aby lidé díky vaší interpretaci pocítili
- co chcete, aby lidé na základě vaší interpretace udělali

V mnoha případech budou vaše cíle zahrnovat vaše téma nebo s ním budou totožné. Protože téma je celková myšlenka, kterou chcete, aby si lidé od vás odnesli, vaše cíle mohou být podrobnější. Například panel v Nairn o cestovním ruchu za doby královny Viktorie, zmíněný v předchozím textu, by mohl mít následující téma a cíle:

**Téma:** Nairn se ve viktoriánském období rozvinul v módní letovisko.

**Cíle:** Lidé čtoucí panel by měli pochopit, že 1. Nairn se za dob královny Viktorie rozvinul v módní středisko pro bohaté, 2. ti chtěli pro svůj pobyt velké domy a 3. kámen z lomu u tohoto panelu byl použit na jejich výstavbu. Minimálně třetina lidí, kteří si panel přečtou, se bude chtít ve městě podívat na viktoriánskou vilu. (Více informací o cílech najdete v následující kapitole.)

Možná budete chtít sami rozpracovat témata a cíle všech médií, ale většina autorů interpretačních textů a grafiků vám, až se dostanete do fáze realizace, může pomoci. To může být užitečné, protože oni přinášejí čerstvý, nezaujatý pohled zvenčí, který je blízký pohledu návštěvníka. U velkých projektů budou grafici chtít určitou míru volnosti, aby mohli k projektu přispět vlastními nápady a schopnostmi. Nesmíte ovšem zapomenout naplánovat



*Festival Crossings – muzikanti před naloděním – harmoničtější než panel*



*Neudržovaná interpretace je horší než žádná*

dostatek času na to, abyste jejich nápady s nimi mohli prodiskutovat a schválit je.

## Řízení – peníze, údržba, provoz

Měli byste rovněž zvážit, jak budou vaše projekty řízeny. To zahrnuje – kde budou finanční zdroje a kdo bude zodpovídat za dohled nad provozem. Plán musí v první řadě obsahovat představu, jak bude zajišťována údržba po dokončení realizace. Pokud budete chtít mít letáky v místním obchodě, kdo zajistí, že stojan na letáky bude doplňován? Pokud vytvoříte panel, kdo jej každých pár týdnů zkontroluje a opraví v případě jakéhokoli poškození? Pokud plánujete návštěvnické centrum, kdo v něm bude pracovat, kdo je bude uklízet a kdo bude zodpovídat za účty? Kdo bude zodpovídat za opravy a obnovu expozice?

## 5. Jak zjistíte, zda jste dosáhli cíle?

Prvním krokem při tvorbě vašeho plánu bylo prodiskutování celkových cílů, kterých jste chtěli prostřednictvím interpretace dosáhnout. Mezi tímto začátkem a vlastní realizací plánu je spousta vaší energie a možná i peněz. Proto má smysl si ještě předtím, než učiníte konečné rozhodnutí a investujete peníze do panelů, letáků a expozic, zkontrolovat zda jste nesešli z původně vyty-

čené cesty, a otestovat si připravené texty. Příští kapitola rozebírá konkrétní způsoby, jak to lze provést.

Myslete od počátku na to, aby plán interpretace zahrnoval náměty na způsob hodnocení vaší práce a počítal s potřebným časem, popřípadě i penězi.

## 6. Vztahy mezi otázkami

Jistě je vám už jasné, že žádná část plánu nemůže být řešena izolovaně od zbytku. Vše souvisí se vším a odpovědi na jednu otázku ovlivní vaše rozhodnutí v jiné oblasti. Pokud máte poblíž vesnice kus stepi, zjara pokrytý koberci kosatců, mohli byste tady zřídit stezku. Ovšem jen za předpokladu, že k vám přicházejí návštěv-

níci v malém počtu a v malých skupinkách. Pokud byste ale chtěli významně podpořit místní ekonomiku a přilákat tisíce návštěvníků, pak tato možnost není vhodná.

Vzpomeňte si na schéma na straně 19, které znázorňuje vzájemné vztahy mezi dílčími otázkami. Proces pláno-



vání nelze zredukovat na jednoduchý logický postup. Musíte zvážit veškeré informace, to, jak do sebe zapadají, a být připraveni změnit svůj názor. Některé náměty, které zprvu vypadaly dobře, po uvážení dalších faktorů

často přestanou vyhovovat. Po každém setkání zaznamenejte identifikované prvky i se souřadnicemi a seznam použijte jako základ pro další zkoumání vhodnosti prvků z hlediska jejich interpretace.

## 7. Neformální zapojování komunity

V ideálním případě byste měli do místních plánů interpretace maximálně zapojit vaši komunitu. Tím zajistíte, že budoucí rozvoj bude vycházet z jejich přání a zohlední vyřčené obavy. Místní lidé jsou rovněž často nejlepším zdrojem informací o oblasti, kde žijí. Při jejich zapojování do tvorby plánu lze využít některé techniky, které umožní, aby se co nejvíce lidí podílelo na definování možných úskalí a hledání věcí, které si zaslouží interpretovat. Čím více místních obyvatel se vám podaří zapojit, tím lepší obrázek si budete moci udělat o hodnotě,

kterou komunita přisuzuje místním pozoruhodnostem. To pomáhá vyhnout se tomu, aby jedna skupina nebo jednotlivec příliš dominovali.

Konzultace s komunitou mohou často potvrdit názor odborníků, ale zapojením veřejnosti získá váš plán větší podporu a také úřady mohou být ochotnější jej podpořit. Tento proces může být časově náročný, ale z dlouhodobého hlediska se tato investice bohatě vyplácí.

### Zapojení veřejnosti – hledání zdrojů

Do příprav strategie interpretace regionu Highlands se veřejnost aktivně zapojila. Členové komunity, včetně školních skupin, byli přizváni, aby se zúčastnili setkání v rámci menší, jasně vymezené oblasti. Na setkáních byli požádáni, aby v rámci dané oblasti označili zajímavosti a pozoruhodnosti, které by mohly být interpretovány. Každý účastník dostal sadu 18 barevných karet po třech kartách v šesti odstínech. Barvy odpovídaly těmto oblastem: využití půdy a moře, živá příroda, stopy činnosti člověka, přírodní prvky, lidé a minulost a ostatní. Trojice stejnobarevných karet byly očíslovány 1, 2 a 3 a označovaly, jak vysoko každý účastník hodnotí konkrétní prvek. Po rozdělení karet byli místní lidé požádáni, aby na karty napsali prvky, které považují za zajímavé, a karty připíchli na velkou mapu. Účastníci nemuseli použít všechny své karty, ale nesměli žádné karty brát z mapy. Celkový počet a hodnota karet (1–3), které účastníci dali ke každému prvku místního dědictví stanovily celkové skóre pro všechny lokality.

## Zapojení veřejnosti – hledání otázek

Na stejném veřejném setkání byl navíc všem účastníkům rozdán namnožený seznam možných klíčových otázek týkajících se návštěvníků a cestovního ruchu ve studované oblasti. Účastníci byli dotazováni, do jaké míry je různé otázky znepokojují (od úrovně 4 – velmi znepokojeni až po úroveň 1 – vůbec) a měli k odpovědi připojit krátký komentář.

Tyto klíčové „turistické“ otázky je důležité otevřeně rozebrat, neboť vám pomohou rozhodnout se o celkových i dílčích cílech plánu. Interpretaci pak lze využít jako pomocný prostředek k řešení některých otázek, například pomocí citlivého umístění značení v terénu nebo takového vedení stezek, které brání, aby lokalita byla zahlcena návštěvníky a docházelo k nadměrnému rušení zvířat.

Každé „úrovni závažnosti“ (1–4) lze přiřadit hodnotu tak, aby bylo možné vyhodnotit relativní význam každé otázky: 4 (velmi znepokojeni) = 4 body, 3 (dosti znepokojeni) = 3 body, 2 (vcelku spokojeni se stávajícím stavem) = 2 body a 1 (není problém) = 1 bod.

Mezi otázky, které můžete s lidmi takto konzultovat, patří: dostupnost celé oblasti, dostupnost konkrétních lokalit, informace pro návštěvníky, délka turistické sezony, počet návštěvníků, parkování, ubytování návštěvníků, rušení zvířat, charakter oblasti, odpadky apod.

## 8. Finalizace plánu

Finalizace a distribuce závěrů plánu je důležitou součástí celého procesu. Dbejte na to, aby plán byl formulován jednoduše a pokud možno bez použití odborné terminologie. Vyhněte se také přílišné kritičnosti nebo bojovnosti. Musíte totiž počítat s tím, že někteří lidé si ve zprávě nejprve najdou pasáže, které se týkají přímo jich, a budou je číst vytržené z kontextu.

### Kdo zprávu uvidí?

Závěrečná zpráva bude patrně zajímat několik různých cílových skupin a vy byste si měli promyslet, zda ji nebu-

dete prezentovat v několika různých podobách. Plánovací skupina a hlavní financující úřady budou potřebovat celou zprávu z procesu plánování interpretace, aby závěrečná doporučení bylo možno umístit do odpovídajícího rámce.

Pro potřeby místních skupin a jednotlivců ale může být lepší zhuštěná verze. Ta může v obrysech představit výsledky veřejných konzultací, hlavní identifikované zdroje dědictví, témata interpretace a doporučení.

## 9. Realizace – jak vdechnout plánu život

Některé venkovské regiony byly předmětem řady studií motivovaných snahou řešit důležité otázky jejich rozvoje. Místní lidé tyto studie často považují za zbytečné a samoúčelné. Místní plán interpretace může být také vnímán

jako další zpráva do šuplíku. Jak tomu zabránit a zajistit, aby plán naopak fungoval jako pracovní dokument pro praktickou potřebu, kostra, v jejímž rámci lze pracovat na úspěšných projektech? První chybou by bylo čekat,

že by jeden úřad nebo jednotlivec na sebe vzal břemeno plán koordinovat. Často bude třeba řešit složité otázky a dobrý způsob, jak to zajistit, bývá ustavení realizační skupiny. Tato skupina musí dodržovat kolektivní přístup, aby mohla zajistit, že různé projekty realizované úřady, nezávislými skupinami a jednotlivci budou průběžně konfrontovány s rámcem přijatého plánu. Jednotlivé

projekty mohou snadno získat takovou dynamiku, že se plán bude zdát irelevantní. Je ale třeba, aby všichni účastníci prokázali jistou míru vnitřní disciplinovanosti a plánu se přidrželi. Jinak totiž hrozí, že dílčí projekty budou vytrženy z celkového kontextu a celý proces poškodí.

## VI. Funguje vám to?

Když vynaložíte tolik úsilí na vytvoření plánu a jeho realizaci, jistě budete chtít vědět, zda jste dosáhli cíle, který jste si na začátku stanovili. K tomu budete potřebovat interpretaci zhodnotit neboli evaluovat. Evaluace je systematické zhodnocení toho, zda něco řádně funguje. Podmínkou je, že musíte předem stanovit kritéria funkčnosti. Většinou tato kritéria odpovídají dílčím cílům. Evaluace by vám měla říci, zda tyto cíle naplňujete, a podložit tuto skutečnost pádnými důkazy spíše než osobním názorem nebo pocitem. Může se vám zdát, že projekt funguje dobře, a citovat například názory návštěvníků, které váš pocit potvrzují, ale to není skutečný důkaz. Z něj při rozhodování o dalších krocích nemůžete s klidným svědomím vycházet.

### 1. K čemu vyhodnocovat interpretaci?

Hlavní důvody pro evaluaci interpretace jsou:

- stanovení její úspěšnosti či efektivity
- její další vylepšení

Poněvadž evaluace vyžaduje hodnocení fungování v rámci známých a definovaných cílů, je důležité, aby tyto cíle byly stanoveny přesně. Interpretace v mnoha případech nemá žádné jasné cíle nebo jsou definovány tak vágně, že jejich následná evaluace je obtížná.

Aby byly užitečné, vaše cíle by měly být „KOSMOČ“, což znamená:

- **Konkrétní:** víte přesně, čeho chcete dosáhnout



*Reakce návštěvníků lze sbírat tak, že jim necháte dotazníky k samostatnému vyplnění*

- **Odpovídající** lokalitě a posluchačům
  - **Střízlivé:** máte rozumnou šanci je naplnit
  - **Měřitelné:** víte, jak je chcete měřit
  - **Omezené časově:** víte, kdy mají být dosaženy
- Užitečné může být roztrždit dílčí cíle na managementové a interpretační.

### Managementové cíle

Managementové cíle stanoví, čeho chcete dosáhnout jako správci lokality nebo zástupci zodpovědné organizace. Většinou se vztahují k plánu jako celku. Mohou to být:

- finanční cíle – např. zvýšení výdajů návštěvníků
- cíle v oblasti řízení návštěvníků – např. usměrnění pohybu a aktivit návštěvníků
- organizační cíle – např. posílení identity řídicího úřadu/agentury
- marketingové cíle – např. účinná propagace lokality přitahující více návštěvníků

Příklady managementových cílů:

- nárůst útraty návštěvníků v obchodě/kavárně o 5 % ročně po dobu nejbližších pěti let
- nárůst celkového počtu návštěvníků na 50 000 ročně během 3 let
- omezení počtu návštěvníků sbírajících kosatce v NPR Děvín o 75 % v tomto roce

Takovéto cíle můžete zhodnotit nějakou formou sčítání, například osob nebo pokladních bloků. Samozřejmě že interpretace představuje pouze jednu z cest, jak těchto

cílů dosáhnout. Jejich naplnění můžete pomoci rovněž vhodným marketingovým programem nebo investicemi.

## 2. Kdy hodnotit?

Evaluace by měla být součástí plánování interpretace od samého začátku a neměla by být považována za něco, co lze udělat (v lepším případě) až po dokončení projektu. Typ evaluace, který budete provádět, bude záviset na fázi, ve které se nacházíte.

### Před začátkem

Evaluace může být užitečná ještě předtím, než učiníte první rozhodnutí, především ve fázi, kdy provádíte průzkum otázek a témat a rozhodujete se o cílech vaší interpretace. V této fázi se snažíte hledat odpověď na otázky jako: „Co naše publikum o této otázce už cítí nebo ví, jaké o ní má předsudky, jak velký o ni bude mít pravděpodobně zájem a jak se vůči ní chová?“

Je možné, že odpovědi na tyto otázky změní cíle vaší interpretace. Čím více budete vědět o názorech, pocitech a přesvědčení vašeho publika ve vztahu ke zkoumané otázce, tím úspěšněji budete schopni s nimi prostřednictvím interpretace komunikovat.

### Během příprav interpretace

Poté co určíte témata a cíle interpretace, začnete s navrhováním médií, která je budou zprostředkovávat ostatním. Účelem hodnocení reakcí vašeho publika bude v této fázi ujistit se, že připravené návrhy jsou funkční. Skici a makety expozic, návrhy textů a ilustrací na štítky, letáčky a panely lze využít při hledání odpovědí na otázky typu „Rozumí naši návštěvníci jasně tématu?“, „Chápu základní myšlenky a termíny?“, „Je grafika přehledná?“, „Přitahuje a udržuje expozice jejich pozornost?“.

Když si ověříte reakce návštěvníků a přizpůsobíte jim své návrhy, můžete zajistit, že konečná verze interpretace bude maximálně účinná.

### Po dokončení projektu

Jakmile jste navrhli a vyrobili interpretaci, můžete se začít ptát „Jak jsme byli úspěšní?“ Evaluace v této fázi znamená závěrečné hodnocení, do jaké míry výsledná interpretace naplňuje stanovené cíle. Ale po dokončení projektu bývá většinou příliš pozdě na nápravu, a právě proto je třeba s evaluací počítat a pracovat už od samého počátku.

## 3. Jak na to?

Způsob, jakým budete provádět evaluaci, bude záležet na tom, jaké otázky potřebujete zodpovědět, interpretaci jakého typu budete hodnotit, v rámci jakého rozpočtu a jaké technické nároky jsou spojeny se sběrem nebo analýzou dat. Metody evaluace lze dělit na:

- nepřímé metody – chování návštěvníků je pozorováno bez jejich vědomí

- přímé metody – návštěvníci jsou zapojeni prostřednictvím rozhovorů nebo dotazníků
- kvantitativní metody – poskytují numerická data ve formě počtů, délky stráveného času, kódovaných dat z dotazníků apod.; takováto data mohou být statisticky zpracována

- kvalitativní metody – poskytují data ve formě názorů, přístupů, dojmů a pocitů nebo popisů chování

## Nepřímé metody

Tyto metody zahrnují sběr dat formou pozorování chování návštěvníků nebo posloucháním jejich rozhovorů. Tyto metody mohou být jak kvantitativní, tak kvalitativní.

Pozorovací metody vyžadují definování určitých způsobů chování, které vás zajímají, a počítání jejich výskytů nebo měření délky jejich trvání. Nejsnazší je, když pozorovatel má seznam typů chování, do kterého může chování každého pozorovaného návštěvníka jednoduše



*Když se lidé nadlouho zastaví u tohoto panelu ve Křtinách, je to tím, že je informace zaujaly, že se snaží je pochopit, nebo se jen tak zasnili?*

označit. Je důležité, aby sledované chování bylo definované jednoznačně, například „dotýká se expozice“, „text hlasitě předčítá druhým“, „jde mimo stezku“, „zkouší model kolovrátku“ apod. Pozorování lze provádět z jednoho místa a většinou se zaměřují na jednu expozici. Jiné studie mapující chování mohou sledovat, jak návštěvníci využívají prostor, který mají k dispozici. Například v galerii se zjišťuje počet návštěvníků na určitém místě v určitém čase. Podobně mohou být návštěvníci sledováni, to znamená nevtíravě následováni, a jejich pohyb prostorem zaznamenán (včetně určení času, který strávili ve vybraných bodech, a popisu jejich chování). Význam těchto metod spočívá v tom, že dávají informaci o skutečném lidském chování. Neříkají nám, na co lidé myslí nebo co cítí, a může být zavádějící usuzovat na to z jejich chování.

### Naslouchejte svým návštěvníkům

Diskrétní (!) naslouchání tomu, co si mezi sebou návštěvníci povídají, může být účinný způsob, jak zjistit jejich bezprostřední reakci na interpretaci. Může vám to přinést náznaky myšlenek a pocitů, které jste inspirovali – rovněž se můžete dozvědět o nedorozuměních a nepochopeních, která je třeba napravit. Například návštěvníci vyhlídky nad nádherným říčním kaňonem v jižní Francii byli často slyšeni, jak říkají něco ve smyslu „To musely být ledovce, které to tady vytvořily“. Ovšem ledovce ve skutečnosti nikdy do této části Francie nedosáhly. Nová interpretace by tady měla zdůraznit sílu samotné řeky a její schopnost vymodelovat hluboké údolí.

## Jak přitažlivá je vaše expozice?

Dva dobře známé číselné parametry úspěchu expozice lze získat z prostého pozorování celkového počtu návštěvníků a délky času, který v expozici strávili.

- Přitažlivost expozice (attraction power) je procentní podíl počtu lidí, kteří se v expozici zastaví, z celkového počtu návštěvníků, kteří jí projdou (včetně těch, co se zastaví). Přitažlivost je jednoduché měřítko toho, jak úspěšně expozice dokáže upoutat pozornost lidí. Například předpokládejme, že 60 lidí projde kolem expozice věnované spřádání vlny a 15 z nich se u ní zastaví a prohlédne si ji. Přitažlivost této expozice je  $(15 / 60) \times 100 = 25 \%$ .
- Síla expozice (holding power) je procentní podíl průměrné délky času stráveného lidmi v expozici z celkové doby nutné k jejímu přečtení nebo prohlédnutí. Tento údaj je měřítkem toho, do jaké míry dokáže expozice udržet zájem lidí, kteří se u ní již zastavili. Pro osvětlení předpokládejme, že potřebujete 10 minut na to, abyste přečetli všechny texty na panelu a vyzkoušeli malý model, který tvoří jeho součást. Pokud lidé u panelu průměrně stráví 1,5 minuty, jeho síla činí  $(1,5 / 10) \times 100 = 15 \%$ .

## Přímé metody

Chcete-li zjistit, co si návštěvníci o něčem myslí nebo co cítí, musíte se jich zeptat. Existují tady dvě hlavní metody: dotazníky a rozhovory.

### Dotazníky

Můžete je rozdat návštěvníkům, aby je samostatně vyplnili, nebo dotazník můžete využít jako základ strukturovaného rozhovoru. Pravděpodobně budete pracovat s kombinací uzavřených a otevřených dotazů. Uzavřené dotazy mají omezenou škálu možných odpovědí. Nejjednodušším příkladem uzavřeného dotazu jsou otázky, na které se dá odpovědět „ano/ne“. Jindy může být odpověď více, ale všechny jsou dopředu definované. Uzavřené otázky poskytují data, která lze snadno kódovat, sčítat nebo jinak početně zpracovávat.

V případě otevřených otázek nejsou odpovědi dopředu specifikované a dotazovatel obvykle zapíše odpověď. Odpovědi mohou být později také kódovány nebo zpracovávány individuálně jako kvalitativní data. Otevřené otázky dotazovaným umožňují volně vyjádřit své pocity, názory a přístupy.

Jednou z variant otázek je využití seřazování. Například:

*Seřadte následující typy krajiny podle toho, jak moc byste je chtěli navštívit:*

*hory*

*vřesoviště*

*písečné pobřeží*

*řeky a jezera*

*skalnaté pobřeží*

*obdělávané nížiny*

Jinou variantou je použití tvrzení a zjišťování míry souhlasu či nesouhlasu dotazovaného s výrokem. To je jedna z cest, jak můžete zhodnotit názory nebo pocity návštěvníků, například:

*Řekněte, prosím, které číslo na stupnici odpovídá vašim pocitům ohledně výroku: „Lov a zpracování sledů už nikdy nebudou to, co bývaly kdysi.“*

1	2	3	4	5
rozhodně ano	spíše ano	nemám názor	spíše ne	rozhodně ne

Součástí těchto metod bývá často využití karet. Tazatel ukáže dotazovanému několik karet, které obsahují možné odpovědi nebo hodnocení a zaznamená jeho odpověď.

Dotazníky k samostatnému vyplnění návštěvníky mohou být rozdávány nebo zaslány lidem, kteří je vyplní podle svého uvážení. Problémem tady může být jejich nízká návratnost, zvláště je-li obsah dotazníků pro respondenta nezáživný. Dotazníky vyplňované dotazovatelem jsou náročnější na čas, ale většina lidí ráda odpoví na dotazy týkající se interpretačního zařízení, pokud je tazatel příjemný a dotazování netrvá dlouho. Mělo by trvat nanejvýš pět až deset minut.

Navržení dotazníku může být složité a tato kapitola nemůže důkladně rozebrat všechny podrobnosti. Možná literatura pro další studium je uvedena na konci publikace.

## Kvalitativní metody

Tyto metody zahrnují sběr takových dat, jako jsou komentáře, návrhy, přístupy, konverzace nebo způsoby chování. Tato data nejsou zpracovávána numericky, ale obvykle je hodnotitel popíše, rozřídí a pečlivě interpretuje. Kvalitativní metody mohou zahrnovat částečně strukturované rozhovory s jednou osobou nebo častěji se skupinou – často nazývanou ohnisková skupina (tzv. focus group). Rozhovory se obvykle nahrávají k pozdější analýze. Úkolem tazatele je klást otevřené otázky a směřovat diskusi k prozkoumání určitého tématu do patřičné hloubky a přitom zkoumat zkušenosti, vjemy a pocity, které lidé k danému tématu chovají.

Pokud se rozhodnete pracovat s ohniskovou skupinou, měli byste si rozmyslet, které oblasti je třeba prozkoumat, a načrtli si hlavní body diskuse, které nesmíte opomenout. Musíte se rovněž rozhodnout, kdo je vaše cílové publikum a jak do své skupiny seženete lidi. Obvykle se získávají dosti homogenní skupiny, aby reprezentovaly konkrétní výseč cílového publika, a pokud je to nutné, uspořádá se několik setkání se skupinami o různém složení. Skupiny by mělo tvořit 8 až 10 lidí, schůzky by měly být pořádány v komfortním prostředí s občerstvením a trvat nejvýše hodinu a půl. Chcete po lidech, aby vám věnovali značný čas, a tak za úvahu stojí poděkování formou nějakého drobného daru nebo peněz.

V rámci setkání skupiny by se měl tazatel pokusit vytvořit uvolněnou neformální atmosféru a usměrňovat tok diskuse tak, aby pokryla všechna důležitá témata. Tazatel musí skupinu řídit, aniž by brzdil její aktivitu nebo ji jakkoli v názorech ovlivňoval. Měl by také dohlédnout na to, aby každý měl dostatečnou příležitost promluvit.

Analýza skupinové diskuse by se měla provádět nad jejím zvukovým nebo písemným záznamem a vyžaduje hledání klíčových témat vztahujících se k celkovým cílům evaluace. Měly by být zachyceny body, na kterých se skupina shodla i neshodla. Podstatné je i to, jak silně lidé zastávají určité postoje a do jaké míry mají zájem o předkládaných tématech diskutovat.

## 4. Kdy použít kterou techniku hodnocení

Různé metody evaluace jsou vhodné v různých fázích plánování interpretace. Následující tabulka nabízí určité

vodítko k tomu, kdy je nejlepší použít jaké metody a jak je její použití časově náročné.

Fáze plánování	Metoda hodnocení	Potřebný čas
Před začátkem	ohniskové skupiny dotazníkový průzkum	3 osobodny* na každou skupinu 8 a více osobodnů
Během přípravy interpretace	pozorování a jednoduché dotazníky s tazatelem	2 a více osobodnů na objekt interpretace
Po skončení realizace	všechny metody, ale především pozorovací studie a dotazníkový průzkum	7 a více osobodnů

\* „osobodnem“ se myslí práce 1 člověka 8 hodin, resp. 2 lidí po 4 hodinách atd.

## 5. Otázky měření a volby vzorku

### Je vaše metoda platná?

Každý, kdo něco hodnotí, si musí položit několik důležitých otázek. První otázka se týká platnosti metody – je zvolená technika vhodná k tomu, co se snažíte zjistit? Lze například usuzovat na zajímavost panelu jen z délky doby, kterou před ním lidé stráví? Platí předpoklad, že délka času stráveného před panelem je platným měřítkem jejich zájmu?

### Je vaše metoda spolehlivá?

Jiná, související otázka se týká spolehlivosti dat. Dává použitá technika konzistentní hodnoty bez ohledu na různý čas a osoby, které ji používají? Je-li technika spolehlivá v čase, znamená to, že z ní vyjdou (s jistou tole-

rancí) stejné výsledky, pokud bude opakovaně využita k měření stejné věci a nenastanou jiné změny. Konzistentnost mezi pozorovateli je důležitá u technik využívajících zaškrtávací seznamy typů chování. Technika nebude spolehlivá, pokud si různí pozorovatelé budou různě vykládat stav popsany například jako „návštěvník čte text panelu“.

### Je váš vzorek reprezentativní?

Otázky týkající se volby vzorku jsou důležité pro závěry, které hodláme vyvodit z jakékoli evaluace. Pokud chcete zjistit, zda se návštěvníci něco dozvěděli z konkrétního prvku interpretace, je pravděpodobné, že se každého nebudete moci osobně zeptat. Místo toho se budete



muset dotázat zvládnutelného zlomku celkového počtu – neboli vašeho vzorku.

Pokud máte na základě dat obdržených ze vzorku činit nějaké obecnější závěry týkající se všech návštěvníků, vzorek musí být *reprezentativní*. Znamená to, že bude muset mít stejnou strukturu různých podskupin, které existují v souhrnu všech vašich návštěvníků. Musí být například zachován stejný podíl mužů a žen, rodinných skupin, nových a opakovaných návštěvníků atd.

Obvykle se to v praxi dělá tak, že se vezme náhodný vzorek. To znamená, že každý z vašich návštěvníků by měl mít stejnou pravděpodobnost, že se do vzorku dostane. Jinak hrozí, že váš vzorek bude obsahovat pouze přitažlivé lidi nebo návštěvníky, kteří vypadají přístupně! Jiné deformace mohou nastat, když budete rozhovory provádět pouze o víkendech nebo jen v létě, tedy oslovíte pouze určitou podskupinu vašich návštěvníků.

## Kolik je dost?

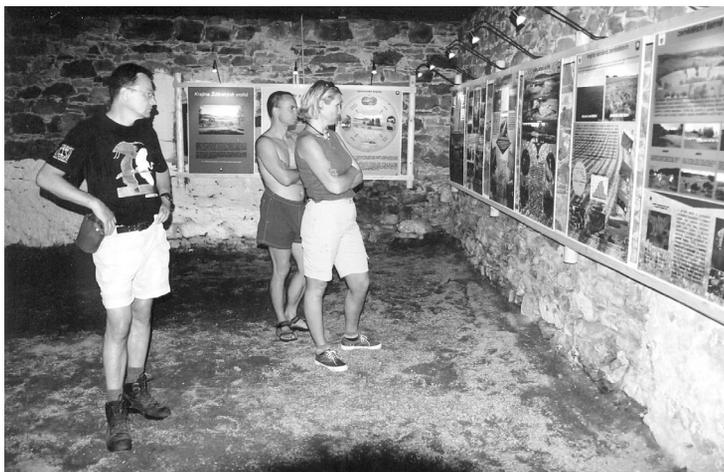
Vždycky se hledá kompromis mezi časovými a finančními možnostmi a statistickou přesností. Pokud chcete srovnávat data mezi různými podskupinami vašeho souboru, potom byste v žádné podskupině neměli mít méně než 50 položek.

## Výjimky z pravidla

Evaluační průběhu příprav interpretace nevyžaduje velký počet pečlivě vybraných jednotlivců, protože vaším cílem je zjistit, zda něco funguje nebo ne (a v tom případě to změnit). Malý vzorek lidí, obvykle pět až deset,

bude stačit, abyste se dozvěděli, ve kterých oblastech jsou nutná zlepšení.

U ohniskových skupin, které mají jen 8 až 10 účastníků, je důležité, aby byly co nejhomogennější. To znamená, že každá skupina by se měla skládat ze členů jedné podskupiny návštěvníků, například turisté přijíždějící z Německa, návštěvníci, kteří cestují individuálně, rodiny



*Příjemný chládek expozice ve Žďárských vrších jistě ocení návštěvníci stejně jako zajímavé informace*

bez dětí mladších než 16 let žijících ve společné domácnosti. Abyste získali profil návštěvníka lokality, budete potřebovat několik ohniskových skupin.

## Další literatura

Tato kapitola se nemůže do hloubky věnovat všem aspektům navrhování evaluační studie. Jejím cílem je načrtnout určitá východiska, ale pokud si chcete udělat hloubkovou evaluaci, a zvláště pokud budete přitom chtít využít statistické analýzy, budete muset načerpat další informace u odborníků nebo v doporučené literatuře.

### Mají zájem, nebo je jim zima?

Pokud by studie mapující chování ukázala, že mnoho lidí strávilo delší čas v konkrétní muzejní expozici vystavující neolitické kamenné artefakty, mohli byste vyvozovat, že lidi tato expozice skutečně přitahuje a stráví v ní dlouhý čas díky její informační hodnotě. Ale pak byste mohli zjistit, že evaluace byla prováděna v zimě, že v této expozici bylo znatelně tepleji než v kterékoli jiné, a proto tady lidé setrvali déle a ostatní expozice jen rychle proběhly.

## VII. Návrh a realizace interpretace

Tato kapitola vám nabízí pomoc při navrhování a realizaci interpretace. První dvě podkapitoly shrnují základní zásady účinné interpretace. Tyto principy platí bez ohledu na to, zda plánujete exkurzi s průvodcem, letáček nebo výstavní expozici. Další podkapitoly pak obsahují praktické postřehy týkající se různých interpretačních médií. Většinou platí, že nejlepším způsobem interpretace je osobní prezentace, ale letáčky, panely a další metody budou muset živého průvodce často nahradit a vést, vést a bavit vaše návštěvníky. Hlavní zásady platí stejně, ať pracujete samostatně a potřebujete se dohodnout s výrobcí a tiskárnami nebo pracujete v týmu a třeba zaměstnáváte konzultanty a grafiky či školíte průvodce.

### 1. Kdy komunikace funguje?

#### Principy komunikace

Aby mohla interpretace dobře fungovat, musí respektovat obecné principy dobré komunikace. Na základě výzkumů byly vytvořeny zásady toho, co lidem pomáhá zaměřit jejich pozornost, nechat se zaujmout a zapamatovat si nové informace či myšlenky. Existují čtyři důležité principy, které je třeba respektovat:

- upoutejte pozornost
- zpřijemněte komunikaci
- komunikujte relevantně k publiku
- poskytněte strukturu

#### Upoutejte pozornost

První věcí, kterou musíte udělat, pokud chcete svému publiku cokoli sdělit, je získat si jeho pozornost. Pokud lidi něčím nezaujmete, nemůžete jim své poselství předat. Jako příklad může posloužit leták s atraktivní nebo zářivě barevnou obálkou, která na něj mezi ostatními tiskovinami upozorňuje. Nebo můžete použít velký titulek na panelu, abyste zachytili pozornost procházejících.

Podobně jako v novinových titulcích může zároveň překvapit a shrnout hlavní bod sdělení. Na stezce starým Edinburghem stojí u skupiny stromů panel s nadpisem: „Stojíte na správném nástupišti?“ Z nádraží, které tady kdysi bývalo, nic nezbylo, takže titulek se snaží chodce překvapit a přivést je k tomu, aby si přečetli více.

Upoutat pozornost publika je jen první krok k úspěchu. Zvláště pokud je váš příběh dlouhý a komplikovaný, musíte vyvinout úsilí, abyste si pozornost udrželi – aby lidé „byli s vámi“. Jak na to? Překvapení a triky musíte používat s mírou, jinak by se vaše interpretace stala velmi únavnou. Můžete si ale dát pozor na to, abyste veškeré texty psali jednoduchým a snadno čitelným stylem nebo každou část prohlídky s průvodcem končili ve stylu detektivky na pokračování: „Pokud mne budete následovat do sousední budovy, dozvíte se, jak to bylo dál...“ K jiným nástrojům na udržení lidské pozornosti patří aktivity, které lidé mohou dělat ve skupině nebo v rámci rodiny, a využívání různých typů médií. V praxi to znamená dát lidem věci do ruky, ukázat jim obrázky, nabídnout text ke čtení a třeba mít i na trase někoho, kdo v určitý okamžik nabídne názornou demonstraci.

## Nemáte vodítko pro psa? Vezměte si naše!

Překvapení a neobvyklost je vždy dobrý způsob, jak upoutat pozornost. Projekt na Norfolk Coast si předsevzal stimulovat návštěvníky pláže, aby své psy vedli na vodítku. Ukázalo se však, že jen málo lidí si četlo tabulky, které je prosily, aby vodítka používali. Vedení projektu se proto rozhodlo vyrobit pár provizorních vodítek ze silonového provazu používaného v lisech na slámu a pověsili je na háčky pod zmíněnou tabulku. Více lidí se u ní zastavilo a přečetlo její obsah, a třebaže jen málokdo použil nabízená vodítka, mnohem více lidí si uvědomilo poselství a začalo používat svá vlastní.

## Zpříjemněte komunikaci

Lidé budou věnovat pozornost něčemu, co je jim příjemné, i když vědí, že by svou pozornost měli věnovat něčemu jinému. Vyrušil vás někdy z přípravy na zkoušku fotbalový zápas nebo klábosení s kamarádem? Takže chcete-li získat a udržet pozornost lidí, přemýšlejte také o tom, jak svou interpretaci můžete zpříjemnit.

## Buďte relevantní – osobně a smysluplně!

Pokud má vaše interpretace mít nějaký efekt, musí být relevantní vzhledem k publiku, které se snažíte oslovit. Sam Ham ve své knize „Environmental Interpretation“ říká, že pokud něco má být pro určité publikum relevantní, musí to být současně smysluplné a osobní.



Interpretace v této zrekonstruované viktoriánské lékárně v Blists Hill, Ironbridge, může stavět na soudobé zkušenosti s nakupováním léků

## Komunikujte smysluplně

Myšlenka smysluplnosti komunikace je prostá: lidé nemohou chápat něco, co přesahuje obzor jejich zkušenosti. Extrémním příkladem může být podání výkladu v jazyce, kterému posluchači nerozumějí. Není moc pravděpodobné, že byste svému publiku provedli něco takového, ale přesto si dejte pozor na tzv. profesionální deformaci. Protože s určitými myšlenkami a fakty již dlouho pracujete, připadají vám zcela samozřejmé. Pro vaše posluchače ale mohou být naprosto nové a nesrozumitelné. Vždy mějte na paměti, že interpretace může pouze poskytnout úvod do problematiky, která je pro vaše návštěvníky pravděpodobně nová nebo se o ni zajímají pouze během své návštěvy.

Tento problém můžete dobře řešit např. pomocí „můstků“ spojujících to, co lidé už vědí, s novými informacemi, které chcete, aby pochopili. Lidská mysl je tak uzpůsobena, že se rychleji naučí nové věci, pokud je dokáže spojit se znalostmi, které již získala. Počítačové manuály toho využívají, například když přirovnávají systém ukládání dat na disk ke knihovně, počítačové adresáře k šanonům v této knihovně a datové soubory k papírovým listům sepnutým v těchto šanonech.

Existují i jiné věci, které mohou působit potíže. Dávejte si pozor na používání slov, která možná znáte už léta, ale vašim návštěvníkům mohou znít jako cizí jazyk. „Biotop“, „architráv“ a „presbyterium“ budou zcela pochopitelné pro ekologa, architekta, respektive církevního historika, ale ne pro většinu návštěvníků lesního parku, hradu či kostela. Své texty nebo výklad si nechte překontrolovat člo-



*Průvodkyně Cynthia Harrellová používá jako pomůcku k objasnění vzniku údolí Grand Canyon stavebnici Lego*

věkem, který vaši tematiku nezná. A pokud se nevyhnete použití technických a odborných termínů, pak je vždy vysvětlíte.

### Komunikujte osobně

Komunikovat osobně znamená hledat cesty jak to, co sdělujete, propojit se zkušeností návštěvníků. Důvodem je fakt, že věci, které pokládáme za důležité, dokáží silně stimulovat naši pozornost. Díky tomu něco dokážeme rozpoznat a zapamatovat si, i když jsme značně rušeni. Vezměte si například sílu svého jména. Nacházíte se v přeplněné hlučné místnosti a zaslechnete, že o vás někdo začne hovořit. Co uděláte? Okamžitě napnete uši a pokusíte se poslouchat, co říká.

Síla jména je velká, ale jsou i jiné způsoby, které jsou téměř stejně účinné. Všichni lidé mají tendenci hledat přístřešek a jídlo, takže když interpretaci spojíte s naplněním těchto základních potřeb, usnadní vám to vytvoření osobního kontaktu s publikem. Pokud znáte zemi, z níž vaše skupina pochází, můžete toho využít. Například průvodce provádějící francouzskou skupinu palír-

nou slivovice ve Vizovicích, může zkusit zdůraznit význam tohoto nápoje takovýmto úvodem: „Vím, že vášní Francouzů je víno. U nás na Valašsku máme úplně stejný vztah ke slivovici a existuje stejně mnoho rozdílů mezi různými kvasy jako mezi různými odrūdami broznů...“

Osobní vztah můžete prohlubovat také tím, že zmíníte věci, které souvisejí s vaším tématem a vaši návštěvníci je sami mohli zažít. Když budete objasňovat, jak bakterie rozkládají odumřelé listy, mohli byste například napsat: „Pokud jste někdy měli vlastní kompost, asi víte, jak se dokáže uvnitř zahřát. Toto teplo produkují miliony bakterií...“ Ne každý, kdo si váš text přečte, měl na zahradě hromadu kompostu, ale pro ty, kteří ano, jste vytvořili jemné, ale skutečné pojitko s jejich vlastní zkušeností, které jim pomůže pochopit a věnovat pozornost tomu, co jim chcete sdělit.

**Graselova stezka**

1,1 km Slavonice  
1,7 km Pomník bojarů Balabeků  
3,4 km Lesní rybník  
3,0 km Graselova stezka a Schillerovy kašny  
0,5 km Vodní pila Peníkov  
0,2 km Francouzský kámen Pařbítov  
0,9 km Vyháňka nad Rudolcem  
0,8 km Český Rudolec

### Vodní pila Peníkov

Vodní pila Peníkov z roku 1865 je příkladem lidové architektury. Svou technologií je ukázkou řemeslné dovednosti sekerníků. Úplnost vybavení a původnost jejího stavu je u nás zcela ojedinělá, a i z evropského hlediska výjimečná. Celá pila včetně technologie je kulturní památkou.

Objekt je majetkem obce Český Rudolec. Rekonstrukci zajistilo občanské sdružení Zkrášlovací spolek Rudolecko. Obnovu unikátní dřevěné technologie provedl v roce 2003 sekernický mistr Jan Kudrna ml. z Radíkova.

Pilu vystavěl majitel sousedního, o dvě stě let staršího Doubkova mlýna. Nedaleký Peníkovský dvůr sloužil v minulosti jako hospodářské zázemí rudoleckého zámku. Pila byla do roku 1970 funkční a příležitostně v provozu. Poté došlo vlivem zanedbání údržby ke zničení vodních kol a k průsakům rybníka do podplí. Pronikající voda způsobila zborcení kamenných zdí, nesoucích celodřevěné vrchní patro stavby.

Pohon pily zajišťuje vodní kolo na «vrchní» vodu o průměru 3 metry. Na dubové hřídeli

je hlavní ozubené kolo, které pomocí pastorku roztáčí dřevěný setrvačnický. Pres klikový mechanismus a ojnicí je vodní energie přenesena na pílící list v dřevěném rámu. Posuv vozíku se dřevem do řezu je odvozen od pohybu dřevěného rámu. Malé vodní kolo se používá pro zpětný chod vozíku s upnutým kmenem.

© studio svestka

Text panelu Graselovy stezky má jasnou strukturu

## Poskytněte strukturu

Možná jste slyšeli radu týkající se veřejných projevů říkající přibližně toto: „*Řekněte jim, co řeknete, pak jim to řekněte, a pak jim řekněte, co jste jim řekli.*“ Tento na první pohled nesmyslný výrok skrývá velmi užitečné ponaučení – lidé snáze chápou a pamatují si informace, které mají jasnou strukturu.

Pokud úvodní text říká: „*Tato expozice je věnována tomu, jak velmi se lišil život rodin rybářů lovicích sledě od našeho dnešního způsobu života*“, dává návštěvníkům představu o tom, co mohou očekávat, a tím jim pomáhá informace snáze chápat.

Text by mohl pokračovat třeba takto: „*V první místnosti zjistíte, jak vypadal život na palubě lodi a jak se*

*rybáři o sebe starali. Druhá místnost vypráví příběh žen, které flotily doprovázely, a nahoře můžete vidět, jak vypadalo dětství na moři.*“ Tím jdeme ještě dál – nejenže představujeme strukturu obsahu výstavy, ale vysvětlíme i její fyzické ztvárnění, takže si návštěvníci snadno mohou najít část, která je zajímavá. Logické uspořádání výstavy návštěvníkům usnadňuje její sledování.

Nabízená struktura nezahrnuje pouze fyzické ztvárnění interpretace, ale i její obsah. Poskytnutím struktury dáváme návštěvníkům záchytné body pro pochopení jejího sdělení. Základním nástrojem pro poskytnutí struktury interpretace jsou témata (viz kapitoly I a V). Práce s tématy je navíc nejlepší zárukou, že budete nabízet skutečně interpretaci a ne pouze informace.

## 2. Osm základních pravidel interpretace

Tato základní pravidla platí pro veškerou interpretaci, bez ohledu na použitou metodu. Pokud se potřebujete ujistit, že dobře rozumíte kterémukoli z následujících bodů, vraťte se ke kapitolám I a V.



*Osobní interpretace oživuje zajímavou historii Solvayových lomů v Českém krasu*

**1. Budte selektivní a struční.** V projektech interpretace většinou nebývá nouze o materiál, myšlenky a příběhy. Nikdy není možné, ani vhodné, prezentovat veškerý dostupný materiál. *Vaším úkolem je vybírat a zjednodušovat* a k tomu potřebu-

jete téma či témata. Když text redigujete, raději škrtejte, než dopisujte!

- 2. Ujasněte si, ke komu hovoříte.** Publikace pro první stupeň základní školy bude psána a ilustrována jinak než materiál pro turisty na dovolené, i když se obě publikace budou věnovat témuž místu.
- 3. Používejte běžný jazyk.** Tak, aby vám rozuměli mladí i staří stejně jako lidé, pro něž váš jazyk není mateřštinou. Plyne z toho, že žargon (jazyk odborníků a nadšenců) a mnoho lokálních výrazů (nářečí) budou potřebovat vysvětlení. Vždy si některou z prvních verzí textu otestujte na lidech, kteří nejsou odborníci a nejsou místní. Pokud text nepochopili tak, jak jste zamýšleli, musíte jej přepsat.
- 4. Používejte příběhy a citace.** Odkazy na skutečné lidi, příběhy a události mohou oživit a posílit ducha místa a lokální kultury. Využívejte je!
- 5. Používejte metafory a přirovnání, jež mají vztah k dennímu životu.** Například popište objem dřeva vytěženého každoročně z lesa tak, že jej převedete na odpovídající počet nákladních aut nebo luxusních chat, které by se z něj daly postavit.

6. **Propojte všechny aspekty vašeho projektu.** Citlivá volba barev, stylu a materiálů může přispět ke zdůraznění místního genia loci a návštěvníkům může také pomoci odhalit jeho charakter. Podobně, když se rozhodnete vyprávět dramatický příběh, měla by to grafická podoba vaší interpretace odrážet.
7. **Veškeré směrovky, instrukce a upozornění musejí být jasné.** Neschovejte je do popisného

textu nebo do příběhu. Prezentujte je odděleně ve zvláštním rámečku nebo použijte jiný typ písma nebo barvu.

8. **Maximálně testujte své nápady.** Využívejte maket letáků nebo výstav, abyste zjistili jejich funkčnost. Vyčleňte si na to dost času a peněz. Vyplatí se to.

### 3. Osobní interpretace

Milý a zábavný průvodce představuje většinou nejúspěšnější způsob interpretace. Do osobní interpretace spadá:

- exkurze s průvodcem, pěší nebo s přepravou, po lokalitě nebo regionu
- exkurze do míst, kde lidé pracují nebo žijí, např. do palírny, den otevřených dveří na farmě
- sledování živých ukázek, např. tradiční řemeslné výroby
- poslouchání příběhů – skutečných i mytických
- účast v organizované aktivitě, např. instruktáž v poznávání ptáků
- sledování nebo i účast v představení, např. rekonstrukce historické bitvy

#### Výhody

Osobní interpretace má nepochybné kouzlo:

- Dokáže interpretovat složité procesy a pomoci lidem pochopit otázky nebo aktivity, na něž by se vůbec nezeptali.
- Nabízí velkou pružnost. Existuje téměř neomezený prostor pro experimenty a pro reagování na konkrétní publikum a jeho potřeby.
- Může být finančně efektivní, nevyžaduje velké investice.
- Může přinášet příjem.
- Může poskytnout zaměstnání.
- Může nabídnout možnost, jak oslavit život komunity, podělit se o některé aspekty jejího života nebo komunitu posílit.

#### Nevýhody

Programy osobní interpretace:

- bývají obvykle náročné na organizaci a vyžadují týmy lidí, kteří zajišťují podporu
- nejsou nikdy ukončené, musí být pružné k různým požadavkům, předvídat další vývoj a být tvůrčí
- vyžadují trvalé odhodlání všech zúčastněných udržet vysokou úroveň kvality; to může být ale také velká výhoda – je to způsob, jak dosáhnout uspokojení a radosti jak na straně poskytovatele, tak návštěvníků

#### Školení

I když mají vaši průvodci nebo hostitelé „talent od pána-boha“ a o svém tématu dokáží hovořit bez jakékoli přípravy, pravděpodobně se neobejdou bez nějakého proškolení, například v oblasti:

- jak účinně hovořit k velkým skupinám, uvnitř a venku, bez křičení
- strukturování a časování jejich výkonu či exkurze pro dosažení maximálního efektu
- jednání s obtížnými klienty a řešení opakovaných otázek
- péče o všechny skupiny, handicapované a cizojazyčné hosty
- řešení nehod a neočekávaných událostí, například současného příjezdu dvou skupin

Žádné dva dny nebudou úplně stejné. Všichni zapojení do programu nebo pečující o lokalitu musejí mít stejná

pravidla a musejí znát krizové plány. Jedno- až dvoudenní školení uzpůsobené vašim požadavkům a týmu by mělo pomoci získat důvěru a posunout vás o velký krok vpřed.

V ideálním případě by skupiny neměly být větší než 20 osob. To znamená, že skupina z jednoho autokaru by měla být rozdělena na poloviny nebo na třetiny.

## 4. Venkovní panely

Venkovní panely často plní několik úkolů – mohou návštěvníky vítat, nabízet jim základní orientaci, a samozřejmě poskytovat interpretaci.



*Panely je potřeba umísťovat tak, aby nebránily výhledu*

### Výhody

Venkovní panely mohou vítat návštěvníky a ukázat nebo vysvětlit jim:

- kde se nacházejí: „Toto je úvod stezky dědictví. Abyste se dostali k hradu, musíte přejít přes lávku...“
- co tady mohou vidět a dělat, jaká je otevírací doba apod.
- rozsah omezení týkajících se jejich volného pohybu
- výběr tras, které mohou použít

Všechny tyto informace jsou zásadní pro návštěvníka, jenž se musí rozhodnout, co bude dělat, jak stráví svůj čas na lokalitě a jak dlouho se zdrží. Pokud například bude od počátku vědět, že se v rámci prohlídky může zastavit i u jiné atrakce nebo se vrátit zpět přes jinou vyhlídku, může se rozhodnout pro delší pobyt.

Venkovní panely jsou rovněž užitečné pro:

- poskytování interpretace v kteroukoli denní a roční dobu a kdekoli je to nezbytné
- zaměření pozornosti návštěvníků, například k vysvětlení toho, co mohou pozorovat z vyhlídky
- doprovázení obrázků a schémat textem, například k demonstrování toho, jak byl hrad dobýván nebo jak žila komunita doby železné

### Nevýhody

Venkovní panely naopak nejsou tak vhodné v následujících případech:

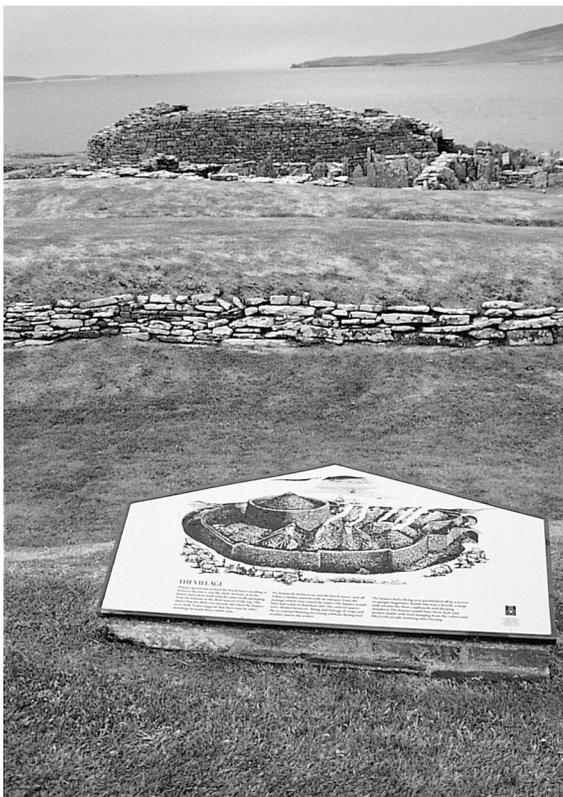
- Na místech nebo v situacích, kde by narušily atmosféru. Citlivý výběr materiálu, barev, velikosti, umístění a podpůrné konstrukce tady může velmi pomoci, ale jsou místa, kde by jakýkoliv objekt navíc jen pokazil dojem. Představte si panely na Karlově mostě...
- Pro vítání velkého počtu návštěvníků najednou. Tři lidé z autobusu se postaví před panel a zbytek kolem něj projde. Navíc panely nedokáží pohotově odpovídat na neočekávané otázky. Velké skupiny dokáže nejlépe oslovit člověk.
- Při vedení lidí rozlehlou lokalitou. Mapy na panelech ukazují možnosti a pomáhají při rozhodování, ale návštěvníci potřebují mít mapu u sebe nebo mít trasu značenou v terénu, aby ji dokázali využít.
- Pro udržování kontaktu s pravidelnými nebo místními návštěvníky. Pravidelní návštěvníci více ocení aktualizované informace o dočasných výstavách a udržování kontaktu prostřednictvím živějších médií, jako je například místní tisk.
- Při interpretování složitých příběhů na jednom panelu.
- Při dramatizování prohlídky s využitím zvuků, vůní a pocitů pohybu. Mluvený komentář a využití multimédií bude v takových případech vhodnější.

- Při pravidelném ničení vandaly a tvrdými povětrnostními podmínkami, ale také dobyt看, který hledá něco, oč by se mohl podrbat na zádech, nebo ptáky, jejichž „plkance“ zakryjí vámi tak pečlivě vypilovaný text.

## Vytváření venkovních panelů

### Hlavně stručně

Buďte struční! Omezte se maximálně na 200 slov na panel a – pokud je to nutné – upozorněte, kde jsou vystaveny další předměty nebo kde jsou další informace. Většinou pomáhá, když se rozhodnete, které dvě či tři myšlenky chcete sdělit, a shrnete je do jasného tématu, např.: „*Horníci, kteří tady žili, měli těžký a náročný život, ale jejich vzájemné přátelství a podporu vesnice dodnes pamatuje a oceňuje, byť uplynuly už dvě generace.*“ Toto téma mějte během plánování panelu na paměti a ujistěte se, že každé slovo a obraz, který použijete, toto základní sdělení rozvíjejí.



*Atraktivní ilustrace na panelech pomáhají návštěvníkům porozumět archeologickým nálezům, jako v tomto případě v Broch of Gurness na Orknejských ostrovech.*

### Slovem nebo obrazem?

Pečlivě si rozvažte, jak můžete své poselství vyjádřit lépe – textem nebo obrázkem s popiskou. Ilustrace použijte pro znázornění věcí, které nelze vidět, které nejsou zřejmé nebo které dnes vypadají jinak. Ilustrace, které jen ukazují něco, co lidé mohou sami vidět, jsou bez dalších informací zbytečné.

Nepoužívejte ilustrace pouze k vyplnění prostoru. Velmi často se lze například setkat s panely hustě posetými obrázky rostlin. Dobrý design ale potřebuje dostatek prostoru, aby mohl dýchat.

Mnoho lidí se snáze orientuje v panoramatických mapách než v konvenčních topografických. Není snadné je nakreslit a je nutné pečlivě zvážit, co do mapy zahrnout. Vypuštěním nepodstatných detailů se klíčové části stanou zřetelnější. Orientujte mapu tak, aby lidé, kteří k ní přistoupí, viděli zobrazované body v terénu přibližně ve stejném směru jako na mapě.

Pérové kresby jsou velmi vhodné, zvláště pro znázornění rekonstrukcí nebo principu činnosti znázorněného objektu. Využívejte grafiku k vysvětlení procesů, například vzniku rašeliniště ukládáním vrstev rašeliničků, ale nezapomínejte na jednoduchost.

### Dobře čitelný

Text musí být dobře čitelný, vhodná výška písmen je nejméně 8 mm. Text rozdělte do bloků nebo odstavců přibližně o 50 slovech. Využívejte nadpisy pro upoutání pozornosti a zvýrazněte hlavní myšlenky. Barvy vždy vyberte a testujte venku, protože uvnitř vypadají dosti odlišně. Buďte opatrní při použití bílého pozadí. Bílá může hlavně za jasného počasí zářit a takovýto panel bývá příliš nápadný a zároveň se bez slunečních brýlí špatně čte.

### Dá se to vyrobit?

Už na samém začátku zvažte škálu materiálů, technik výroby a tisku. O detailech si promluvte s výrobcem. Předjete tak možnému zklamání, například vytvořením krásného díla, které však nelze danou technikou v uspokojivé kvalitě reprodukovat. Zkušený grafik vám tady může hodně pomoci, protože má přehled o různých možnostech. Pokud si grafický návrh děláte sami, promluvte si s několika výrobcem – firmami, které se specializují na jednu výrobní technologii, vám nemusí povědět o všech možnostech, které nabízejí jiné postupy.



## „Sedící“ panely

Zvažte, zda je vhodnější použít kolmý nebo skloněný panel – nejlépe v úhlu řečnického pultu. Pokud je to možné, připevněte panel na něco, co už stojí, například pokladnu nebo zeď. Pokud to nejde, budete muset vyrobit k panelu také vhodný stojan.

Nedávejte panely tam, kde brání ve výhledu. Pokud to jde, umísťujte je proti zdi, břehu nebo porostu, tak aby nevyčnívaly nad horizont. Na velmi otevřených lokalitách zvažte využití skloněného „sedícího“ panelu. Může být poměrně nízko nad zemí. Díky tomu lokalitu pohledově příliš nenaruší a navíc se bude snáze číst i dětem!

Vyhnete se umísťování panelu do plného slunečního světla, protože to urychluje rozpad většiny materiálů a blednutí barev. Prodloužením střechy na budově může vzniknout útočiště či veranda vhodné jak pro návštěvníky, tak pro panely.

## Příklad kalkulace ceny

Každý panel je jiný. Jeho cena bude záležet na tom, jak je složitý jeho návrh, kolik barev a jaký materiál a technologii chcete použít a jak panel upevníte. Při kalkulování ceny panelu musíte vzít v úvahu tři položky: zpracování návrhu, vlastní výrobu a vystavení. Pokud tedy sečtete všechno, může se snadno stát, že vás jeden panel přijde na 10 000, ale také na 50 000 Kč. Může se to zdát hodně, ale na druhou stranu zvažte, kolik lidí váš panel během pěti let použije. (Dále uvedené orientační ceny platily koncem roku 2003.) V kalkulaci nejsou zahrnuty náklady na to, aby někdo panely pravidelně kontroloval, čistil a opravoval, případně odstranil.

### Návrh

Hlavní částí ceny je zpracování návrhu panelu. Pod touto položkou se skrývá napsání a odsouhlasení textů, vytvoření ilustrací, grafický návrh a závěrečné grafické zpracování. Základem jsou kvalitní ilustrace, proto na ně nesmíte zapomenout v rozpočtu. Kresba rekonstruující podobu hradu nebo panoramatický pohled na kopce a údolí mohou samy o sobě přijít na tolik co všechno ostatní.

V tomto stadiu musíte investovat čas stejně jako peníze – například do průzkumu, konzultací s odborníky ohledně různých témat nebo do získání souhlasu vaší komunity s návrhy. To je potřeba udělat s první skicou, dlouho předtím než vznikne konečný návrh a grafický podklad pro výrobu.

Za návrhem jediného panelu se mohou skrývat týdny práce na průzkumu, návrhu textů, ověřování faktů, hledání a vytváření ilustrací a odsouhlasení prvního návrhu. I když budete využívat dobrovolníků, některé náklady stejně budete muset zaplatit. Nezapomeňte na to!

Samotný návrh panelu je vhodné udělat celý v počítači (např. v programu Corel nebo QuarkXPress), jakékoli změny jsou pak i po letech velmi jednoduché.

### Výroba

Cena panelů se velmi liší podle materiálu, který si zvolíte. Jako příklad uvádíme v poslední době běžně používanou tiskovou fólii Antigravity lepenou na hliníkový plech. Ta dává velkou volnost v designu a ilustracích, výsledek je poměrně odolný a může vydržet 5–6 let bez ztráty barevnosti. Za produkci panelu o rozměrech 1 200 × 800 mm dáte při použití této technologie a provedení stojny od 15 000 do 30 000 Kč i s usazením v terénu. Samozřejmě že existují dražší systémy a materiály, jako je bronz nebo kámen. U nich se cena pohybuje v mnohem vyšších úrovních a odpovídá jejich odol-



*Rám tohoto „panelu“ také interpretuje*

nosti. Pamatujte ale, že odolnější nemusí vždycky znamenat lepší. Módy a myšlenky se mění a po osmi letech můžete mít pocit, že je čas změnit přístup. Skutečně trvalé materiály se tedy hodí pro skutečně trvalé věci, jako jsou památníky a pomníky, spíše než pro interpretaci, která se může s časem vyvíjet.

### Vystavení

Výrobci panelů vám mohou nabídnout různé možnosti zarámování, vnitřní konstrukce a podpory či nohou. Náklady na vystavení mohou představovat značnou položku. Zejména pokud budete muset vybudovat podpůrnou strukturu nebo zpevněné stání kolem panelu.

Může se ale stát, že žádná z nabízených variant nebude pro vaši oblast vhodná. Když se vám podaří využít místní materiály, které více zapadnou a podpoří *genius loci* vašeho místa, vaše interpretace tím určitě získá v porovnání s použitím typizovaných prvků. Může se to projevit zvýšením nákladů, ale když například získáte dřevo darem nebo vám místní umělec zdarma zhotoví ilustraci, může být výsledná cena v rozumných mezích.

*Příklad kalkulace na jeden panel (ceny roku 2003, rozměr 1 200 × 800 mm, tištěná fólie Antigravity)*

Průzkum, texty, design	10 000 – 20 000 Kč
Ilustrace na zakázku	5 000 – 10 000 Kč
Výroba tabule	5 000 Kč
Rám a nohy – ocel + instalace	9 000 Kč
Rám a nohy – plast + instalace	13 000 Kč
Rám a nohy – hliník + instalace	20 000 Kč
Rám a nohy – dřevo + instalace	15 000 – 25 000 Kč
Celkově	30 000 – 60 000 Kč

### Umístění

Samotná volba umístění panelu je důležitá nejen vzhledem k jeho estetickému začlenění do krajiny, ale musí být před ním i dostatek prostoru pro návštěvníky. Pokud vaši lokalitu navštěvuje větší počet lidí, je dobré se zamyslet, jaký zvolit povrch před panelem. V deštivých dnech se může prostranství před panelem změnit v bahnitý močál.

## 5. Publikace

Letáky, brožurky a zpravodaje týkající se interpretované lokality mohou plnit mnoho potřeb, například zajišťovat:

- propagaci místa
- představení nabídky toho, kam lze jít a jak co nejlépe využít čas vyhrazený návštěvě
- vedení návštěvníků po plánované trase a podávání bližších informací k tomu, co návštěvník na jednotlivých zastávkách může vidět – „bezpanelová“ stezka
- poskytnutí podrobnějších informací, stimulaci návštěvníků a vysvětlení toho, co vidí – průvodce a suvenýr v jednom

Ujistěte se hned od počátku, že víte, co z těchto úkolů má vaše publikace plnit.



*Tištěný průvodce pomáhá návštěvníkům stezky Knockan Trail orientovat se a vysvětluje jim zajímavosti, které mohou okolo sebe pozorovat*

## Výhody

Publikace jsou užitečné jako prostředek:

- předávání velkého objemu informací; pokud jsou publikace dobře rozvrženy a graficky zpracovány, návštěvník nemusí přečíst všechno, aby našel, co v danou chvíli hledá
- poskytování interpretace, která může být někdy oceňována i po návštěvě
- interpretace rozsáhlých oblastí s možností zaměřit se na konkrétní detail
- demonstrace toho, jak lokality vypadají v různých ročních obdobích, prostředek propagace plánovaných akcí, a tedy podpory opakovaných návštěv
- získávání financí
- poskytnutí suvenýru z návštěvy (který může navíc povzbudit jiné lidi, kteří jej uvidí, k samostatné návštěvě)

## Nevýhody

Publikace mají tyto nevýhody:

- nezaujmu lidi, kteří neradi čtou – velká skupina
- nejsou k dispozici vždy, když jsou třeba – zvláště pokud na lokalitě není bezprostřední možnost je získat

Ani ten nejlepší leták na světě není k ničemu, když ho nemohou najít ti, pro které byl vytvořen. Proto je potřeba se rozhodnout, kde jej budete distribuovat. Dostane se tam vaše potenciální publikum? Musíte si najmout distributorskou službu? Je nutné v ceně počítat s marží, aby materiál distribuovali jiní distributoři?

## Výroba publikací

Jestliže chcete, aby si vaši návštěvníci váš leták koupili nebo vzali, v první řadě musíte znát vkus a potřeby svých čtenářů, jim podobu materiálu přizpůsobit a dát mu atraktivní vzhled.

Otázek, které musíte promyslet, je celá řada. Tak především, jak bude materiál používán? Musí se vejít do standardních stojanů na turistické materiály? Měl by být kapesní? Pokud vytváříte průvodce lokalitou, uspořádejte obsah tak, aby návštěvník nemusel ve větru zápasit s velkou „plachtou“. Nebyl by praktický nepromokavý obal?

Nedávejte do svých materiálů mapu na jednu stranu a veškeré související informace na druhou stranu. Lidé

neradi neustále listují tam a zpět. Integrujte text s mapou – třeba můžete používat malou obrysovou mapu poskytující základní přehled o celé lokalitě a velkou podrobnou mapu rozdělit na poloviny. Jednu půlku lze umístit i s odpovídajícími informacemi na jednu dvoustranu a druhou půlku mapy a informace na druhou dvoustranu.

Které téma či motto příběhu je potřeba zdůraznit? Pište text po částech oddělených mezititulky, tak aby čtenář mohl snadno najít informaci, kterou hledá. Používejte zajímavé titulky, např. „*Lodě, ovce a vzpoury*“ namísto „*Námořní obchod, zemědělství a občanské nepokoje*“. Nedublujte ilustracemi to, co říkáte slovy, ale používejte je společně, aby se vzájemně podporovaly a doplňovaly. Obvykle můžete obrazy sdělit mnohem více než slovy, takže je používejte co nejvíce.

Vyzkoušejte si maketu publikace na neznámých lidech. To je obzvláště cenné, jestliže váš letáček obsahuje instrukce a pokyny k pohybu po trase.

Velké tiskové náklady snižují cenu za jeden kus, ale nechte si vytisknout jen tolik, kolik budete potřebovat na rok, maximálně na dva. Dobrým vodítkem při nesnadném rozhodování o výšce nákladu mohou být údaje z průzkumů mezi návštěvníky nebo z prodeje podobných materiálů v jiných lokalitách. Tiskoviny rychle stárnou. Změna barvy nebo obrázku na obálce může podpořit nový zájem o nové vydání.

Máte-li v úmyslu publikaci prodávat, může to mít důsledky pro zdroje financí, které vám budou k dispozici. Veřejné instituce nejsou vždy nakloněny podporovat prodejní materiály. Pokud budete chtít prodávat, zvažte, kolik lidí mohou být ochotni zaplatit. Prodávání brožurky za 100 Kč je jiné než prodej letáku za pětikorunu. Máte nějakou konkurenci? Od možné prodejní ceny se propracujte zpět k tomu, co ze svého rozpočtu můžete vyrobit a co bude splňovat cíle, které jste si předsevzali. To může být také další pobídkou pro disciplinovaný přístup, stručnost a jasnost!

## Příklad kalkulace ceny

Ceny se opět budou velmi lišit v závislosti na tom, co chcete. Publikace může být velká kniha nebo jeden kousek papíru. Stejně jako u panelů návrh bývá dražší než

vlastní výroba. Dále uvedené ceny odrážejí cenovou hladinu v roce 2003.

**1. Plnobarevná brožura, formát A5, 8 stran, vlastní fotografie, kresby a mapa dodané na zakázku**

**Návrh**

Průzkum, tvorba a schválení textů, zadání ilustrace, tvorba a odsouhlasení makety, produkce konečného podkladu na film nebo disk – 30 000 Kč

**Tisk**

5 000 kusů – 30 000 Kč

**Celkové náklady**

60 000 Kč. To znamená 12 Kč za kus

**2. Plnobarevný leták, křída, A4, dva sklady, fotografie vlastní, mapa vyrobená na zakázku**

**Návrh**

Průzkum, tvorba a schválení textů, zadání ilustrace, tvorba a odsouhlasení makety, včetně mapy, produkce konečného podkladu na film nebo disk 20 000 Kč

**Tisk**

10 000 kusů – 20 000 Kč

**Celkové náklady**

40 000 Kč, tj. 4 Kč za kus

## 6. Multimediální prezentace

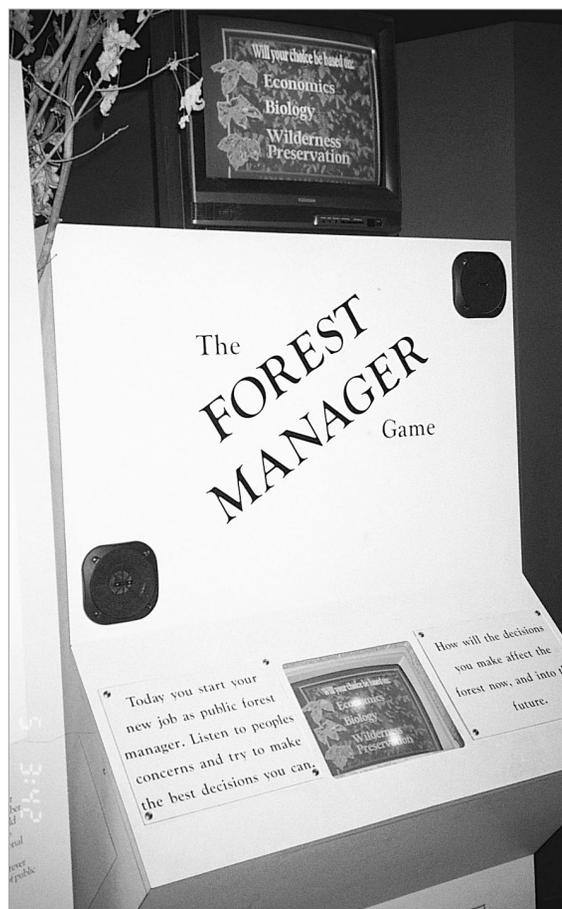
Pod širokým pojmem multimédia se mohou skrývat audiovizuální programy prezentované v sále, světelné a zvukové show, videoprogramy nebo interaktivní počítačové prezentace a programy. Tyto prostředky mohou nabízet:

- velký objem informací; informační systémy ovládané dotykem obrazovky mohou návštěvníkům říct vše o nejrůznějších aspektech daného regionu, o velké lokalitě nebo souboru lokalit a to do takové hloubky, jakou návštěvníci chtějí
- programy stejně propracované jako televizní dokumenty
- úžasné vizuální a zvukové efekty

### Výhody

Pomocí multimédií můžete:

- vyprávět příběhy vzrušujícím a dramatickým způsobem s efekty a hudbou, kouřem a vůněmi
- zrychlit (například dvě stě let historie) nebo zpomalit děje (např. let ptáka), takže publikum dokáže příběh vstřebat
- poskytovat standardně vysokou kvalitu představení
- poskytovat vícejazyčné výklady



*Interaktivní počítačový program ve World Forestry Centre (Centrum světového lesnictví) v americkém Portlandu provází návštěvníky argumenty pro a proti kácení pralesů*

## Nevýhody

Multimédia mají svá úskalí:

- mohou interpretaci učinit zajímavější než samotné místo
- jsou technicky náročná a vyžadují profesionální materiály – špatný obraz a zvuk nebudou návštěvníci tolerovat
- podléhají módním vlnám; to, co je dnes úžasné, může zanedlouho působit obstarožně a nudně
- mohou potřebovat pravidelnou údržbu
- mohou způsobit zklamání v případě poruchy a dlouhého čekání na příchod potřebného specialisty

## Uvažujete o multimédiích?

Zapojte experty a prodiskutujte s nimi své náměty a záměry. Jen málo expertů dnes zná všechny možnosti, takže než se rozhodnete, zvažte několik variant a z bezpočtu technických možností vyberte tu, která nejlépe naplní vaše potřeby a představy. Naplánujte si dost času, abyste si nabízené řešení mohli jít prohlédnout na vlastní oči.

Interaktivní počítače mohou nabízet skvělou zábavu a jistě přitáhnou počítačové fanoušky. Nedokáží ale uspokojit velké skupiny – hrát si může jeden, maxi-

málně dva. Mohou být užitečné při vysvětlování složitých dějů nebo pro vzbuzení zvědavosti hrou na „co se stane, když“. Někdy je ale vhodnější prezentovat méně informací a zvolit takový způsob prezentace, který bude přístupnější většímu množství lidí.

Pokud počítač umístíte do výstavního prostoru nebo do foyeru, může působit rušivě, protože se kolem začnou shlukovat návštěvníci, kteří jsou zvědaví, co se děje. Pokud počítače mají zvukové efekty, jejich neustálé opakování může zaměstnance po čase přivést na pokraj nervového zhroucení.

Programy vysílané na velké nebo složené obrazovce mohou nabízet živé a detailní efekty a vzbudit emocionální odezvu – stejně jako kino. Pro tento účel budete potřebovat sál nebo jiné podobné prostředí navržené tak, aby vyhovovalo zvolenému typu vybavení. Dobrý systém ozvučení je nezbytností. Představení mohou zhlédnout velké skupiny (celý autobus) a návštěvníci jsou často rádi, že si mohou sednout a vychutnat si show.

Využití multimédií může významně přispět k naplňování souboru cílů interpretace. Je ale snadné nechat se okouzlit technickými možnostmi a ztratit z dohledu skutečný účel. Optimální využívání multimédií vyžaduje značnou míru disciplinovanosti a velmi jasnou představu o cílech (kromě radosti z techniky).

## 7. Návštěvnická centra

Návštěvnická centra, velká i malá, mohou nabídnout základní přehled o oblasti nebo regionu a posílit jeho identitu. Mohou místo představit, pomoci při jeho ochraně a přispívají k rozvíjení turistického a vzdělávacího potenciálu dané lokality i širší oblasti. Mohou sloužit jako muzea, zábavní centra, ale také nabízet jediné občerstvení široko daleko.

## Výhody

Návštěvnická centra mohou:

- dočasně nebo trvale vystavit artefakty a materiály o lokalitě

- nabídnout současně prostor pro několik metod interpretace, které mohou být využívány společně nebo při různých příležitostech a pro různé skupiny
- fungovat nezávisle na počasí a ročním období
- kontrolovat přístup a způsob využití dané lokality návštěvníky
- přinášet příjem
- vytvářet pracovní příležitosti
- motivovat zapojení místní komunity



*Návštěvnická centra jako toto v Kvildě na Šumavě vyžadují pečlivé plánování a dlouhodobý závazek časový i finanční*

## Nevýhody

Návštěvnická střediska však:

- vyžadují velké investice a důkladné plánování
- vyžadují personál, který zajistí každodenní chod
- nefungují mimo otevírací hodiny
- vyžadují údržbu a neustálé investice
- v některých místech začínají být početnější, než je zdrávo

## Plánování návštěvnického centra

Budování návštěvnického centra může mít velký dopad na komunitu, může vytvořit centrum cestovního ruchu tam, kde dosud žádné nebylo, a ovlivnit například frekvenci a směr dopravy v obci. Umístění budovy návštěvnického centra vzhledem k lokalitě je zcela zásadní. Je vhodné, když lokalitu lze přehlédnout z okna nebo vyhlídkového ochozu, takže můžete interpretovat to, co lze vidět, a pomoci návštěvníkům zorientovat se při pohledu na skutečnost? Nebo má návštěvnické centrum sloužit jako přechodový prostor mezi moderním světem a zvláštním místem s atmosférou, kterou je třeba chránit?

Když budete budovat nové návštěvnické centrum, nezačínajte hned návrhem budovy. V první řadě si promyslete, jaké

úkoly je třeba plnit a jaké funkce mají být zajištěny. Začněte si představovat, že přijíždějí vaši návštěvníci. Kam a jak přijedou? Které informace budou potřebovat okamžitě? Možná stručný přehled o vaší lokalitě a její nabídce, aby se mohli rozhodnout, zda nejdříve pojedí nebo půjdou na túru s průvodcem ještě před obědem.

Není snadné najednou vstřebat velké množství informací a v několika lidech společně rozhodnout o dalším programu. Tím, že poskytnete informace v pravý čas, hned po příjezdu, můžete návštěvníkům pomoci, aby si z návštěvy vašeho místa mohli odnést co nejvíce.

Interpretaci zahrňte už ve fázi plánování návštěvnického centra. Kdy je nejlepší, aby viděli video – před túrou nebo po ní? Jak bude vystavený materiál prezentován? Příliš často věnují plány návštěvnických center více pozornosti řešení prostoru, kde se podává občerstvení, nežli výstavní ploše. Zapojte designéry expozic od samého začátku.

Návštěvnické centrum povede ke změně v komunitě a může se stát ohniskem jejího rozvoje. Principy šetrného cestovního ruchu (viz rámeček na straně 12) nabízejí vodítko, jak tento rozvoj nejlépe využít. Zajistěte, aby celá komunita s touto změnou pracovala a měla z ní přínos. Návštěvnická centra mohou nabídnout prostor pro zlepšení vybavenosti pro potřeby komunity stejně jako návštěvníků – mohou například komunitě přinést nové místo k setkávání a společenským událostem.



*Velmi zajímavou a méně nákladnou alternativou může být takovéto mobilní informační centrum*

## Nestavějte návštěvnické centrum!

Při zvažování návštěvnického centra buďte velmi opatrní. Tato zařízení stojí spoustu peněz – nejen k postavení nebo adaptaci budovy, ale také na zajištění jejího provozu. Většinou bývá snadnější zajistit úvodní kapitál na výstavbu centra, než financovat průběžně jeho provoz.

Jakmile jednou centrum otevřete, vytvořili jste obchod. Pokud má zůstat zajímavým a přitažlivým místem, neobejde se bez neustálého marketingu, řízení, přehodnocování a obnovy. Luxusní centra s úžasnými expozicemi mohou lidi do místa přitáhnout, ale jsou taková zařízení skutečně slučitelná s principy šetrného cestovního ruchu nebo s cílem povzbudit návštěvníky k tomu, aby se těšili z vašeho místa (a ne z místního návštěvnického centra)? Pokud chcete podnítit ekonomický rozvoj prostřednictvím cestovního ruchu, pak dříve než se rozhodnete pro návštěvnické centrum, zvažte jiné, ekonomičtější způsoby, jak toho dosáhnout.

## 8. Práce s dodavateli

Vašimi dodavateli mohou být konzultanti designu, stavitelé, výrobci map nebo herci. Mohou na sebe vzít tvorbu vaší interpretace od úvodního průzkumu po konečný produkt nebo mohou dodávat pouze určitou část.

Sepište si popis žádané práce a než je použijete, nechte jej zkontrolovat někým jiným. Umožní vám to ujasnit si vlastní myšlenky. Dobré zadání pomůže všem zúčastněným efektivněji spolupracovat a také přesněji odhadnout náklady.

### Zadání práce

Zadání (popis) práce by mělo vytyčit vaše:

- cíle
- požadavky

Na úvod byste měli objasnit, kdo jste, jakou organizaci nebo seskupení zastupujete, a měli byste načrtnout celkový projekt. Vaše cíle by měly shrnout, čeho chcete projektem dosáhnout a – pokud to odpovídá povaze konkrétní činnosti – čeho chcete dosáhnout v rámci projektu.

Vaše zadání nebo následná diskuse by měly upřesnit i další podmínky:

- Rozpočet a objem práce od samého začátku. Na vybavení návštěvnického centra může být v rozpočtu 500 tisíc nebo 5 milionů Kč.

- Co uděláte nebo poskytnete vy a co čekáte, že udělá či poskytne váš dodavatel. Například kolik materiálu z průzkumu už je k dispozici? Kdo platí autorské a reprodukční poplatky (za využití hudby nebo obrazů z knihovny apod.)?
- Časový rámec a sankce za pozdní dodávku. Termíny jsou závazné pro všechny zúčastněné, nejen pro posledního v řetězci. Pro zachování duševního zdraví všech je důležité oznamovat zdržení a v případě nutnosti se dohodnout na potřebných úpravách!
- Kdo je za co zodpovědný a kdo rozhoduje. Tady může být nutné plánovat hodně dopředu, aby potřební lidé byli k dispozici, až přijde čas rozhodnout. Ujistěte se, že budete schopni dodavateli poskytnout materiály a rozhodnutí, které bude potřebovat.

### Výběrové řízení

Pokud organizujete výběrové řízení, pak neočekávejte, že uchazeči v rámci soutěže udělají půlku požadované práce. Požádat je o jednu nebo dvě skici vypadá velmi snadno, ale žádná skica nebude k ničemu, když nebude vycházet z odpovídajícího průzkumu a nebude promyšlená.

Lepší cestou je zhodnotit předchozí práce grafiků a návrhářů v brožurách a navštívit další lokality, abyste

mohli zjistit, do jaké míry tam dokázali naplnit očekávání a cíle. Pak si udělejte krátký seznam, například tří soutěžících. Požádejte je, aby okomentovali vaše zadání, a pak s nimi prodiskutujte, jak byste společně pracovali na vašem projektu a co lze v rámci dostupného rozpočtu udělat.

Pokud nemáte žádný pevný rozpočet, musíte své cíle stanovit ještě jasněji, aby jim soutěžící porozuměli do detailů a dokázali své náměty na jejich naplnění finančně ohodnotit. V této koncepční fázi může být u velkých projektů obtížné srovnávat návrhy, pokud neposkytnete určitý rámec zadáním a možná i fiktivním rozpočtem.

## Spolupráce

Podělte se o veškeré nápady a představy týkající se podoby vašeho projektu, použitých materiálů nebo výsledného tónu. Dobrý dodavatel vám pomůže rozvíjet a vylepšovat vaše myšlenky vlastními zkušenostmi a odborností. Za to platíte, stejně jako za koncový produkt. Tento proces může začít už na první schůzce s uchazeči, a určitě by měl dále pokračovat po výběru dodavatele.

Nezapomeňte srovnávat všechny návrhy a postup prací s tím, čeho chcete dosáhnout. Pozorně zvažte, jak vám tyto návrhy pomohou sdělit to, co chcete říci, a naplnit vaše cíle. Nedopusťte, aby nadšení pro návrhy, které vypadají přitažlivě nebo módně, překrylo skutečnost, že vaše cíle nebyly řádně naplněny!



*Zajímavé a praktické řešení umístění panelů v zubrickém muzeu železnice*



## VIII. Případové studie

V této kapitole najdete několik domácích příkladů toho, jak může interpretace místního dědictví vypadat v praxi. Získané zkušenosti, které na dalších stranách prezentují zástupci ZO ČSOP Salamandr z Rožnova pod Radhoštěm, TUŽ se, Broumovsko!, Slavonické renesanční společnosti, ZČ Hnutí Brontosaurus Ještěr z Jeseníku a občanského sdružení Drnka z Drnovic jsou velmi cenné a inspirativní. Každý z pěti představených projektů prezentuje trochu jiný přístup, klade si jiné cíle, využívá jiné prostředky interpretace a orientuje se na jiné publikum. Různá je také míra toho, nakolik se realizátoři projektů přidrželi metodiky představené v této publikaci. Věříme, že v případových studiích najdete řadu odpovědí na otázky, které vás napadly při četbě předešlých kapitol.

### 1. Salamandr ve Velkých Karlovicích

#### Kdo je ZO ČSOP Salamandr?

Základní organizace ČSOP Salamandr z Rožnova pod Radhoštěm je nezávislá profesionální nezisková organizace, jejímž cílem je pečovat o přírodní a kulturní dědictví Beskyd. Tyto cíle naplňuje konkrétními projekty v rámci odborných programů: péče o chráněná území, ekologická výchova, interpretace místního dědictví, udržitelný rozvoj venkova a rozvoj neziskového sektoru. Cílem programu interpretace je přiblížení přírodního a kulturního dědictví regionu jeho obyvatelům i návštěvníkům. Hlavními aktivitami tohoto programu je pořádání výstav, soutěží, vydávání publikací a další formy prezentace.

#### Proč Velké Karlovice?

Pro projekt interpretace místního dědictví si Salamandr vybral obec Velké Karlovice (80 km<sup>2</sup>, 3 tisíce obyvatel). Roman Barták, předseda Salamandru, vysvětlil důvody pro výběr Velkých Karlovic: „Území jedné obce bylo zvládnutelnější, třebaže se jedná o poměrně rozsáhlé území, v této obci je dostatek přírodních a kulturních zajímavostí k interpretaci, působí tu místní muzeum a podařilo se nám navázat velmi dobrou spolupráci s představiteli obce a dalšími občany.“ Tím zároveň naznačil okruh místních spolupracovníků a organizací, s nimiž se do interpretace pustili. Patřilo mezi ně již zmí-

něné Karlovské muzeum, základní škola, občanské sdružení Fukar (jeho členy jsou hlavně mladí lidé, kteří se zaměřují na pořádání společenských akcí), paní Mičkalová, kronikářka a autorka několika knih místních příběhů. Z přespolních spolupracovali s Valašským muzeem v přírodě v Rožnově pod Radhoštěm, Správou CHKO Beskydy a společností Actaea Rožnov pod Radhoštěm.

#### Jak to začalo?

Po vytvoření pracovní skupinky Salamandr uspořádal tři úvodní schůzky (po 14 dnech, v horském hotelu, spolejno s obědem). Na první schůzce zazněla řada námětů na to, co by se dalo dělat. Mezi náměty účastníci zmínili vytvoření informačního letáku, publikace o přírodních a kulturních zajímavostech Velkokarlovicka, výstavu vybraných rostlin, výstavu o vývoji krajiny Velkokarlovicka, záchranu krajových odrůd, vytvoření průvodce drobnou sakrální architekturou, vytvoření bezpanelové naučné stezky, mykologickou poradnu, cenné a chráněné stromy, instalaci výstavy Valašskou krajinou, vytvoření klíče pro určování přírodnin, obnovu tradičních zvyků, studii na obnovu salašnictví, výstavu o historii místního spolkového života, umístění dalekohledu na hřeben Vsetúnských vrchů s výhledem na Velké Karlovice a vytvoření cyklostezky.

## Co se bude dělat?

V dalším kroku si pracovní skupina vybrala tři prioritní projekty. Za projekt I zvolila výstavu Velké Karlovice – lidé a krajina, do níž bylo sloučeno několik námětů (infoleták, výstava rostlin, vývoj krajiny, sakrální architektura, krajové odrůdy a spolky). Projektem II se stala fotosoutěž Valašská krajina, jejímž prostřednictvím byli osloveni amatérští fotografové. Posledním projektem III, který mířil mimo rámec interpretace, bylo zpracování studie možností obnovy salašnictví.

Realizační tým doplnili noví lidé z CHKO, zemědělský odborník a spolumajitel rodinné farmy Ing. Ondruch (salašnictví) a grafici Sumec a Ryšková. Roman Barták spolupráci ve skupině zhodnotil takto: „Myslím, že se povedla, protože s CHKO existuje dlouhodobá úspěšná spolupráce, pro rožnovské muzeum tady bylo zajímavé společné téma, nová ředitelka Karlovského muzea hledala neotřelé náměty a obec byla ráda, že vznikly zajímavé materiály a aktivity, kterými se může pochlubit.“

## Projekt I: Výstava a doprovodné aktivity

Prvním krokem přípravy výstavy byl sběr informací, při němž pomohlo na tři desítky studentů SZŠ z Rožnova, kteří byli na týdenní praxi. Ve dvojicích nebo trojicích chodili po Velkých Karlovicích, prováděli ankety a mapovali vybrané objekty. Kromě jiného se jim podařilo zmapovat asi 3 tisíce ovocných stromů, vesměs starých krajových odrůd. Pracovní schůzky realizátorů probíhaly zpočátku 1–2× týdně. Do uskutečnění jednotlivých projektů se zapojilo 17 lidí, z toho polovina velmi aktivně. V průběhu práce skupiny se náměty dále rozvíjely. Tak na výstavě „Velké Karlovice – lidé a krajina“ původně měly být v části o přírodě jen rostliny, ale její zaměření bylo rozšířeno i o zvířata a houby. V oblasti spolkového života byly v této první fázi zmapovány čtyři spolky – myslivci, hasiči, ochotníci a Sokol.

### Tiskové výstupy

Původní záměr vydat infoleták a kalendář stromů byl změněn a bylo rozhodnuto oba náměty sloučit do jediného průvodce výstavou a navíc vydat ještě pexeso pro děti. To se osvědčilo jako optimální prostředek prezentace tématu dětem, ale jak se ukázalo, pexeso si získalo také mnohé dospělé.



*Instalace expozice v muzeu ve Velkých Karlovicích*

### Výstava a vernisáž

Výstavě, která byla koncipována jako putovní a tematická, bylo věnováno celé horní patro muzea (3 místnosti). Základem expozice byly postery lepené na kartonech (barevné kopie s popisky), každý úsek uvozovala jedna velká fotografie, která také oddělovala jednotlivé kapitoly v průvodci. Speciálně pro výstavu bylo vytvořeno 20 pryskyřičných bloků se zalitými rostlinami, které po skončení výstavy posloužily jako učební pomůcka ve škole. Výstava byla obohacena zajímavými předměty, např. výřezem ze 170-letého stromu s vyznačením dat z historie obce na letokruzích.

Ve vstupní místnosti byla expozice Proměny krajiny s mapami, výběrem fotografií z fotosoutěže Valašská krajina a plastickým modelem krajiny Velkých Karlovic. Druhou místnost zabíraly expozice věnované přírodě (lesy, louky, mokřady, zvířata, houby, bylinky, budoucnost) a významným stromům v krajině. Navíc zde byla umístěna expozice informující o nově vznikající soustavě evropských chráněných území Natura 2000. K její pro-



*Slavnostní ráz otevření výstavy dodalo vystoupení starosty obce i pěveckého souboru Karlovjanky*

pagaci byly vydány zvláštní letáčky a v rámci výstavy proběhla anketa mezi místními obyvateli, jejímž cílem bylo zmapovat jejich znalosti a názory. Ve třetí místnosti byly expozice Kříže a kapličky (postery a řezba kapličky od místního umělce), Staré krajové odrůdy ovocných dřevin (50–60 odrůd jablek, u expozice byl i koš plný jablek, které si návštěvníci mohli volně brát, a sušené ovoce „na zobání“) a expozice o spolkovém životě Velkých Karlovic (hasičská stříkačka, přilba, postery se starými fotografiemi členů).

Vernisáž výstavy se uskutečnila 5. října 2002. Předcházelo několik novinových článků a informace v regionálním rozhlasu. Místní obyvatelé byli pozváni jednak místním rozhlasem, jednak dostali pozvánky – pohlednice a na veřejných místech, v muzeu, ve vývěskách a na autobusových zastávkách na výstavu zvaly plakáty. Na vernisáži zazpívaly Karlovjanky v krojích. Přítomné přivítali R. Barták, starosta a vedoucí Správy CHKO Beskydy. Byly vyhlášeny výsledky prvního ročníku fotosoutěže a představeno – pexeso a „bedekr“ – průvodce výstavou.

### **Ohlas výstavy**

Výstava měla původně trvat jen od 5. října do 10. listopadu, ale nakonec zůstala nainstalovaná až do jara a v průběhu zimy byla přístupná na požádání. Celkem ji navštívilo okolo tří tisíc (!) lidí, včetně takřka všech žáků místní školy. Po skončení výstavy se její části přesunuly do dvou velkých místních hotelů a vybrané postery a exponáty obohatily stálou expozici Karlovského muzea.

Na výstavě byla návštěvnická kniha, kam hosté zapisovali své komentáře. Podle ohlasů zachycených přímo na výstavě nejvíce zaujaly expozice věnované spolkům (místní obyvatelé poznávali sebe nebo své předky na his-

torických fotografiích, plánuje se další výstava na toto téma), vývoji krajiny Velkokarlovicka (rozdíl v podobě krajiny z 30. let a současnosti) a krajovým odrůdám ovoce (jablka zaujala hlavně děti).

## **Projekt II: Fotosoutěž**

Druhým projektem bylo uspořádání fotosoutěže. Jejím cílem bylo hlavně oslovit lidi ze širšího regionu, zviditelnit aktivní lidi, získat kontakty na fotografy a kvalitní fotografie. Propagace fotosoutěže probíhala prostřednictvím fotosběren a fotoklubů v regionu. Nakonec se sešlo na 300 fotek, z nichž odborná porota vybrala nejlepších 10 fotografií nebo souborů fotografií. Fotosoutěž vyvrcholila na vernisáži výstavy, kdy byly vyhlášeny výsledky 1. ročníku a předány ceny nejlepším (poukazy na fotomateriál v hodnotě 3, 2 a 1 tisíc Kč). Fotky byly následně umístěny na internetové stránky [www.valasskakrajina.cz](http://www.valasskakrajina.cz).

## **Projekt III: Salašnictví**

Třetí projekt se věnoval salašnictví v Beskydech a mířil mimo vlastní interpretaci. V jeho rámci byl vydán leták, dr. Štika zpracoval studii, byl vydán manuál „Pasma ovce valaši“ pro potenciální chovatele a Ing. Ondruch měl několikrát chovatelskou poradnu.

### **Co dál?**

V návaznosti na výstavu obec pronajala Salamandru čtyřhektarový pozemek pro potřeby záchranného pěstování krajových odrůd ovocných stromů. Na něm vznikla školka těchto odrůd pro oblast severního Valašska. Salamandr by chtěl pokračovat v pořádání výstav i v dalších letech, v době přípravy této publikace se chystala výstava „Velké Karlovice – krajina příběhů“.

Fotosoutěž pokračovala i v roce 2003 druhým ročníkem v několika kategoriích. Vítězné práce jsou vystaveny v Karlovsském muzeu, v prostorách Správy CHKO a na webových stránkách [www.valasskakrajina.cz](http://www.valasskakrajina.cz).

V oblasti salašnictví na projekt Salamandra navázal projekt podpory chovatelů, který se rozbíhá.

Díky získaným zkušenostem se Salamandr v roce 2003 také pustil do česko-slovenského projektu Javornický

hřeben, v jehož rámci vznikly webové stránky, publikace, CD a plakáty věnované společnému přírodnímu a kulturnímu dědictví.

## Hodnocení

Roman Barták celý projekt uzavírá: „V oblasti interpretace místního dědictví jsme začínali a na všechno bylo hodně málo času, ale určitě se nám podařilo víc, než jsme původně čekali. Výstava oslovila místní veřejnost,

vzbudila značný zájem a její úspěch nám dává šanci na další spolupráci. Jako úspěšnou také hodnotím spolupráci s radnicí a dalšími subjekty. Určitě se nám osvědčilo, že jsme se soustředili na území jediné obce. Samozřejmě že vidíme řadu rezerv. Bylo málo času na řádné rozvinutí mnoha zajímavých námětů. Chceme zlepšit zapojení místní veřejnosti do vzniku a přípravy podobných akcí. A samozřejmě jsme zaplatili určitou daň nezkušenosti a časové tísní, takže naše další výstupy budou určitě ještě lepší, než ty, které se nám povedly tentokrát.“

## 2. TUŽ se, Broumovsko!

### Kdo je TUŽ se, Broumovsko!

Občanské sdružení TUŽ se, Broumovsko! vzniklo na počátku roku 1999 a od té doby rozvíjí řadu místních aktivit na poli péče o krajinu, historické dědictví, kultury, vzdělávání, obnovy venkova i duchovního a společenského života, komunální politiky a podobně. Sdružení chce přispět k obnově Broumovska zejména rozvíjením hodnot, o něž se opírala slavná historie tohoto kraje: vzdělanosti, duchovního a uměleckého života, harmonie člověka s přírodou. K významným aktivitám sdružení patří např. Týden pro broumovské kostely, obnova historických cest na Broumovsku nebo instalace a poutě ke Kříži smíření.

českého života, komunální politiky a podobně. Sdružení chce přispět k obnově Broumovska zejména rozvíjením hodnot, o něž se opírala slavná historie tohoto kraje: vzdělanosti, duchovního a uměleckého života, harmonie člověka s přírodou. K významným aktivitám sdružení patří např. Týden pro broumovské kostely, obnova historických cest na Broumovsku nebo instalace a poutě ke Kříži smíření.

### Proč projekt interpretace

Petr Bergmann, hlavní řešitel projektu, říká: „Nadace Partnerství přišla v okamžiku, kdy jsme projekt na interpretaci zvažovali. Chtěli jsme jej zaměřit na místní i na přespolní. Broumovsko bylo z 95 % po válce nově dosídleno a noví obyvatelé se s krajem příliš nešli. Kraj se zajímavou církevní architekturou (Dienzenhoferovy kostely), památkami lidového stavitelství a mnoha přírodními zajímavostmi byl spíše systematicky likvidován. Broumovsko je v podstatě kotlina ohraničená horami. Uvnitř je 15 obcí, což se z hlediska interpretace ukázalo jako velmi velké sousto a projekt jsme museli 2× prodloužit na konečných 17 měsících.“

### Příprava

Na začátku projektu proběhly iniciační schůzky s místními obcemi, CHKO, archivem, muzeem, knihovnou, NNO a studenty VŠ, kteří v projektu sehráli významnou roli. První záměr iniciátorů byl ve spolupráci s CHKO Broumovsko a svazkem obcí vytvořit cyklistický okruh,

Z Božanova na Broumovské stěny a zpět

- 1 Kostel sv. Maří Magdalény a gotická hřbitovní brána
- 2 Plastika Ukřižování z roku 1789 pod kostelem
- 3 Poutní kaple Panny Marie s křížovou cestou
- 4 Lidové stavby
- 5 Louky u Božanova
- 6 Osada Studená Voda
- 7 Vodjem nad Božanovem
- 8 Božanovský lom
- 9 Vyhlička Koruna
- 10 Kamenný zvěřinec
- 11 Pískovcové útvary skalní hřbty nad Slavným a nad Běhým
- 12 Skalní útvar Kamenná brána
- 13 Dřážděné lesní "kamenné cesty" a pramenišť Vodní zámký nad Martinávkovcem
- 14 Kaple sv. Anny s křížovou cestou
- 15 Výletní místo a sportoviště Chata pod Korunou
- 16 Pozůstatky louspěnického hrádku Raubschloss
- 17 Matcovský kříž

Božanov kostel - modrý TZ po veselci - rozcestí nad hláskou - vpravo neoznačenou cestou kolem chlap -  
 Bůtaš TZ na Zelený hájek, rosič. - NPI Broumovské náhry - odbočka na Korunu - Bůtaš TZ na Kamennou bránu -  
 Bůtaš TZ směr Police n. M. - značení cyklotrasy „Sudety“ přes Vodní zámký nad Martinávkovcem - zelená  
 cyklotrasa - Chata Pod Korunou - po zelené cyklotrase do Božanova (celková délka trasy cca 12,5 km)

Skladnost pro cyklisty:  
 Na trase je v úseku Broumovských stěn zákaz výjezdu pro cyklisty, trasa je jako cekat naprosto nejlehčí.

klášter, kostel, kaple	sportoviště, lyžařský vlek, koupaliště, kultura
statek, arch., zajímavost, technická památka	Hospoda, restaurace, ubytování, ubyt., s jídelm
Kříž, významný Kříž nebo plastika, křížová cesta, k místu se vstě povst	státní lázeň, státní národnostní cyklistické trasy, zákaz výjezdu cyklistům
památný strom, přírodní zajímavost, stromořadí	informace, první pomoc, parkoviště, pošta
skála s výhledem, místo rozhledu, skála	zastávka vlaku, autobusu, letecké
..... pěší trasa	----- státní hranice, hraniční přechod
..... cyklistická trasa	----- značené turistické trasy
..... značené cyklotrasy	

Informace ke každému okruhu byly zpracovány ve formě karty, které tvořily přílohu průvodce

který by propojil zdejší obce s kostely a přírodní a stavební zajímavosti. Prvotní reakce místních byla ale odmítavá („o cyklisty = ‚luftáky‘ nemáme zájem“). A tak se zrodil druhý námět – zpracovat naučné trasy.

Původní plán organizátorů byl projekt nastartovat, zajistit na něj peníze a pak nechat místní obyvatele, aby jej udělali. P. Bergmann měl práci jako hlavní koordinátor pouze řídit. Ale po čtvrt roce bylo zřejmé, že se projekt nikam nehýbe, a je tudíž nutné změnit strategii. Práci proto převzali studenti architektury a společně s P. Bergmannem dotáhli projekt do konce.

## Zapojení místních obyvatel

Místní obyvatelé byli do projektu zapojeni hlavně jako zdroje informací. Tipy na pamětníky získávali zpracovatelé projektu prostřednictvím starostů obcí. Prokázalo se, že model veřejné schůze nefunguje, místní lidi neoslouje. Naopak se osvědčilo docházení za lidmi přímo domů. Tam jim bylo možno v klidu vysvětlit, o co se v projektu jedná. Petr Bergmann k tomu dodává: „Pro všechny strany to byla úplně nová zkušenost. Klíčem bylo lidi nadchnout a nechat je vyprávět trojici mladých o tom, jak to na Broumovsku chodilo. Starousedlíci nakonec byli velmi spokojeni, materiály připomínkovali a podstatně přispěli k celkovému úspěchu projektu.“

Místní lidé spolupracovali na popisu a návrzích tras. Vzniklo nakonec 12 návrhů, z nichž bylo vybráno deset. Ty byly podrobně rozpracovány a současně vznikaly úvodní texty psané experty.

## Výstupy projektu

Celkový výsledek projektu je takový, že celá Broumovská kotlina je pokryta naučnými trasami a byla vydána publikace s mapovými listy, které jednotlivé trasy popisují. Podrobný popis k listům je v publikaci, nové panely v terénu nebyly umísťovány, ale trasy využívají stávajících panelů a stezek.

### Publikace Broumovsko

První část publikace s názvem „Broumovsko – interpretace kulturního a historického dědictví na Broumovsku“ tvoří odborné texty (historie, osídlování krajiny, urbanismus, popis objektů, např. šolcovna (rychta), kostely, sochařské památky, příroda, hospodaření, průmysl, železnice, 1918–1948) a pak následuje popis tras. Při



*Průvodce Broumovskem byl představen na vernisáži*

přípravě publikace se podařilo shromáždit na 3,5 tisíce fotek, které jsou využívány při výstavách.

Byly vydány 3 tisíce kusů publikace, 1 000 kusů šlo do knižní distribuce přes velkoobchod, 1 000 posloužilo jako dárky a 1 000 ks distribuuje TUŽ se, Broumovsko! vlastními silami.

### Další výstupy

V červenci a srpnu 2003 proběhla 10-denní akce Týden pro Broumovsko. V jejím rámci byla každý den projeta jedna z cyklotras a uskutečnily se tematické přednášky a doprovodné výstavy. Kromě publikace bylo vydáno ještě pexeso a kalendáře s architektonickými detaily (psí boudy, zárubně...).

## Hodnocení a zkušenosti

Do realizace publikace se nakonec zapojilo cca 160 lidí, někteří jen poskytli fotografie, jiní byli u projektu od začátku až do konce. V nejužším týmu pracovali 3 místní lidé a 4 studenti. Autory úvodních textů byli externí odborníci. Od těchto textů se odvíjela vlastní interpretace.

### Práce s odborníky i studenty

Petr Bergmann: „Interpretací existuje řada a odborný pohled je jejich určitá protiváha. Nám se tento systém osvědčil a věřím, že je vhodný i pro jiné oblasti, kde je historie velmi ‚živá‘, což platí hlavně pro oblast bývalých Sudet. Se studenty z ČVUT jsem už v minulosti spolupracoval. Zajímavé bylo, jak k nim přistupovali místní lidé. Měli jsme z toho zpočátku obavy a již předem jsme se místním omlouvali, že Broumovsko interpretují lidé odjinud, ale místním to nevadilo...“

### Jak na lidi?

...Považuji za dobré, že nastal posun v tom, na co jsme projekt zaměřili. Nejdříve jsme chtěli interpretovat to, co zajímalo nás, ale projektu určitě prospělo, že jsme

byli nuceni do procesu zapojit místní obyvatele. Když člověk chce zapojit místní, zjistí, že nefungují žádná lákadla ani propagace. Pomáhá spolupráce s místními autoritami. Když se vám podaří je pro projekt získat, mohou vás nasměrovat a pomoci vám ‚otevřít dveře‘. Ale nakonec je to stejně na vás. My jsme museli jít za lidmi, se kterými jsme chtěli mluvit, a doslova vlézt k nim domů. Na začátku jsme posílali samotné fotografie, ale lidi je pochopitelně hnali. Když jsme jim pak ale osobně vysvětlili, že jsme tady se studenty architektury, tak roztáhli a nakonec jsme objevili zajímavé stavební detaily (např. kamenné psí boudy, které byly v každém statku trochu jiné), získali jsme zajímavá osobní svědectví, historické materiály, dokumenty, fotografie a podobně. Zapojení pamětníků místních i těch, kteří se odstěhovali, považují osobně za určující pro kvalitu interpretace. Do jejich vyhledání, kontaktování a spolupráce s nimi se vyplatí investovat značné úsilí...

### Kvalita výstupů

...Pokud bych na něco položil důraz, pak skutečně na kvalitu zpracování výstupů interpretace, neboť nekvalitní práce může významně poškodit celkový dojem a odradit nejen publikum, ale i spolupracovníky projektu od další práce. Kvalitě určitě prosívá, když se odborné práce přenechají profesionálům. Je ale potřeba je neustále kontrolovat a hlavně důsledně trvat na dodržování vašeho původního záměru. Při práci s profesionálními grafiky, výtvarníky a podobně je třeba mít na paměti i to, že někdy mohou ovlivnit podobu projektu negativně. Ne že by chtěli, ale často mívají přesvědčivé, i když ne zcela pravdivé argumenty a dokáží lidi od původní myšlenky odvést. Celé to bylo hodně cenná zkušenost, i když nám nakonec zabrala o půl roku víc, než jsme plánovali.“

## 3. Slavonické kouzlo zapomenutého dědictví

### Kdo je Slavonická renesanční společnost?

Občanské sdružení pro kulturní život Slavonická renesanční společnost (SRS) vzniklo v roce 1996 s cílem tvořit a ovlivňovat kulturní a společenské dění ve Slavonicích a okolí. Od svého vzniku se Společnost snaží vytvářet příznivé zázemí nejen pro členy sdružení, ale i pro širokou veřejnost. Obohacuje společenský kulturní život regionu po obou stranách hranice v rámci domácí a mezinárodní spolupráce. Při četných vzdělávacích a kulturních pořadech – diskusních setkáních, dílnách i seminářích – nabízí návštěvníkům i stálým obyvatelům příležitost ke společným zážitkům a zajímavým setkáním. Významná je také publikační činnost Společnosti.

### Proč projekt interpretace?

Společnost se spolu s řadou místních partnerů pustila v roce 2002 do projektu interpretace „Slavonicko – kouzlo zapomenutého dědictví“. Zdena Chadimová

k tomu říká: „Cílem a smyslem projektu bylo hledat způsob, jak pomoci lidem ocenit ‚něco‘, o čem si myslíme, že stojí ‚za to‘, tedy jak propagovat naše místní dědictví. Chtěli jsme společně odhalovat opomíjené krásy našeho kraje, sledovat příběhy lidí i proměny krajiny.“ Celý projekt začal v lednu 2002 a skončil v květnu 2003, kdy byla otevřena Graselova stezka a byl publikován virtuální katalog.

### S kým do toho šli?

Na projektu spolupracovala SRS s celou řadou místních partnerů, mezi nimiž nechyběla občanská sdružení – Zkrášlovací spolek Rudolecko, Česká Kanada, Inspirace Slavonice, příspěvková organizace města – Kulturní klub (RIS), Ekologická farma Peníkov – H. Langová ani jednotlivci – I. Kušiak, P. Vermouzek, M. Souček, A. Žampach, Přírodní gymnázium Praha, lektori dílen. Podstatně pomohli také konzultanti M. Lapka (Ústav ekologie krajiny AV ČR České Budějovice), T. Růžička (Nadace Partnerství) a P. Pirožek (VŠE Jindřichův Hradec).

## Přípravy a plánování

Plánovací fáze projektu trvala od ledna do dubna 2002. Hned v lednu 2002 byli vytypováni členové přípravné skupiny, která projekt dále řešila. Skupina (8–10 lidí) pracovala podle metodiky obsažené v této publikaci a poměrně snadno se shodla na cílech interpretace. Mnohem obtížněji se jí ale definovalo, co by se mělo interpretovat, protože chybělo jedno velké téma. Navíc hlavní objem práce zůstal na několika aktivních lidech z pracovní skupiny.

### Co interpretovat?

Skupina shrnula klíčové myšlenky interpretace do několika bodů:

- Přírodní i historické dědictví Slavonicka si zaslouží být chráněno
- Zapomenuté dědictví našich předků si nezaslouží být zapomenuté
- Zajímají se děti o místní dědictví?



*Výroba loutek děti zcela zaujala*

- J. G. Grasel byl lupič a raubíř nebo veselý chasník?
- Jak se zde žilo v Graselově době?
- Staré fotografie umějí vyprávět.

Skupina definovala jednotící motto interpretace slovy: Slavonicko – kouzlo zapomenutého dědictví. Dílčí oblasti, kterým se interpretace věnovala, byly tyto:

- tabuizovaná historie Slavonicka (odsun, staré fotografie)

- ukázání krásy krajiny (fotoworkshopy)
- zapomenutá místa (peníkovská pila, psí hřbitov... – stezka)
- popularizace zdejší historické postavy loupežníka Grasela (loutkářská dílna, divadelní představení, děti)
- nabídka turistického produktu (návštěvníci, stezka)
- děti a vztah k místnímu dědictví (badatelské expedice)

Z brainstormingu a diskusí nakonec vzešly dvě velké části projektu: stezka a virtuální katalog.

### Pro koho?

Skupina dále definovala, pro koho chce interpretaci dělat, a na základě zkušeností z předchozích projektů stanovila pořadí priorit takto:

- pro místní obyvatele (posílení vztahů k místu)
- pro návštěvníky (produkt stezka, bližší seznámení se s místem, ukázání zajímavostí, které jinde nejsou)
- pro školní děti (probuzení zájmu o místo, o historickou postavu)

### Jak?

Při hledání vhodných prostředků interpretace pro jednotlivé příjemce došla skupina k závěru, že bude třeba pracovat s více médii pro různé cílové skupiny:

- místní dospělí: plakáty, články v tisku, veřejné prezentace, fotodokumentace, výlet, internet, multimediální prezentace, infotabule ke stezce, virtuální katalog
- děti a mládež: dílny, divadlo, expedice, procházka krajinou
- návštěvníci: panely na stezce, ukázky práce na pile, internet, virtuální katalog

### Kdo se o to bude starat?

Skupina také řešila způsob dalšího spravování, zejména aktualizace, takto:

- stezka: smlouva o spolupráci, monitorování návštěvnosti a názorů na stezku (RIS, Zkrášlovací spolek Rudolecko)
- virtuální katalog: podle sil a možností zajistí SRS a spolupracovníci plnění katalogu, jeho propagaci, využívání, iniciaci sběru místního dědictví (bude třeba zlepšit technické vybavení)

### Jak se to bude hodnotit?

Skupina se dohodla, že hodnocení úspěšnosti interpretace bude prováděno takto:

- RIS bude evidovat počet zájemců o stezku, Zkrášlovací spolek Rudolecko bude sledovat a zajišťovat provoz pily – počty a názory návštěvníků
- u virtuálního katalogu budou sledovány počty přístupů do katalogu na <http://www.katalog.d1net.cz> a <http://www.slavonice.cz>

### Co se udělalo?

Výsledkem plánování tedy byla celá řada aktivit, například uspořádání výstavy fotografií a výtvarné dílny pro děti, studentská bádání na stezce, studijní cesta do Anglie. Stěžejní ale zůstaly dva projekty:

#### Výletní trasa „Po stopách loupežníka Grasela“

Od dubna 2002 začal Zkrášlovací spolek Rudolecko ve spolupráci s ekologickou farmou Peníkov pracovat na přípravě výletní trasy „Graselova stezka“ mezi Slavonicemi a Českým Rudolcem. Provedli úpravy povrchu a okolí části stezky, instalaci laviček a můstků. Stezka vede atraktivními místy jako je Graselova sluj, Schillerovy kameny, psí hřbitov, vyhlídka Hluboká cesta nebo Francouzský kámen. Součástí trasy je také cenná technická památka – nově opravená vodní pila Peníkov.

#### Virtuální katalog

Katalog je elektronicky publikovaný a průběžně doplňovaný sumář informací, fotodokumentace a jiných dokumentů. Ty byly shromážděny jednak při realizaci dílčích aktivit projektu a jednak v rámci dosavadních projektů spolků Česká Kanada a Slavonická renesanční společnost v oblasti mapování historie pohraničí. Katalog informace nabízí jako uspořádaný materiál k dalšímu využití pro publikace, turistické produkty a jako podněty k dalším aktivitám.

### Závěrečné hodnocení?

Zdena Chadimová, vůdčí osobnost projektu, říká: „Plánování interpretace nám pomohlo pochopit, v čem přesně interpretace spočívá. Potýkali jsme se s velkým množstvím zajímavých témat a plán nám dal vodítko při výběru nosných témat a příběhů. Na celém projektu se podílela řada partnerů a práce na plánu nám umožnila naše snahy sladit. Fungovalo partnerství a komunikace,

podarilo se nám udělat spoustu věcí. Rezervy vidím ve větším zapojení místních dětí, ve zmapování dosavadních aktivit škol při interpretaci místního dědictví a v realizaci virtuálního katalogu. Tady jsme neodhadli náročnost projektu – technickou, odbornou, časovou ani finanční. Jeho publikováním ale de facto práce teprve začíná. Celkově musím říct, že výstupy projektu jsou velmi kladně hodnoceny, takže to snad funguje...“



*Při otevírání stezky nechybělo ani stylové občerstvení – Grázlův guláš*



## 4. Interpretace místního dědictví na Jesenicku

### Kdo jsou Brontosauři?

Na Jesenicku působí dva základní články (ZČ) Hnutí Brontosaurus – Ještěř a Baobab. Ty se také na projektu interpretace podílely. „Ještěř“ Tomáš Hradil k poslání své organizace říká: „Když jsme před několika lety zakládali naši organizaci, vytyčili jsme si 2 hlavní cíle: 1. motivovat mladé lidi k aktivnímu způsobu života a 2. podporovat zdravé komunitní principy v dnešní společnosti. Jako nejnosnější z našich aktivit se časem ukázal regionální program *Cesta ke kořenům*. Dařilo se nám skrze něj naplňovat všechny naše priority – zapojovat a přitahovat k tématu veřejnost a mladé lidi a skrze prohlubo-



*Obnova Německého pramene by nebyla možná bez nadšení mladých lidí*

vání jejich vztahu ke svému kraji posilovat a pozitivně utvářet místní komunitu.“

### Program „Cesta ke kořenům“

Název i inspiraci pro *Cestu ke kořenům* Brontosauři našli na Broumovsku. Přizpůsobili program podmínkám Jesenicka a vlastním zkušenostem. Oba regiony mají podobnou historii, protože patří do bývalých Sudet. Z kraje bylo po válce odsunuto původní obyvatelstvo a byl nově dosídlen. Lidé, kteří přišli odjinud, se s ním

postupně sžívali a sžívají a s jeho dědictvím se spíše potýkají. Je to kraj lidí, kteří v něm hledají a budují svoje „kořeny“.

*Cesta ke kořenům* začala na Jesenicku v roce 2002. V rámci Prázdnin s Brontosauřem se uskutečnil letní tábor „Kvítek na prameni“, kterého se zúčastnilo 22 mladých lidí ve věku 16–24 let. Během tábora byly opraveny tři objekty v oblasti Studničního vrchu u Jeseníkulázní. V srpnu pak byla zahájena oprava božích muk sv. Floriana na loukách u Chebčí.

Tyto akce a jejich výsledky byly prezentovány v místních médiích a vzbudily velmi kladný ohlas u místní veřejnosti. Díky tomu se prohloubila spolupráce se Společností Vincence Priessnitze, zájem o rozvoj programu *Cesta ke kořenům* projevil mikroregion Jesenicko a obecně prospěšná společnost Monumenti a byl navázán kontakt s dalšími jednotlivci. Od těchto aktivit už byl jen krok k projektu interpretace.

### Interpretace odkazu Vincence Priessnitze

Na projektu začali Brontosauři s dalšími partnery pracovat v lednu 2003, kdy vznikla pracovní skupina k interpretaci. Od počátku se uvažovalo o vytvoření naučné stezky přibližující jesenické „místní dědictví“. Do pracovní skupiny se podařilo kromě Brontosauřů zapojit také Společnost Vincence Priessnitze a řadu aktivních jednotlivců, kteří se věnují vodním pramenům v oblasti Studničního vrchu.

#### Proč interpretovat?

Pracovní skupina pod metodickým vedením konzultanta Ladi Ptáčka nejdříve řešila, proč se interpretací zabývat a k čemu by měla sloužit. Ukázalo se, že každý z jejích členů se dívá na projekt trochu jinými očima. Proto se objevily hned tři různé motivy:



*Výstava prezentující minulost a současnost jesenických pramenů vzbudila velký zájem veřejnosti*

- Rozvoj cestovního ruchu v Jeseníku a okolí
- Posílení lokálního patriotismu obyvatel Jeseníku
- Povinnost „dobrého hospodáře“ vůči odkazu předků a lokalitě Studniční vrch

Tomáš Hradil k tomu říká: „Domníváme se, že tato různorodost pohledů v sobě skrývá velký potenciál a není nezbytně nutné stanovovat jeden hlavní motiv. Naopak, tato hlediska se mohou velmi dobře doplňovat, stejně jako jejich nositelé.“

### Co interpretovat?

Od počátku bylo jasné, že se vše bude „točit“ kolem vodních pramenů a „magické“ oblasti Studničního vrchu. Právě tady působil v první polovině 19. století nejslavnější místní rodák Vincenc Priessnitz a během krátké doby dal vzniknout nové léčebné metodě – hydroterapii. Zřídil zde také lázně, které se záhy staly světoznámým místem. Jeho léčebný systém byl založen na pohybu po Studničním vrchu kombinovaném s vodními procedurami. Pacienti dostali rozpis, kdy mají jít ke kterému prameni a jakou tam provádět proceduru. Rozmístění pramenů v členité krajině zajišťovalo, že se pacienti cestou k nim dostatečně prohřáli a mohli absolvovat vodoléčbu studenou vodou. Na Studničním vrchu se dochovaly prameny (některé jsou již obnovené, jiné na obnovu čekají), základy kamenných sprch, pomníky vděčných pacientů atd. Vděční vyléčení pacienti (jen Priessnitz jich za svého života dokázal uzdravit přes čtyřicet tisíc), převážně z řad tehdejší evropské šlechty, nechávali na počest jesenického génia budovat v okolí lázní přírodní vodní prameny a tak zde na ploše několika kilometrů čtverečných vznikla během několika málo desetiletí unikátní oblast s více než 80 prameny.

Z diskuse proto vzešlo toto hlavní téma celé interpretace: „*Genialita Vincence Priessnitze spočívala ve využití tak často opomíjených léčivých sil přírody.*“

### Pro koho?

Pracovní skupina diskutovala, na které skupiny se má interpretace zacílit a kolik toho lidé o V. Priessnitzovi vědí. Došla k několika závěrům: 1. že většina návštěvníků o V. Priessnitzovi na začátku neví nic, 2. že by se interpretace měla zaměřit spíše na lidi, kteří se v Jeseníku a okolí zdrží déle, a 3. že se v lázních a okolí dlouhodobě pohybuje několik cílových skupin:

- starší lidé (pozor na přílišnou fyzickou náročnost trasy)
- matky s dětmi a dětské kolektivy (léto)
- Poláci (i hodně dětí, několikadenní pobyty, hlavně od května do srpna)
- Němci (jezdí spíše starší generace, která má v místě své kořeny, jejich děti a vnukové už moc ne)
- místní (hlavně o nedělích, po celý rok, výlety do lázní a okolí)

### Jak?

Od počátku bylo jasné, že jedním ze způsobů interpretace bude naučná stezka. Při podrobné diskusi došla skupina k tomu, že vzhledem k různorodosti potenciálních návštěvníků a zvolenému hlavnímu tématu (genialita V. Priessnitze a jeho způsobu léčení přírodou) bude třeba vytvořit několik okruhů o různém stupni fyzické náročnosti. Skupina diskutovala hlavně o tzv. Nassauské stezce (1831 vévoda z Nassau), která je strmá a náročná, ale jsou na ní zastávky a odbočky, takže se dá vrátit po jiné cestě. Tato stezka se ale později ukázala jako málo vhodná (místy zcela zanikla), a tak se uvažovalo o tom, zda přímo rekonstruovat Nassauskou stezku nebo trasu kombinovat s jinými cestami, jako je zachovalější Německá cesta, která jde více po vrstevnici. Jako možnou formu textů na panelech skupina navrhla „Já Vincenc Priessnitz vám vzkazují...“, s ohledem na mezinárodní složení návštěvníků je třeba počítat s jazykovými mutacemi – pravděpodobně v podrobnějším tištěném průvodci. Při dalších schůzkách pracovní skupiny byla pečlivě vybírána a plánována trasa stezky a došlo k rozvržení jejího budování do tří postupných etap.

### Jak to bude fungovat?

Skupina konstatovala, že následný provoz a údržba stezky by měly být pokryty pokud možno z prodeje tiskovin (pohlednice/vstupenka + příležitostné razítko)

a CD. Nemělo by se ale zapomenout ani na místní sponzory z řad podnikatelů. I když jejich prezentace musí být provedena vkusně!

## Co se (dosud) stalo?

### Výstava

Součástí první fáze projektu bylo uspořádání výstavy „Jesenické prameny a pomníčky“. Výstavu fotografií v reprezentativních prostorách vestibulu Priessnitzova sanatoria pořádali Brontosauři ve spolupráci se studenty jesenického gymnázia. Výstava byla založena na srovnání historických a současných snímků jednotlivých památek. Expozice původně plánovaná jenom na květen vzbudila velký ohlas a byla o měsíc prodloužena.

### Letní tábor

V červenci se uskutečnil letní tábor „Jesenické prameny 2003“, jehož účastníci pracovali na obnově Německé stezky a zrenovovali zcela zpustošený Německý pramen. Část budoucí trasy stezky tak byla zprůchodněna a zvelebona do důstojného stavu.

### Slavnostní otevření

Do napsání tohoto textu (listopad 2003) se ještě stihlo uskutečnit slavnostní „otevření“ obnovené Německé

stezky pro veřejnost. Tato akce se konala v rámci programu oslav Priessnitzova dne (4. října), kdy si jesenické lázně připomněly 204. výročí narození svého zakladatele.

## Hodnocení

Tomáš Hradil dosavadní zkušenosti s interpretací shrnul takto: „Je důležité nepodcenit spolupráci na regionální úrovni. Je potřeba spolupracovat se všemi, kdo mají zájem, s nadšenci a dobrovolníky i odborníky. Myslím, že se osvědčilo zapojení konzultanta zvenčí, který pomáhal držet strukturu diskuse ve skupině a zodpovědět všechny podstatné otázky. Trochu problematické se ukázalo průběžné rozšiřování pracovní skupiny. Novým lidem je většinou potřeba všechno vysvětlit znovu od začátku, čímž dochází ke zpomalení tempa a kontinuity práce. Co se nám dlouhodobě osvědčuje, je práce s mladými lidmi. Je vhodné využít jejich pozitivního náboje a nadšení. A konečně pro vlastní realizaci takovýchto projektů je velmi výhodné a efektivní využít akcí typu Prázdniny s Brontosauřem, ať už z hlediska finančního, jako možnosti popularizovat projekt, ale hlavně jako příležitost, kde mladí lidé mohou získat osobní vztah ke krajině či památkám.“

## 5. Drnka – interpretace místního dědictví obce Drnovice

### Kdo nebo co je Drnka?

Občanské sdružení Drnka – formálně vzniklé až v roce 1999 – působí již několik let v Drnovicích na Vyškovsku. Sdružuje na 60 občanů ve věkovém rozmezí od 15 do 75 let. Jeho posláním je především ožívání místní pospolitosti, ochrana přírody a krajiny. Aktivity Drnky míří od výzkumu pamětových struktur kulturní krajiny, přes ožívání a obnovu krajiny, až k povzbuzování širší veřejnosti k zájmu o okolní krajinu. Sdružení vzniklo z přesvědčení, že o krajinu, která nás obklopuje, se nejlépe postarají ti, kdo ji důvěrně znají a žijí v ní, tedy místní obyvatelé.



*Environmentální pouť představuje zajímavou formu interpretace*

## Proč interpretace?

Cílem projektu interpretace místního dědictví obce Drnovice bylo motivovat zájem místních obyvatel o historii a současnost obce, zapojit je do mapování a dokumentace místního přírodního a kulturního dědictví a formou výstav, přednášek, vycházek a publikací prezentovat získané poznatky co nejširší veřejnosti.

## Přípravy

Projekt byl představen regionální veřejnosti na informačních panelech během celého měsíce února – v rámci měsíce pro neziskový sektor – na ZŠ Purkyňova a Gymnáziu ve Vyškově, ve Vyškovských novinách a v deníku Rovnost. Místní lidé měli možnost se s projektem seznámit na výstavě 27. 4. 2003 v Kulturní domě v Drnovicích a v obecním zpravodaji.

Hlavní váha aktivit ležela na Radě sdružení Drnka a koordinátorovi projektu Pavlu Klvačovi. Do projektu bylo dále zapojeno mnoho dalších členů sdružení. Proběhlo několik společných besed a debat nad postupem práce na projektu, například v rámci sněmu sdružení v březnu 2003, dále schůzka s konzultanty projektu, „výzkumné“ besedy, jako bylo sezení s pamětníky rovněž v březnu 2003, a množství vycházek do okolí.

### Sběr informací

Během přípravy projektu se podařilo získat množství informací o historii obce Drnovice. Metodou mentálních map, rozhovorů s pamětníky, společných debat nad dobovými fotografiemi a mapami a vycházek do krajiny bylo zmapováno mnoho lokálně významných míst v okolní krajině, zaznamenáno jejich umístění v terénu, provedena fotodokumentace a archivace.

## Výstupy projektu

Projekt interpretace měl několik konkrétních výstupů: „Pexeso obce Drnovice – přírodní a kulturní dědictví obce“, „Mapa Drnovic – paměť obce a krajiny“ a výstava „Drnovice dnes“, která proběhla 9.–10. 8. 2003 v drnovickém kulturním domě.



*Prezentace pexesa veřejnosti*

Na již realizované akce navázalo v prosinci 2003 vydání publikace „Pověsti z Drnovic“, uvedení videopořadu „Drnovický mokřad“ a uspořádání výstavy fotografií „Přírodní a kulturní dědictví Drnovic“.

## Hodnocení

Pavel Klvač, duchovní otec sdružení i projektu, k hodnocení říká: „Díky realizaci projektu se podařilo zintenzivnit vzájemnou spolupráci členů uvnitř sdružení, spolupráci na úrovni místních organizací a otevřely se nové komunikační kanály. Navíc se nám povedlo získat místního učitele ZŠ za spolupracovníka a člena Drnky. Velmi mě potěšil kladný ohlas na naše aktivity v tisku i mezi občany. Například návštěvnost našich výstav se pohybuje kolem 300 účastníků, prodej pexesa i mapy dosáhl 400 kusů. Věřím, že se nám tím podařilo upozornit na místní přírodní a kulturní hodnoty a snad i motivovat některé z občanů k většímu zájmu o jejich okolí.“

Rezervy zůstávají v zapojování místní mládeže s výjimkou mateřské školy (ředitelka je členka Rady sdružení, děti chodí pravidelně na vycházky do krajiny, učitelky využívají pexesa k environmentální výchově).

Pavel Klvač hodnocení uzavírá: „Celkově mohu říci, že práce na interpretaci je dlouhodobý, časově náročný proces – zvláště když všechny aktivity zajišťují dobrovolníci, jako je tomu u nás.“

## IX. Přílohy

### Další zdroje informací

#### Doporučená literatura:

##### Interpretace a její plánování

Mnoho praktických knih týkajících se interpretace vyšlo v USA. Měli byste být schopni si je objednat ve virtuálních knihkupectvích, jako je např. Amazon.

- Brochu, L.: Interpretive Planning: The 5-M Model for Successful Planning Projects. InterpPress, 2003. ([www.interpnet.com](http://www.interpnet.com))
- Ham, S.H.: Environmental Interpretation: a practical guide for people with big ideas and small budgets. North American Press, 1992.
- Lewis, W.J.: Interpreting for park visitors. Eastern Acorn Press, 1981.
- Pierssené, A.: Explaining our world. Routledge, 2000.
- Regnier, K., Gross, M., Zimmerman, R.: The interpreter's guidebook: techniques for programs and presentations. University of Wisconsin, 1992.
- Tilden, F.: Interpreting our heritage. University of North Carolina Press, 1957.
- Veverka, J.: Interpretive master planning. Falcon Press, 1994.

Rozebrané, ale pokud se vám je podaří někde najít, užitečné:

- Aldridge, D.: Principles of countryside interpretation and interpretive planning: Guide to countryside interpretation, part I. HMSO, 1975.
- Aldridge, D.: The monster book of environmental interpretation.
- Binks, G., Dyke, J., Dagnall, P.: Visitors welcome: a manual on the presentation and interpretation of archaeological excavations. HMSO, 1988.
- Pennyfather, K.: Interpretive media and facilities: Guide to countryside interpretation, part II. HMSO, 1975.

##### Práce s komunitami a jinými skupinami

- Agora. Sedm kroků k zapojení veřejnosti, průvodce participačním procesem. Praha, 2002. ([info@agora-europe.org](mailto:info@agora-europe.org))
- Briestenský, L. (ed.): Participácia funguje! 21 technik komunitnej participácie pre 21. storočie. Občianske združenie Kultúra, Vrútky, 2002. ([ozkultura@nexta.sk](mailto:ozkultura@nexta.sk))
- Harris, V. (ed.): Community work skills manual. The Association of Community Workers, 1994. (Cena £15, k dostání u ACW, Stephenson Building, Elswick Road, Newcastle-upon-Tyne NE4 6SQ)
- Lenda-Chaloupková, H.: Moje obec, moje město – věc veřejná. Techniky k zapojování veřejnosti do místních plánovacích procesů. Nadace VIA, 2000. ([www.nadacevia.cz](http://www.nadacevia.cz))

### Návštěvnícké průzkumy a evaluace

- Falk, J., Dierking, L.: The museum experience. Whalesback Books, Washington, 1992.
- Hague, P.: Questionnaire design. Kogan Page, London, 1993.
- Scottish Natural Heritage Visitor Monitoring Training Manual. SNH, 1993.
- Taylor, S. (ed.): Trying it? Improving exhibits through formative evaluation. New York Hall of Science, 1991.

### Psaní interpretace

- Cutts, M.: The plain English guide. Oxford University Press.
- Fairfax, J., Moat, J.: The way to write. Elm Tree Books, 1981.
- Gowers, E.: The complete plain words.
- Heintzman, J.: A guide for nature writers. University of Wisconsin, 1988.

### Produkce publikací

- Zehr, J., Gross, M., Zimmerman, R.: Creating environmental publications: a guide to writing and designing for interpreters and environmental educators. University of Wisconsin, 1992.

### Venkovní panely

- Trapp, S., Gross, M., Zimmerman, R.: Signs, trails and wayside exhibits: connecting people and places. University of Wisconsin, 1992.

### Návštěvnícká centra

- Scottish Natural Heritage Visitor Centres: a practical guide to planning, design and operation. SNH, 1996.

### Průvodci – osobní interpretace

- Brochu, L., Merriman, T.: Personal interpretation: connecting your audience to heritage resources. 2002, InterpPress, National Association for Interpretation, Colorado. 15 USD, možné objednat na [www.interpnet.com/interpnet/store](http://www.interpnet.com/interpnet/store)
- Pastorelli, J.: Enriching the tour experience. 2003. 44,95 AUD, možné objednat na [www.pearsoned.com.au](http://www.pearsoned.com.au)

### Doporučené internetové stránky:

#### Organizace věnující se interpretaci

- Association for Heritage Interpretation: [www.heritage-interpretation.org.uk](http://www.heritage-interpretation.org.uk)
- Interpretation Australia Association: [www.interpretationaustralia.asn.au/](http://www.interpretationaustralia.asn.au/)
- Interpretation Canada: [www.interpcan.ca/](http://www.interpcan.ca/)
- Interpret Europe: [www.interpret-europe.net/](http://www.interpret-europe.net/)
- National Association for Interpretation: [www.interpnet.com](http://www.interpnet.com)
- Scottish Interpreters Network: [www.scotinterpnet.org.uk](http://www.scotinterpnet.org.uk)
- Slavonická renesanční společnost: [www.slavonice.cz](http://www.slavonice.cz)
- Visitor Studies Association: <http://museum.cl.msu.edu/vsa/>
- On-line seznamy knih s mnoha publikacemi týkajícími se interpretace: [www.acorngroup.com/contents.htm](http://www.acorngroup.com/contents.htm)

## Stránky o interpretaci

- Stránky Queensland University of Technology – kvalitní stránky o tom, jak správně interpretovat a vyhodnocovat včetně mnoha názorných příkladů: [www.interpretivesigns.qut.edu.au](http://www.interpretivesigns.qut.edu.au)
- Stránky Carla Stranga – zajímavé stránky spravované americkým přírodovědcem. Obsahují několik podnětných úvah: <http://members.aol.com/Wildlifer/index.htm>
- Stránky Johna Veverky – mj. obsahují několik článků věnovaných plánování interpretace: [www.heritageinterp.com/library.htm](http://www.heritageinterp.com/library.htm)

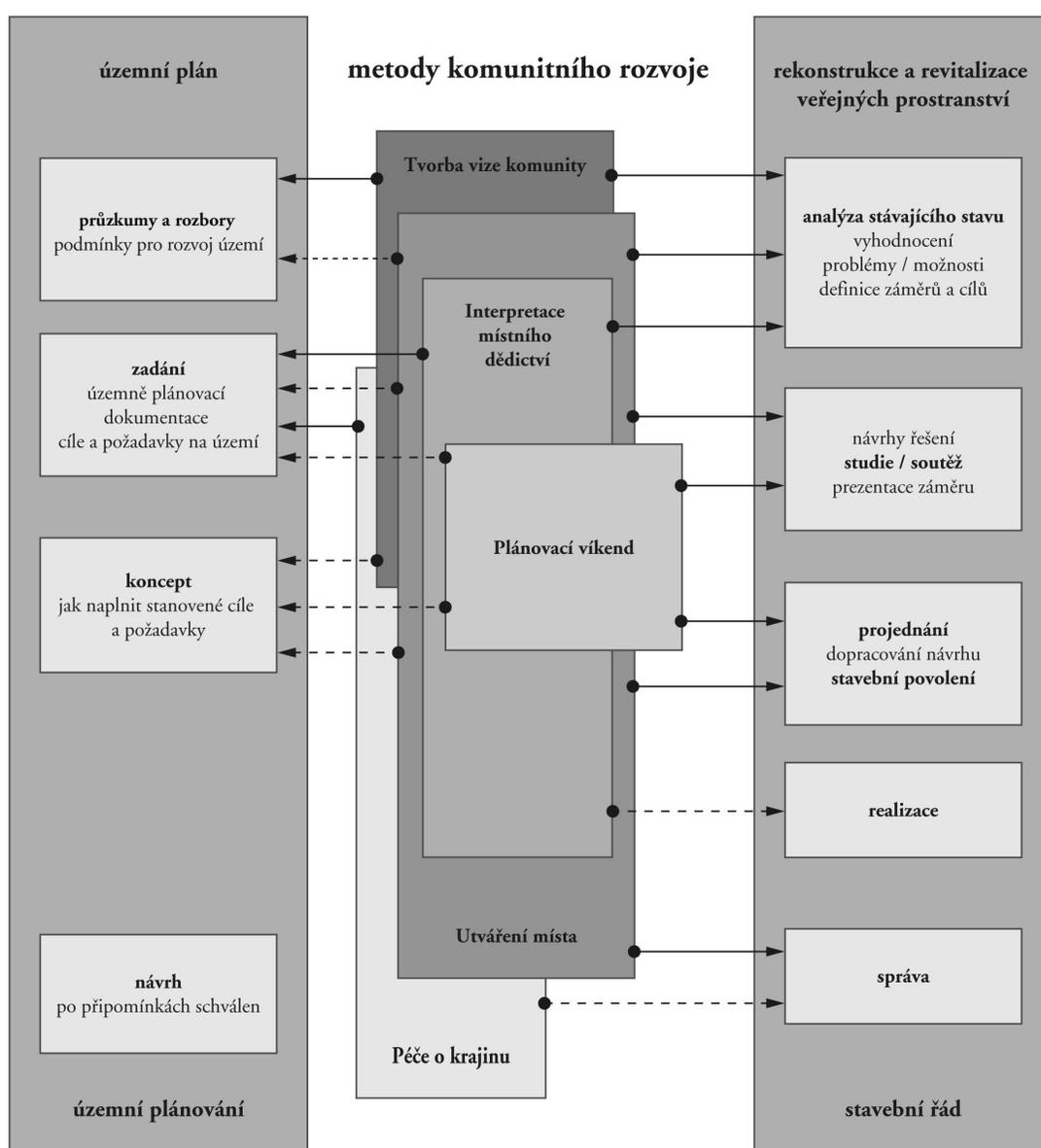
## Příklady stránek, které „interpretují“ místo nebo sbírku

- Kilmartin House Museum. Nezávislé muzeum z An Argyll: [www.kht.org.uk/](http://www.kht.org.uk/)
- The Natural History Museum: [www.nhm.ac.uk/](http://www.nhm.ac.uk/)
- The Smithsonian Institution. Zajímavé „experimentální“ využití internetu k interpretaci objektů: [www.si.edu/revealingthings/](http://www.si.edu/revealingthings/)
- The Metropolitan Museum in New York. Obsahuje i virtuální prohlídku: [www.metmuseum.org](http://www.metmuseum.org)
- The Humboldt Bay Interpretive Signing Program. Kompletní představení interpretačních panelů: [www.rcaa.org/baysigns/](http://www.rcaa.org/baysigns/)
- Mount St. Helens. Vše o sopce St. Helens: <http://volcano.und.nodak.edu/vwdocs/msh/msh.html>
- Waymerks on the Southern Upland Way. Velmi netradiční forma interpretace na stezce „jižní vrchovinou“ ve Skotsku, která používá umění a zahrnuje prvek objevitelství: [www.waymerks.org.uk](http://www.waymerks.org.uk)
- Broumovsko: [www.broumovsko.cz](http://www.broumovsko.cz)
- Valašsko: [www.valasskakrajina.cz](http://www.valasskakrajina.cz)
- Slavonicko: [www.slavonice.cz](http://www.slavonice.cz)

## Od nápadu ke kolaudaci

Uváděné metody komunitního rozvoje jsou užitečným doplněním a rozšířením stávajícího systému veřejné správy, územního plánování a demokratického rozhodování.

Použití jednotlivých metod je vždy třeba zvážit. Pro názornost však uvádíme jakýsi „model“ vztahu oficiálního plánování a představovaných participativních metod. Toto schéma pro přehlednost neobsahuje všechny možné vazby, ale znázorňuje logiku propojení obou procesů v odpovídajícím stadiu rozpracovanosti. Jinými slovy – metody komunitního rozvoje jsou použitelné kdykoliv, zvláště se to však hodí v těchto souvislostech:



*Schéma vztahu participativních metod a oficiálních procesů územního plánování*



## Nadace Partnerství a Partnerství, o.p.s.

### Nadace Partnerství

Nadace Partnerství je společně s čtyřmi sesterskými nadacemi v Polsku, Maďarsku, Rumunsku a na Slovensku součástí střeoevropského konsorcia Environmental Partnership for Central Europe. Byla založena v roce 1991 skupinou převážně amerických nadačních dárců zastoupených German Marshall Fund of the United States. Nadace Partnerství se postupně vypracovala v největší soukromý zdroj finanční podpory ekologických projektů obcí a nevládních neziskových organizací v ČR. Od svého vzniku v roce 1991 podpořila formou nadačních příspěvků ve výši kolem 96 milionů korun už na 1 310 projektů nevládních neziskových organizací a obecních úřadů. Posláním Nadace Partnerství je pomáhat nevládním organizacím, obcím a dalším partnerům v péči o životní prostředí, stimulovat trvale udržitelný rozvoj, mezisektorovou spolupráci a účast občanů na věcech veřejných. Nadace Partnerství dosahuje svých cílů udělováním grantů, organizováním stáží, školení, seminářů a jiných vzdělávacích modulů, vydáváním publikací, aktivním propojováním obdobných projektů doma i v zahraničí, zprostředkováváním informací a kontaktů z oblasti životního prostředí a trvale udržitelného rozvoje i vlastními programy.

### Obecně prospěšná společnost Partnerství

byla založena za účelem poskytování a zprostředkování informací a služeb pro trvale udržitelný rozvoj komunit, obcí a jejich partnerů z neziskového a podnikatelského sektoru, státní správy, případně pro sdružení těchto partnerů. Ke splnění tohoto účelu poskytuje společnost obecně prospěšné služby. Během posledních let se potvrzuje, že aktivní zapojení veřejnosti do procesu přeměny a utváření životního prostředí a vztahů v něm je jednoznačně prospěšné a pomáhá vzniku zdravé občanské společnosti. Poptávka po službách v této oblasti v poslední době prudce vzrůstá, je však zřejmé, že zde chybí dostatek odborníků schopných tuto činnost profesionálně vykonávat. Nadace Partnerství ve spolupráci se zahraničními partnery vyškolila skupinu konzultantů, kteří jsou připraveni asistovat při projektech zaměřených na komunitní rozvoj.

#### **Partnerství, o.p.s., poskytuje zejména tyto služby:**

- Poradenství a konzultace
- Organizační a finanční management projektů
- Zpracování studií a projektových dokumentací
- Pořádání a organizování odborných ekologických a kulturních akcí
- Školicí a osvětová činnost
- Sběr, zpracování, zveřejňování a publikování informací
- Aplikovaný výzkum v kontextu trvale udržitelného rozvoje

#### **Partnerství, o.p.s.**

Panská 7, 602 00 Brno

tel. 542 422 764, 542 422 765

fax 542 422 777

e-mail: partnerstvi.ops@ecn.cz

ředitel: Ing. Michal Pospíšil

e-mail: pospilis.integro@quick.cz