



1

### Obraz památek a prezentace jejich image na vybraných příkladech z Veltrus

Historické parky a zahrady jsou mimořádně zajímavé jako místa, kde se člověk pokoušel propojit přírodní složku s uměním. V různých obdobích byly zahrady a parky budovány podle různých principů, a to jak ve smyslu samotné architektury parku, tak ve smyslu odlišných principů jejich vnímání. Návštěvník v 16. století očekával od zahrady něco jiného než návštěvník ve století 18., jehož očekávání byla opět zcela odlišná od dnešních. Průchod či způsob „provázání“ parkem byly také v minulosti rozdílné. Zkušenosti či očekávání se lišily nejenom z důvodů rozdílné společenské funkce zahrad, ale i odlišných estetických preferencí v různých obdobích. V tomto příspěvku se zaměříme na problematiku spojenou v obecné rovině s estetickým hodnocením památek v krajině, v užším pojetí na to, jak je vnímána tzv. „image“ památek. Rádi bychom se soustředili především na otázky týkající se vytváření (atraktivního) obrazu, image památky u veřejnosti a následné konfrontace s reálnou památkou. Vstupní úvahy doplňujeme o vlastní zkušenosti z výzkumu v konkrétní lokalitě, krajinářském parku kolem veltruského zámku (obr. 1).

#### Obrazy krajiny

Pro lidský druh je vytváření obrazů – vnějších i vnitřních – jednou ze základních charakteristik. Již od dob nejstaršího umění vznikají obrazy smyslově vnímatel-

ného i vnitřního světa, které hrají zcela klíčovou a konstitutivní roli pro orientaci a poznávání okolí. Ať již pro různá pravěká zobrazení použijeme označení „realistická“, či „abstraktní“, jistě nešlo o pouhou „okrasu“, ale byla především nástrojem, jakým se člověk vztahoval ke svému prostředí i k sobě. A to nejenom tak, že se pomocí obrazů a s nimi pravděpodobně často spojené magie okolní svět pokoušel manipulovat. Obrazy mu pomáhaly především artikulovat to, co viděl, jejich prostřednictvím vybíral ze svého okolí pro svoji kulturu to podstatné a *de facto* určoval, s jakým mentálním nastavením do svého okolí vstupuje, jak ukázal detailně již E. H. Gombrich.<sup>1</sup> Vynález zobrazení, obrazu, ať již v podobě fyzické, nebo mentální, pomohl určovat, co vůbec člověk ve světě vnímá, na co z obrovského množství všemu zaměřuje pozornost a co zcela pomíjí či vnímá jako pouhé „pozadí“. Lidé si samozřejmě moc obrazů záhy uvědomili a začali je používat i k mocenským či propagačním účelům, ať už se jednalo o panovníky nebo různá náboženství.<sup>2</sup> Nás nicméně bude zajímat ta rovina, kdy obrazy nějakým způsobem formují naše vnímání okolí (nebo nás o něm informují), naše preference krajiny a zaměření pozornosti na její charakteristické rysy. Bylo by možné uvést příklady již z antiky, ale na našem území nalézáme dobře dokladovatelné případy v raně novověkém období, kdy byla okolní krajina artikulována prostřednictvím různých způsobů. Sloužila k tomu umělecká díla, zejména z oblasti architektury a sochařství, mohly to však být i aleje, cesty nebo průseky. Člověk, re-spektive jeho pohyb i pohled, byl v krajině záměrně

Obr. 1. Vstupní reprezentativní průčelí veltruského zámku. Část fotografií doprovázejících tento příspěvek (obr. 4–10) byla využita při výzkumu zmiňovaném v článku. Foto: Tomáš Kučera, 2015.

usměrňován pomocí pohledových os a různých dominant („eye-catcherů“), což se neomezovalo nutně jen na zahradní architekturu, ale uplatňovalo se v měřítku celé krajiny. Celé části terénu byly dotvářeny tak, aby vznikl určitý „obraz“, například některé kopce nebo údolí byly zvýrazněny sakrální architekturou a dodatečnými úpravami, jako třeba odlesněním či výsadbou alejí (jakkoli toto mohlo mít i čistě praktický význam). Na druhé straně se teprve od renesance člověk učil vnímat okolní krajinu jako obraz, jak o tom svědčí již prostý fakt, že samotný termín *krajina* se objevil až v renesanci a jeden z jeho původních hlavních významů znamenal výpomocné scenerie na obraze.<sup>3</sup> Reálná

#### ■ Poznámky

1 Ernst Hans Gombrich, *Umění a iluze*, Praha 1960.

2 Připomeňme zde z populárnějších zpracování seriál BBC klasického archeologa a historika umění Nigela Spiveyho *How Art Made the World* (2005), který ukazuje, jakou roli hrál image, obraz, v lidských dějinách především právě v ohledu mocenském.

3 Např. Ernst H. Gombrich, *The Renaissance Theory of Art and the Rise of Landscape*, in: idem, *Norm and Form. Studies in the Art of the Renaissance*, London – New York



2a



2b

Obr. 2a, b. Pohled na čínský můstek a Chrám obránců vlasti a přátel zahrad a venkova. (a) Dobová grafika z Veltrus zobrazující můstek a Chrám přátel. Podle kresby hraběnky Luisy Chotkové provedl Benedict Piringner na přelomu 18. a 19. století. Převzato z: reprodukce z archivu zámku Veltrusy. (b) V současnosti je pohled na chrám v souvislosti s bělostným můstkem, odkazujícím na kompozice anglických parků, možný jen z jediného, a to poměrně obtížně dosažitelného úhlu, navíc v zrcadlově převrácené kompozici. Foto: Tomáš Kučera, 2016.

krajina ve smyslu krajinného celku, a nikoliv souboru oddělených míst<sup>4</sup> byla často objevována právě skrze obrazy, respektive zobrazení krajiny, byť se v té době ještě nemalovalo „podle skutečnosti“.<sup>5</sup> Zdá se, že pro „objevení krajiny“ Evropany bylo stejně zásadní jako její fyzické objevování a cílené úpravy i její zobrazování. Další rovinou bylo to, že určité krajiny či místa existovaly v podobě různých zobrazení na grafikách či malbách (např. Vesuv, Řím, Tivoli, zahrady ve Versailles) a vytvářely tak povědomí či obraz o místech, kam se většina tehdejších lidí nedostala. V některých případech je dokonce možné ukázat, jak obrazy určitých krajin vytvořené umělci předcházejí zájem širší společenské vrstvy o ně ve skutečnosti. Dobrou ukázkou je (minimálně cestovatelský či estetický) nezájem o velehoru v 17. století, který je vystřídán obrovským vzdušným vlnu zájmu především o Alpy ve století následujícím. Tento zájem byl pak provázen vznikem vysokohorské turistiky, a to v návaznosti na „objevování“ alpských terénů malíři a dalšími umělci, nikoliv paralelně. Jakkoli komplexní to byl fenomén, role literatury a výtvarného umění byla klíčová, jak dokládají cestopisy či dopisy, ve kterých aristokratičtí cestovatelé na svých Grand Tour do Itálie bez estetického zálibení mjejí po celé týdny alpské scenerie na cestě směrem na jih, ale jásají nad nimi při cestě zpět na sever, poučení obrazy římských krajinářů (Lorrain,

Dughet, Poussin).<sup>6</sup> Když pak přijedou domů, uplatňují nově nabyté zkušenosti s těmito krajinářmi, ale i s italskou a alpskou krajinou ve svých zahradách a širším okolí. Výtvarné kvality se stanou jednou z úhlavních složek zážitku novověkého člověka v přírodě, který se – poučen výtvarným uměním – na okolí začíná dívat jako na obraz (obr. 2a, b). To ukazuje v Británii dobře perioda tzv. „picturesque taste“. Tehdy se do divočejších terénů vrhali tzv. „picturesque hunters“, lovci malebna, aby ulovili – často za pomoci různých technických pomůcek, jako byly tzv. *claudes glasses* či *camera obscura* – co nejmalebnější vjem připomínající krajinomalbu a zaznamenali jej do svých předtiskových zápisníků či zachytili akvarelem.<sup>7</sup>

Nebudeme dále zabíhat do historie vnímání a zobrazování krajiny, která je ostatně velmi komplexní a rozvětvená.<sup>8</sup> V tuto chvíli nám jde o uvědomění si různých rovin tohoto vztahu i toho, co všechno onen pojem obrazu znamená (obraz namalovaný, vzniklý na sítnici oka, ve vědomí, obraz ve smyslu „imidž“) a jak zásadní roli hraje či hrál obraz vytvářený výtvarným uměním pro naše uvědomování si i oceňování krajiny.

Krajina byla na jedné straně vynálezem člověka, který k ní takto přistoupil, poučen svými vlastními obrazy, současně ho pak tyto obrazy vedly i k cílenému formování okolí. Zde jakýmsi pomyslným vrcholem byly zahrada či park, které jsou svým způsobem vyvrcholem propojení lidského umění s přírodou a krajinou. My se však zaměříme pouze na jednu z nastíněných

použití tohoto pojmu jednak ve smyslu uvedeném v textu, který pak ústí v použití krajiny jako něčeho, co vnímáme kolem sebe v přírodě, a pak ovšem také v právním smyslu jako nějaký (urbánní) střed s okolím.

**4** Viz citovanou Gombrichovu stat, kde rozebírá nejen první použití i zobrazování krajiny v evropském novověku, ale současně do jisté míry zpochybňuje v závěru renesanční „krajinomalby“ jako pohledy skutečně pracující s celkem krajiny. Gombrich, *The Renaissance Theory* (pozn. 3), s. 113.

**5** S prvky založenými na reálné scenerii se setkáváme až v polovině 15. století – z roku 1444 pochází obraz *Záračný rybolov* Konrada Witze zachycující okolí Ženevského jezera, ze stejného roku je i obraz Sassettův *Mystický snátek sv. Františka*, zachycující toskánskou horu Monte Amiata.

**6** Hussey uvádí konkrétní příklad s citacemi z Josepha Addisona, vydavatele *Spectatoru*: Christopher Hussey, *The Picturesque. Studies in a Point of View*, London, 1967, s. 87–89.

**7** Viz kapitolu *Travelling „knick-knacks“*, in: Malcolm Andrews, *The Search for the Picturesque: Landscape Aesthetics and Tourism in Britain, 1760–1800*, Stanford 1989, s. 67–82. V této době se také objevují první teorie Williama Gilpina, Uvedala Price, Richarda Payne Knighta a Humphry Reptona, kteří se cíleně zabývali vztahem zobrazení a okolního krajinného prostředí i krajinářských parků. Jakkoli čerpají tyto teoretici své estetické ideály právě z obrazů, systematizují i rozdíl mezi zobrazením a zobrazovaným, stejně jako mezi přírodou „volnou“ a komponovanou přírodou parků (zejm. zahradní architekt Repton, kterého ještě zmíníme). Teorie malebna měla však i silnou složku urbanistickou a architektonickou, jak ukazují zejména díla Price a Knighta. V češtině viz blíže Karel Stibral, *O malebnu. Estetika přírody mezi zahradou a divočinou*, Praha – Brno 2013, s. 248.

**8** Z klasických teoretických prací k tématu zejm. Kenneth Clark, *Landscape into Art*, London 1949; Malcolm Andrews, *Landscape and the Western Art*, Oxford 1999.

#### ■ Poznámky

1966, s. 116. Přestože antika a středověk tento pojem neznaly, je zřejmé, že jakýsi „pohled na krajinu“ a obdiv k ní najdeme již v době římské (např. u Plinia ml., viz Gaius Plinius Secundus, *Dopisy*, Praha 1942, dopis Domitiovi Apollinarovi 47.(V6), s. 117–129). Přes různé středověké termíny se pak teprve v renesanci dostáváme k širšímu





3

**Obr. 3.** Na žádném z propagačních materiálů nenajdeme průhled od brány k zámku, geniální využití optického klamu tvůrci, vytvářející prvotní pocit, že zámek je hned za branou. Součástí překvapivé iluze je pak i to, že čím více se k bráně přibližujeme (nebo ji pak projdeme), tím více se zámek vzdaluje. Zde si pak naplno uvědomíme jak potřebu tento průhled obnovit průklestem větvoví (které během letošního léta prakticky celý efekt zrušilo), tak odstranit krajně rušivé dopravní značení. Foto: Tomáš Kučera, 2018.

vrstev, a to obraz ve smyslu do češtiny většinou nepřekládaného *image*.

Budeme-li dále hovořit o obrazu ve smyslu *image* (respektive *imageability*) v krajinářském parku a budeme odkazovat ze zobrazovacích metod v podstatě jen na fotografii, je dobré si uvědomit, že s řadou složek tvorby *image* se vědomě pracovalo již v době vzniku těchto parků, byť „tradičními metodami“. Park byl navrhován s cílem vyvolání určitého obrazu či obrazů, v některých dobách byl vnímán dokonce jako jakási 3D galerie krajinářských scén opírajících se o zkušenosti s krajinomalbou.<sup>9</sup> Na tom se jednak podílela samotná architektura parku, ale i případné vedení návštěvníka průvodcem i cestami tak, aby ve správnou chvíli uviděl z doporučených míst kýžené pohledy na doporučené objekty v určitých úhlech a vzdálenostech, které měly „malířské kvality“. Přispíval k tomu ale i nejobvyklejší nástroj vizuální komunikace té doby – grafiky, které v celých sériích zachycovaly žádoucí motivy a objekty hodné spatření. Často různým způsobem modifikovaly zobrazované rozmístění jednotlivých prvků,

jejich velikost, propojenost, „atraktivnost“ nebo malebnost, náladu atp., či s nimi manipulovaly (obr. 3.)

#### *Obraz jako nástroj propagace*

Paralelně ke snahám studovat různé estetické preference a vnímání z historického hlediska najdeme samozřejmě snahy teoreticky uchopit percepci jako takovou vědeckým způsobem, zejména na psychologické (například dříve *Gestaltpsychologie*) či dokonce neurobiologické úrovni.<sup>10</sup> Současně nalézáme potřebu popsat problém vztahu obrazu či jeho významu pro zcela praktické potřeby urbanismu či turistického ruchu, které se od psychologických vědeckých teorií stejně jako filozofie percepce mohou vzdalovat a pracují často s více či méně reflektovanými, ale v praxi a terénu nabytými zkušenostmi. Zde se používá jeden z již zmíněných anglických termínů pro obraz – *image*, který ovšem kromě obrazu ve smyslu fyzické vizuální reprezentace zahrnuje stejně tak představu nějaké věci či dojem o ní,<sup>11</sup> respektive jeho schopnost tento dojem vytvářet, zejména v masmédiích.<sup>12</sup> Proto se do češtiny v tomto kontextu ani nepřekládá,<sup>13</sup> ostatně odkazuje dobře i k použití v češtině zdomácnělého „imidž“, užívaného především ve vztahu k osobám či firmám a jejich (sebe)prezentaci.<sup>14</sup> Pojem *image* byl ostatně používán v marketingovém významu již od druhé poloviny 20. století ve smyslu podoby či ideje, jak se daný subjekt má jevit navenek.<sup>15</sup> Zejména v urbanistickém kontextu jej pak použil architekt Kevin Lynch (1960)<sup>16</sup> především ve smyslu mentálního obrazu či podoby a vymezil i skladebné složky *image*: identitu, strukturu a význam. Hodnotící kritérium „*imageability*“ reprezentují podle něj ty „*vlastnosti objektu, které u každého jednotlivého pozorovatele vyvolávají silný image. Může jít o tvar, zvláštní barevnost nebo uspořádání celého objektu, které vyvolají intenzivní, jedinečný, výrazně uspořádaný a prakticky využitelný image prostředí*“.<sup>17</sup> Takové objekty lze charakterizovat jako čitelné, zřetelné či zjevné. Místo se pak jeví být dobře utvářené, výrazné a „obdivuhodné“. Charakteristický *image* vzbuzuje naši pozornost a prohlubuje zájem o dané místo. Vede k pochopení světa, v němž žijeme. Současně Lynch ukazoval, jak je toto utváření založené na kulturním kontextu, a to i v případě přírodního prostředí, respektive krajiny.<sup>18</sup> Od 70. let s konceptem *image* cíleně pracuje průmysl cestovního ruchu. Tento koncept se proto dá logicky uplatnit i při úvahách o vztahu veřejnosti k památkám či jeho výzkumech (obr. 4–10).

Vnímání prostředí podněcuje u každého individuální míru zvědavosti, čímž může podpořit motivaci k návštěvě. Kognitivní a emoční interpretace místa tak formují i představu o jeho *image*. Vnitřní motivaci k návštěvě mohou dále podpořit (nebo naopak zvrátit) vnější podněty, které jsou vyvolané mediálním či jiným veřejným obrazem, například reklamou. Vnitřní moti-

#### ■ Poznámky

**9** Malcolm Andrews, *The Search for the Picturesque: Landscape Aesthetics and Tourism in Britain, 1760–1800*, Stanford 1989. Samozřejmě již barokní, resp. francouzské klasicizující zahrady (ba i dřívější) byly jakýmsi kompendiem výjevů, v tomto případě ale spíše odvozených ze zkušeností s architekturou, resp. urbanismem, nikoliv primárně malířstvím (jak tomu bylo paralelně, zjednodušeně řečeno, i s čínskou zahradou).

**10** Ve filozofii najdeme mimořádné práce Maurice Merleau-Pontyho, např. *Fenomenologie vnímání*, Praha 2013.

**11** Obdobně estetici většinou hovoří o estetickém objektu jako o něčem, co vzniká na základě vjemů v naší mysli a co je teprve předmětem zálibení. Tedy nikoliv o fyzicky existujícím objektu, který vzbuzuje naše zálibení, ať již je to socha, skladba či květina. Slovo *dojem*, které zde při definování používáme, se nicméně s představou *image* překrývá jen částečně. *Image* je primárně spojená, byť ne výhradně, s vizuální stránkou a jistou konstruovanou (sebe)prezentací, zatímco *dojem* je spíše obecně výsledkem vnímání i činnosti rozumu, předběžný výsledek kombinace vnímání a předchozích zkušeností.

**12** Viz např. definici slova *image* ve slovníku Merriam – Webster, dostupné na: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/image>, vyhledáno 9. 9. 2018.

**13** Věra Petráčková et al., *Akademický slovník cizích slov*, Praha 1998, definuje tento pojem: „*Image je psychický otisk reality subjektivně zpracovaný do formy dojmu, obraz skutečnosti*.“ Pochopitelně, z hlediska filozofického jde o poněkud problematické definování – žádnou „realitu“, navíc objektivní, nemáme k dispozici (ve smyslu Kantova *noumenon*). Máme přístup pouze k *fenoménům*, resp. našim subjektivním dojmům.

**14** Zajímavou paralelou by zde byly úvahy švýcarského biologa Portmanna z 60. a 70. let o zásadním významu sebereprezentace (*Selbstdarstellung*) a „jevení se“ pro všechny živé organismy – Adolf Portmann, *Nové cesty biologie*, Praha 1997, popř. Karel Kleisner, *Biologie ve službách zjevu. K teoreticko-biologickým myšlenkám A. Portmanna*, Praha 2008.

**15** Josef Navrátil, *Návštěvník jako rozvojový faktor navštíveného místa*, Praha 2012, s. 189.

**16** Kevin Lynch, *Obraz města. The Image of the City*, Praha 2004, s. 202. Lynch ale často přechází od urbanismu ke zkušenosti s celou krajinou a přírodním prostředím, celá první kapitola je nazvána *Image prostředí* (The Image of the environment). Jeho model je proto celkem dobře uplatnitelný nejen pro urbanismus, ale i celou krajinu či samozřejmě park.

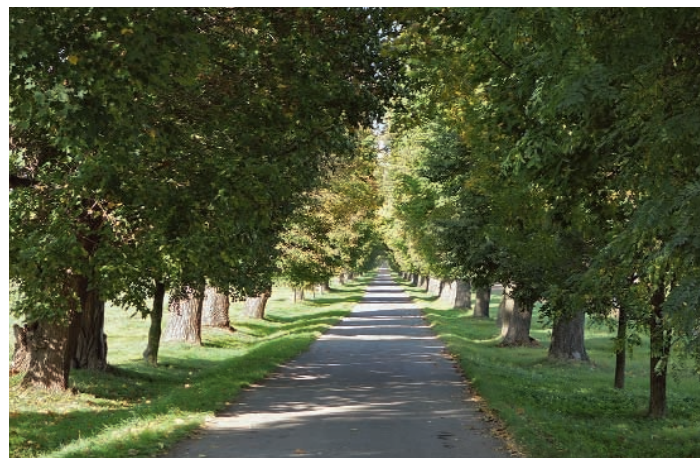
**17** Ibidem, s. 9.

**18** Jako příklad uváděl kmen Aleutů, v jehož imaginaci i prostorové orientaci hrály dle výzkumu zásadní roli jakékoliv vodní toky, z nichž i nejmenší měly svá jména, zatímco pozornost překvapivě nebyla zaměřena na velké horizontální objekty – jména neměly ani sopky, hory či celé hřebeny. Ibidem, s. 134.





4a



4b



5



6a

vace společně s image tak byly identifikovány jako klíčové pro pocit spokojenosti návštěvníka. Image sice může návštěvníka přitahovat, ale je následně konfrontována s realitou návštěvy a korigována, pokud nena-  
plněná očekávání vedou k pocitu zklamání (obr. 5).

V dotazníkových šetřeních bývá image a imageabilita studována pomocí strukturovaných dotazníků například metodikou sémantického diferencíálu.<sup>19</sup> Výzkum probíhá buď přímo na místě (primární image), nebo je místo přiblíženo prostřednictvím obrazových prostředků (nejčastěji fotografie, sekundární image). Primární a sekundární image lze konfrontovat opakovaným dotazníkem před návštěvou a během ní, respektive po ní. Tyto dva přístupy nejsou zaměnitelné, protože sekundární image (dotazník s fotografiemi před návštěvou) vyvolává motivaci s určitými očekáváními, premi-  
sami vlastního hodnocení během návštěvy, které pak mohou, ale nemusí být naplněny během návštěvy. Může se také snížit hodnota emoční dimenze návštěvy o prvky překvapení a tajemství, stimulující potřebu poznávání nového a motivující k mentálnímu ovládnutí prostoru.<sup>20</sup> Výpravné a bohatě ilustrované publikace, stejně jako dokumentární filmy, mohou do jisté míry dokonce nahrazovat zážitek z návštěvy (kde je pak pomyslná hranice mezi připomenutím vzpomínky na

navštívené místo a náhradou návštěvy jako takové?).

Především fotografie poskytuje širokou škálu možností, jak obraz daného místa manipulovat. Nejde tak jen o dokumentační zachycení reality,<sup>21</sup> které by mělo převažovat v odborných kruzích, ale i o vnesení další

<sup>19</sup> Jedná se o statistickou metodu založenou na bipolárních otázkách a následné faktorové analýze odpovědí. Část otázek mapuje respondentovy pocity, pro hodnocení obrazů je vždy stanoven odpovídající počet škál, které zachycují dimenze aktivity, vlastního hodnocení a síly (intenzity), dojmu citového, ideového a estetického a formy kompozice a výtvarného provedení, resp. techniky. Blíže viz Jozef Kuric, Sémantický diferencíál jako nástroj analýzy estetického vnímání malířských výtvarných děl, in: Sborník prací Filosofické fakulty Brněnské university, Řada pedagogicko-psychologická (I) XXXV, 1986, č. 21.

<sup>20</sup> Tadeusz Siwek, *Percepcje geografického prostoru*, Praha 2011, s. 163.

<sup>21</sup> Např. Ladislav Bezděk – Martin Frouz, *Digitální a digitalizovaná fotografie pro vědecké účely v praxi památkové péče*, Praha 2014.

Obr. 4a, b. Zatímco celkový pohled (a) představuje obraz místa i účelu, respektive významu centrální aleje navazující na kompoziční osu zámku a vlastně celého areálu, pro mnohého pozorovatele atraktivnější detailní pohled z interiéru aleje (b) informuje jen o zdravotním stavu dřevin, ale neříká nic o mentálním obrazu, respektive mapě místa (tedy odkud kam alej vede a proč). Foto: Tomáš Kučera, 2014.

Obr. 5. Při statickém zobrazení na fotografii ve frontálním pohledu a v rovinaté scenerii jednotlivé remízky na pozadí lesa na horizontu prakticky zanikají. Teprve při pohybu terénem si uvědomíme jejich prostorové rozmístění a návaznost na další kompozici. Foto: Tomáš Kučera, 2018.

Obr. 6a, b. Obraz fontány umístěné v čestném dvoře dobře ukazuje její odlišné vnímání z protilehlých směrů – při pohledu od zámku směrem do aleje (a) a k budově zámku (b). V prvním případě je zvýrazněn průhled do hloubky areálu podél osové aleje. Ve druhém naopak fontána podtrhuje vertikální zámku, k jehož staticčnosti přidává kontrastující dynamický prvek. Mnohovrstevnatá symbolika životadárné vody uzavřené v „rajské“ zahradě čestného dvora, kde je umístěna v centru, z kterého se rozbíhají jednotlivé cesty (což na fotografiích nevidíme), prostupuje prostřednictvím zeleně parteru do navazujícího přírodního prostředí. Foto: Tomáš Kučera, 2015.





6b

ších impulsů formujících vnímání daného místa. A to od prostorových vztahů přes barevnost a výraznost (světlost, tmavost, kontrast), světelnou atmosféru až po širší kontext zasazení do okolního prostředí.<sup>22</sup> Takový přístup je nepochybně vlastní jak uměleckému vyjádření, tak marketingově orientovanému účelu. Skrývá se pod ním maximalizace tzv. tažných (angl. *pull*) sociopsychologických motivů, tedy těch, které mají potenciálního návštěvníka zaujmout a podpořit jeho vlastní tzv. tlačné (*push*) motivy<sup>23</sup> plynoucí z touhy cestovat a poznávat neznámé. Obecně je popsáno několik typů motivačního cestování; ve střední Evropě převažují odpočinek, vzdělávání, zábava a sport,<sup>24</sup> zatímco v Severní Americe se více uplatňuje jako prvotní motivace prestiž.<sup>25</sup> Kombinace těchto vnitřních (zvědavost, touha cestovat, očekávání emočního prožitku) a vnějších motivů (atraktivita, tajemství, překvapení atp.) vyvolává pocit touhy navštívit dané místo a uspokojit potřebu novosti (jedinečnosti) a poznání identity a individuality daného místa. Spokojenost s návštěvou, respektive prožitek z návštěvy bývají ve výzkumech operacionalizovány otázkami zaměřenými na náladu a emoce návštěvníků (např. metoda tzv. sémantického diferenciatu)<sup>26</sup>, které mají pozitivní vliv na hodnocení kvality (spokojenost a případně návštěvnícká věrnost danému místu). Ve venkovním prostředí toto zastupují jednotlivé složky atraktivnosti místa a jeho scenerie za současného působení celistvosti prostředí na návštěvníka. Obecně jsou jako hodnotnější místa k návštěvě vybírána komplexní místa kombinující jak přírodní či přírodě blízké, tak kulturní prvky, malebné scenerie zahrnující výrazné dominanty a harmonické kompozice přírodních i kulturních krajin (obr. 6a, b).<sup>27</sup>

#### Hodnocení atraktivnosti památek na příkladech z Veltrus<sup>28</sup>

Primární a sekundární image jsme zkoumali na příkladu památkových objektů v okolí zámku Veltrus, jež krajinný park typu *ferme ornée* je nejrozsáhlejším územím, které Národní památkový ústav (NPÚ) spravuje. Rozšířili jsme je o industriální motivy nedaleké vodní elektrárny Mířejovice a most přes Vltavu, které vhodně doplňují areál, v němž byla již roku 1754 konána jedna z nejstarších průmyslových výstav v Evropě. Primární image jsme hodnotili se studenty humanitních oborů v rámci kurzu zaměřeného na prolnutí tematické péče o kulturní a přírodní dědictví krajiny. Abychom získali širší vzorek respondentů pro hodnocení sekundární image, oslovili jsme s anketou studenty několika dalších kurzů souvisejících s ochranou krajiny na Filozofické a Přírodovědecké fakultě Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích, kde studenti nemají s dalekými Veltrusy žádnou předchozí zkušenost. Obecně se opakovaně setkáváme s oborově odlišným pohledem na jednotlivé přírodní prvky a kulturní památky. Potkávají i střetávají se zde zájmy památkové péče (celý areál má status národní kulturní památky, rozsáhlá krajinná kompozice by zasluhovala status krajinné památkové zóny) i ochrany přírody (Evropsky významná lokalita soustavy NATURA 2000 se zaměřením na ochranu ohrožených druhů brouků roháče obecného a páchníka hnědého), považujeme proto za velmi důležité podporovat vnímání obou typů hodnot. Otestovali jsme vnímání atraktivit u několika skupin respondentů, kteří jsou dnes sice jen poučenými návštěvníky, v budoucnu pak ale potenciálně lidmi s rozhodovacími pravomocemi, či minimálně těmi, kteří budou podobu (i její vnímání) těchto památek ovlivňovat, ať již na pozicích spojených s památkovou péčí, prací v médiích, ale třeba i ve státní správě.<sup>29</sup>

Použili jsme dva soubory fotografií 32 míst, které se u poloviny fotografií lišily atributy spojenými s image (detail/celek, horizontální/vertikální pohled, barevnost, kompozice).<sup>30</sup> Preferenci jednotlivých atraktivit ukazuje aritmetický průměr, směrodatná odchylka pak vyjadřuje míru variability hodnocení.<sup>31</sup> Pořadí obou typů hodnocení ukazuje na míru souladu mezi intuitivním rychlým odhadem a racionální promyšlenou moti-

#### ■ Poznámky

**22** Charlie Waite, *The Making of Landscape Photographs*, London 1992, s. 160. Novějších titulů zabývajících se krajinářskou fotografií jsou doslova desítky, autoři Charlie Waite, Joe Cornish, David Ward a Eddie Ephraim sestavili pro londýnské nakladatelství Argentum celou kolekci knih *Light & Land* pokrývající jednotlivé postupy krajinářské fotografie.

**23** Např. Henna Konu – Tommi Laukkanen, *Roles of Motivation Factors in Predicting Tourists' Intentions to Make*

Wellbeing Holidays – A Finnish Case, *ANZMAC Proceedings* 2009, s. 3, dostupné online: <http://www.duplicat-on.net.au/ANZMAC09/papers/ANZMAC2009-376.pdf>, vyhledáno 9. 9. 2018. Viz již John L. Crompton, *Motivations for pleasure vacation*, *Annals of Tourism Research*, 1979, č. 4, s. 408–424.

**24** Josef Navrátil – Tomáš Kučera et al., *The preferences of tourists in their expectations of chateau gardens: a Central and Eastern European perspective*, *Journal of Tourism and Cultural Change* XIV, 2016, č. 4, s. 307–322. Vnímaná hodnota musí být úměrná nákladům (peníze, čas, energie) vynaloženým na dosažení daného místa. Pro posouzení kvality návštěvy je mj. základem uspokojení očekávání, tedy např. hodnota nabídky služeb, dostupná infrastruktura atp.

**25** Jiří Šípek, *Úvod do geopsychologie. Svět a putování po něm v kontextu současné doby*, Praha 2001, s. 163. Pociť prestiže pramení především z prezentace navštívených míst (kolegům, známým atp.), ale také podporuje sebe-uspokojení související s vlastním zážitkem či prožitkem kvality jako takové.

**26** Viz pozn. 19.

**27** Tomáš Kučera – Josef Navrátil – Gabriela Havlíková, *Zámecké zahrady a parky: motivace k návštěvě a atraktivnost pro cestovní ruch*, *Acta Pruhoniciana* 2013, č. 103, s. 5–15.

**28** K zámku a zámeckému parku ve Veltrusích viz blíže zejm. *Zprávy památkové péče* LXVI, 2008, č. 1.

**29** Do Veltrus jezdí studenti environmentálních studií, estetiky a dějin umění, čili v praxi potenciální úředníci ministerstva životního prostředí či ministerstva kultury a pracovníci NPÚ (kam jeden ze studentů již skutečně nastoupil). Anketa s 42 respondenty představuje předvýzkum, vzhledem k nízkému počtu respondentů se nesnažíme o zobecnění, na druhou stranu i dílčí výsledky považujeme za zajímavé a vhodné pro diskusi.

**30** Hodnotu místa jsme ocenili jednak grafickým hodnocením na Lickertově škále od 0 do 5, kdy jsme testovali míru sympatií vůči danému místu, jednak tzv. Q-metodologií. Cílem prvního testu bylo zachytit intuitivní „rychlé“ hodnocení, kdy jednotlivé obrázky následovaly za sebou přibližně v pětivteřinovém intervalu. U Q-třídění byla otázka formulována tak, že si respondenti měli vybrat 10 míst, která v rámci omezeného času chtějí navštívit, a 10 míst, která navštívit spíše nechťejí. Hodnotí se pozitivní vs. negativní preference vyjádřená symetricky kladnými a zápornými hodnotami, celkový součet je roven 0. Blíže viz Miroslav Chráska, *Metody pedagogického výzkumu*, Praha 2016, s. 215–229.

**31** Čím je hodnota odchylky vyšší, tím víc se lišilo hodnocení respondentů. Takové atraktivitě je vhodné podrobit dalšímu mnohorozměrnému zkoumání třídících nebo vysvětlujících faktorů, které tyto rozdíly podmiňují (pohlaví, skupinová preference, rozdílná imageabilita, resp. tažná motivace).



7



8a

vací danou atraktivitu navštívit (tab. 1). Výrazně vyšší emoční hodnocení se projevilo například u fotografií fontány (příjemný pocit z tryskající vody) a remízku. Z výzdoby a stavebních památek pak byly lépe hodnoceny sochy v areálu zámku, Laudonův pavilon, most Emisarius se sfingou u Egyptského pavilonu. Naopak prvky preferované k návštěvě byly jak přírodní (park s formální zahradou), tak stavební (Holandský selský dům, pohřební kaple sv. Kříže Ferdinandu Kinskému, sušárna ovoce a starý Kamenný most v oboře – řazeno sestupně).

#### Primární a sekundární image místa

Všechna místa jsme se studenty navštívili, na kterých proběhl kromě zastávky k hodnocení i výklad, respektive občerstvení. Velmi zajímavá je změna hodnocení opakovaným Q-testem (pořadí odpovídá míře preference výběru navštíveného místa), rozdíl bodů před návštěvou a po ní ukazuje silný vliv návštěvy na vnímání atraktivity místa (tab. 2). Nejlépe byla hodnocena místa, s nimiž nebylo spojeno žádné předběžné očekávání.

Pro interpretaci je nutná znalost konkrétní situace při návštěvě. Na bodovém hodnocení je vidět, nakolik návštěva místa naplnila či předčila očekávání založená na vizuální image místa – na předchozí zkušenosti pouze s fotografií. Do hodnocení se nepochybně promítl i zasvěcený odborný výklad. Studenty tak v roce 2016 překvapila například návštěva elektrárny, která nebyla předem preferována (obr. 7, 8a, b – historické technické vybavení tak zaujalo víc než vnější fasáda). Také byla velmi dobře hodnocena místa s občerstvením,<sup>32</sup> a to Holandský dům a hájovna s výkladem o myslivosti (občerstvení v teple v podzemním sychravém počasí roku 2016). Nižší hodnoty zahradních úprav, fontány, zarostlého remízku a dožívajícího starého stromu byly zřejmě podmíněny také počasím. V roce 2018 bylo teplé slunné počasí, takže pozitivní hodnocení se odrazilo spíše na místech, kde byly nečekané drobné zajímavosti (klokoč v remízku, skle-

níky). Zajímavé jsou i minusové pozice, například pomník zahradního architekta van der Schotta, který v očekávaních propadl, nebo překvapivě nižší (byť kladné) hodnocení parku či Egyptského pavilonu. Negativní hodnocení bílého mostku je velmi překvapující (tato tzv. Těplová lávka přitom vyniká jak ve srovnání s ostatními mosty, tak zejména v pohledovém kontextu s Chrámem obránců vlasti a přátel zahrad a venkova, dále jen Chrám přátel). Naskytá se otázka, do jaké míry nenaplněná zůstala očekávání vyvolaná předešlou obrazovou propagací, ve které byl můstek díky své „fotogeničnosti“ až příliš působivý. Z referencí místního kastelána je přitom známo, že většina lidí, kteří vidí scenerii bez předchozí „přípravy“, je dokonce nadšena. Prvek překvapení spolu se zdařilou kompozicí zajišťují takovému objektu pozitivní odezvu, zatímco paradoxně, jak již bylo naznačeno, přemrštěná očekávání a eliminace překvapení vlastně „nezasloužené“ vedou k reakci negativní. Taková zkušenost stojí za důkladnou analýzu či úvahu při tvorbě propagačních materiálů – některé obrazy nás sice předem motivují k návštěvě a vedou nás k určitým atraktivitám, na druhé straně nás v jiných případech doslova okradou o (původními tvůrci) plánovaný efekt překvapení.

Je samozřejmě celkem banální zjištění, že neexistuje něco jako „objektivní“ atraktivita, stejně jako to, že jsme v rámci určité kultury do jisté míry schopni predikovat některé prvky či vlastnosti, které budou většinou sdíleny jako „atraktivní“ či „krásné“ nebo jednoduše hodné návštěvy. Zajímavé ale je, jaký vztah bude mezi takovým místem a jeho zobrazením, respektive mezi image, kterou toto zobrazení ustavuje, a image vnímanou, mezi primární a sekundární image, tedy nakolik lze imageability určitého místa využít pro jeho propagaci. Popřípadě i to, jak se tato propagace zpětně podílí na utváření image daného místa a jak se případně může negativně projevit při konkrétní návštěvě (například ztrátou překvapení).

**Obr. 7.** Vodní elektrárna Mlýnský náhon, převod Francisovy turbíny. Většina respondentů kladně hodnotila tento starý, prý ručně soustružený převod, který má nesporně ornamentální kvalitu v celku i detailu. Teprve zblízka je viditelná elegantní geometrie každého šípového zubu, ještě zvýrazněná zelenkavou barvou uprostřed uniformně černých či tmavých částí turbíny. Foto: Tomáš Kučera, 2015.

**Obr. 8a, b.** Vodní elektrárna Mlýnský náhon postavená v letech 1922–1928, dnes památkově chráněná (a). Lépe byl hodnocen pohled ze strany, který osvětluje účel stavby, tedy s proudící vodou (b). Elektrárna nám sloužila jako doplňkový příklad industriální stavby a jejích detailů, současně byla vhodnou paralelou, jakkoliv pozdější, k různým progresivním aktivitám Chotků, mezi něž patřil mj. i pokus uspořádat v areálu parku první průmyslovou výstavu. Foto: Tomáš Kučera, 2015.

Zatímco primární image zahrnuje zkušenost s návštěvou místa, sekundární image se hodnotí jen podle zhlédnutého obrazového materiálu. Rozdíly byly podle očekávání zaznamenány mezi oborově vymezenými skupinami. Zatímco přírodovědci lépe hodnotili přírodní atraktivitu (park, remíz, alej) a stavby z přírodních materiálů (Kamenný most), studenti dějin umění naopak preferovali doprovodné historické stavby (Chrám přátel, Dórký pavilon). Skupina z kurzu krajinářské fotografie se přiklonila i k tvarové či barevné atraktivním technickým památkám (Francisova turbína, modré mostky zvané Ostrovní most, mlýnský železný most a jez přes Vltavu). Tyto rozdíly byly průkazné i po odfiltrování variant prezentace, které byly do výzkumu zahrnuty kvůli testování vlivu samotné fotografie a zobrazení kontextu (formát, výřez). Panorámata byla lépe

#### ■ Poznámky

**32** Sice očekávatelně, ale až překvapivě silně funguje spojení památky či vlastně jakéhokoliv objektu s uspokojením zcela biologických potřeb.





8b



9

**Obr. 9.** *Egyptský pavilon ve vlastním prožitku, kdy se nám po tápání ve tmách relativně náhle osvětlí „říčka“ protékající podzemím, či v tomto případě spíše podsvětím, a další viditelná, ale nepřístupná „chráněná“ místnost, představuje tajemné, mimořádně atraktivní místo. Návštěva s průvodcem část atmosféry tohoto místa přebíhá skupinovým výkladem, vhodnější je zde individuální soukromý prožitek. Doporučujeme tedy pouze navedení návštěvníka a ponechání individuální formy samotné návštěvy a percepce místa. Nízké hodnocení v roce 2018 bylo ovlivněno rekonstrukcí prostor. Foto: Tomáš Kučera, 2015.*

hodnocena u krajinných scenerií a staveb zasazených do okolního prostředí (zámek), dále u nízkých staveb (pavilony, mosty). Naopak formát na výšku je podle očekávání vhodnější u vyšších či vyvýšených staveb a staveb s vertikálními prvky (sloupy, sochy, sala terrena). Detailní pohledy byly hodnoceny lépe u květinové výzdoby, zdobných prvků architektonických památek, respektive výrazných tvarových forem či struktur. Naopak celkový pohled byl hodnocen lépe v těch případech, kdy fotografie zachycovaly širší kontext (fontána v ose parku), popřípadě funkční souvislosti staveb (například hydroelektrárna; obr. 8b).

#### *Obraz památek v prostoru komponované krajiny*

Tak jako Kevin Lynch popsal image města i prostředí s jeho vizuálními prvky (cesty, okraje, oblasti, uzly a význačnosti), které se podílejí na utváření individuální kognitivní mapy, můžeme v prostředí zahrad a parků vyznačit relevantní prvky zahradní architektury a umění, které plní obdobnou úlohu. Jsou to význačné dominanty, které tvoří středobod kognitivní, respektive mentální mapy místa s alejemi, nebo průseky navazující na soustavu cest s uzly a významově poukazující na subdominanty (sloupy, sochy či staré stromy) v pohledových osách – alespoň ve formálních zahradách. U krajinářských parků se jedná spíše o průhledy v ne-

pravidelném terénu, kde se při jistém zjednodušení střídají uzavřenější zalesněné a otevřenější travnaté terény či vodní plochy.<sup>33</sup> Okraje lesa zde tvoří kulisu pro představené prvky, nicméně oblasti (lesa) mohou ukrývat svá tajemství, která vydají jen poučenému návštěvníkovi (obr. 9, 10).

Fotografie v propagačních materiálech, ať již tištěných či elektronických,<sup>34</sup> ukazují obrazovou podobu dílčích prvků památek zahradního umění, nevytvářejí ale prostorovou vazbu v mentální mapě návštěvníka, respektive mohou ji vytvořit a umocnit jen v případě, že je to záměr fotografa. Příkladem se nabízí hned několik. Jednotlivá fotografie nemůže poskytnout 3D model místa skrývajících podzemní prostory, které jsou pro fotografii většinou nezajímavé. K efektu nenadálého objevu přístaviště v podzemí Egyptského pavilonu bychom potřebovali soubor, respektive sérii několika fotografií z různých navazujících pohledů. Místo tak stále uchováva i pro poučeného návštěvníka dostatečná a dodatečná překvapení – jen je třeba na jejich existenci návštěvníka nenásilnou formou upozornit.

#### *Shrnutí*

Výzkumy image či imageability mohou, jak jsme ukázali na konkrétních příkladech, přinést řadu zajímavých podnětů k výzkumu vnímání obecně, stejně jako zcela praktické inspirace. V obecnější, teoretičtější úrovni ukazují, jak na sebe navazují očekávání recipienta, jeho vnímání objektu, stejně jako jeho vnímání či hodnocení na zobrazeních, a jak zkušenost z „terénu“ zpětně ovlivňuje i ohodnocení zobrazení.

V praktičtější rovině, zaměřené na cílené vytváření image, respektive povědomí o nějaké památce prostřednictvím její prezentace vizuálními médii, výzkum dobře ukazuje, že by formování image mělo být promyšlené, a nikoliv marketingově jednostranně zaměřené na některou dílčí složku. Nejen že by mělo být samozřejmě založené na pravdivých informacích, ale mělo by mít současně na vědomí fenomény spojené

se skutečnou návštěvou daného objektu. Neměly by se například „prozrazovat“ některé pohledy či objekty spojené s efektem překvapení, tj. neměla by se návštěvníkovi předem odhalovat ta překvapení, která mu tvůrci památky připravili. Je však vhodné na ně přiměřenou formou upozornit přímo na místě (informační tabulí, piktogramem atp.). Prezentace image místa by také neměla být nadměrně optimistická tak, aby nedocházelo k větší disproporcii mezi očekáváním a realitou, která by v návštěvníkovi zanechala nežádoucí pocity zklamání. V obecné rovině by tedy bylo dobré se vyhnout přehnaně atraktivním výhledům či motivům, které sice návštěvníka mohou nalákat, ale nejsou mu pak víceméně dostupné, třeba i kvůli výjimečně nepřívětivému počasí<sup>35</sup> či nepřístupnosti místa, odkud byl zachycen pohled prezentovaný na propagačních materiálech. Pozornost by se naopak mohla klid-

#### **■ Poznámky**

**33** Veltrusy jsou sice především krajinářský park, ale obsahují zbytky předchozí barokní dispozice, a to jednak samotný symetricky komponovaný zámek s formální úpravou zeleně na čestném dvoře, ale také 2 km dlouhou osovou alej, kolem které jsou soustředěna především pole. Na druhou stranu směřuje naopak průsek zalesněnou oborou od zámku ke vstupní bráně.

**34** Např. Pavel Ecler – Kamil K. Brzák, *Přírodní krajinářský park Ostrov-Veltrusy*, [s.l.] 2011; web státního zámku Veltrusy: <https://www.zamek-veltrusy.cz/cs>, vyhledáno 9. 9. 2018.

**35** Např. fotografie na webových stránkách <http://www.kudyznudy.cz/Kam-pojedete/Stredni-Cechy.aspx>, vyhledáno k 9. 9. 2018, kam spadají i Veltrusy, představují památky prakticky vždy jen z nejatraktivnějšího pohledu za slunečného počasí, resp. poněkud kýčovitě zobrazení červánků či zapadajícího slunce. Pouze Karlštejn je tu obaženo třikrát, z toho jednou s oblohou zataženou, i když je stavba stejně jakoby nasvícena sluncem.





10



11



12b



12a



13

**Obr. 10.** Socha boha Marta. Našel jsem ji až na třetí pokus. Přestože jsem byl vybaven mapou, hledal jsem v předchozích případech v sousedním oddílu lesa, kde jsem však místo Marta našel jiné pozoruhodnosti (viz obr. 12, komentář TK). Foto: Tomáš Kučera, 2017.

**Obr. 11.** Okolí zámku bylo v minulosti intenzivně obhospodařováno. Ještě donedávna zde byla pole, dnes je plocha zatravněná, v jarním období pak převládá výrazná žlutozelená barva, na rozdíl od zbytku sezóny. Foto: Tomáš Kučera, 2017.

**Obr. 12a, b.** Lesní pěšiny vedou skrze přírodě blízké lužní lesy s bohatým bylinným i keřovým podrostem, snadno tak zpřístupňují „divočinu“, vybavenou navíc i vhodným mobiliářem v podobě kamenného či dřevěného stolu a sedátek. Foto: Tomáš Kučera, 2017.

**Obr. 13.** Fotografie sfingy u Egyptského pavilonu – pro architektonické památky a zejména parky je charakteristická jejich proměnlivost během ročních dob, kterou náš časově omezený výzkum nemohl bohužel zachytit. Foto: archiv NPÚ, státní zámek Veltrusy, 2016.

ně věnovat motivům, které nejsou prvoplánově atraktivní, přesto budou tvořit významnou část zkušenosti z návštěvy. Je také vhodné v propagačních materiálech prezentovat různá roční období, respektive pohledové atraktivity, které tato období přinášejí. Většina návštěvníků nemá možnost navštívit místo opakovaně během roku, a tak lze právě pomocí propagačních materiálů konfrontovat aktuální vzhled místa s „optimálním“ ve smyslu kompozice jeho zamýšleného obrazu (jakkoli samozřejmě architekti parků k proměnlivosti přihlíželi).

Klíčovou roli v tom sehrává soubor kvalitních fotografií v propagačních materiálech, který ukazuje proměnlivost parku v čase i prostoru. Ty alespoň částečně umožňují zachytit, čím je obraz prostředí parku obohacený oproti tradiční krajinomalbě nebo fotografii. Odlišnosti skutečné návštěvy parku a dvourozměrného, „statického“ zobrazení formuloval již v roce 1795 Humphry Repton.<sup>36</sup> Podle něj nabízí krajinářská architektura navíc oproti krajinomalbě: proměnlivý úhel pohledu, rozlehlé vizuální pole, pohled z kopce dolů, proměny trajektorie světla během dne, nevýraznost popředí (která nevadí ve skutečnosti, na zobrazení ale ano).

K nim pak lze přiřadit i důraz na přirozené „půvaby“ krajiny,<sup>37</sup> které mohou tvořit dominantní linie a křivky (řeka, ale i serpentine cesty, vlny horizontu atp.), stromy s nápadně tvarovanou korunou (solitérní duby, vrby atp.), průhledy do luk i okolní krajiny vůbec, tzv. „líbezná místa“ (různá zákoutí k odpočinku, hře dětí atp.), přívětivé ovzduší a další.

V konkrétním případě areálu Veltrus lze například doporučit, aby nebyly prezentovány podzemní prostory Egyptského pavilonu, kterými vrcholí návštěva zdejšího podzemí (což vzhledem k nízké fotogeničnosti zatím ani nejsou; obr. 9). Obdobně efektivní zobrazení Pavilonu přátel s „čínským“ můstkem má tendenci narušit vnímání objektu při jeho skutečné návštěvě, neboť atraktivní průhledy jsou z větší části zarostlé (obr. 2b). Je otázkou, nakolik je třeba zdůrazňovat na fotografiích parku přírodní detaily a v jaké míře – vezměme si za příklad třeba hned tři obrázky ledňáčka, kterého drtivá většina návštěvníků nikdy neuvidí, ve fotografické galerii z parku na webových stránkách areálu.<sup>38</sup>

Naopak ve fotogalerii prakticky schází snímky zachycující jeden z nejčastějších typů pohledu z různých míst parku – pokud se tedy divák vydá za zámek do vlastního areálu přírodního parku<sup>39</sup> – kombinace polností s obvodovými lesy s případnou architekturou v dálce (jsou zde pole, ale buď nezoraná, nebo zcela okrajová; obr. 11). Netřeba se obávat zachytit i něco z toho, co návštěvníci očekávají – třeba kavárnu –, či toho, co se jim jistě i k jejich potěšení v hojně míře nabízí – lesní interiéry (obr. 12 a, b), ať již v oboře nebo mimo ni, které ve fotogalerii prakticky chybějí. Naopak hodná ocenění je snaha ukázat areál parku v různých ročních obdobích (obr. 13).

#### ■ Poznámky

**36** Humphry Repton, Inquiry into the Changes of Taste, in: Humphry Repton – John C. Loudon, *The Landscape Gardening and Landscape Architecture of the Late Humphry Repton*, London 1840, s. 354–356; Humphry Repton, Designs for the Pavillon at Brighton, in: ibidem, s. 365–366; viz též Karel Stibral, Co štetec nezachytí? Vztah krajiny a jejího zobrazení v rámci teorie malebna, in: Karel Stibral – Veronika Faktorová (edd.), *Krajina – maska přírody?*, České Budějovice 2015, s. 77–102.

**37** Jan Staněk, Může být krajina půvabná?, in: ibidem, s. 103–116.

**38** <https://www.zamek-veltrusy.cz/cs/fotogalerie/6273-romanticky-park>, vyhledáno 9. 9. 2018.

**39** Při použití hlavní přístupové trasy od města Veltrusy jde jinak návštěvník pouze lesem s daňčí oborou a průhledy na zámek.



**Tab. 1** Průměrné bodové hodnocení atraktivity fotografovaných míst všemi respondenty (sekundární image, N = 42). V pravém sloupci je pozitivní/negativní preference míst vhodných pro návštěvu. Hodnoty směrodatné odchylky ukazují na míru rozptýlu hodnocení.

Bodové hodnocení na škále (0–5)			Q třídění před návštěvou (–4...0...4)		
Průměr	Odchyška		Průměr	Odchyška	
3.5	1.5	osová alej	2.1	2.4	zámek – stavba
3.4	1.3	zámek – stavba	1.1	2.1	osová alej
3.3	1.4	Chrám přátel	1.1	3.5	Chrám přátel
3.2	1.7	grotta	1.0	4.5	Egyptský pavilon
3.1	1.2	Laudonův pavilon	0.8	2.8	grotta
3.1	2.0	Egyptský pavilon	0.7	2.0	formální zahrada
3.0	1.4	fontána	0.7	1.4	Laudonův pavilon
3.0	1.7	sochařská výzdoba	0.6	2.5	park
2.9	1.5	formální zahrada	0.6	1.2	pavilon Marie Terezie
2.9	1.3	pavilon Marie Terezie	0.5	3.5	sochařská výzdoba
2.9	1.5	Červený mlýn	0.5	2.6	Červený mlýn
2.9	1.1	most se sfingou	0.3	1.9	fontána
2.9	1.2	Dórský pavilon	0.3	1.5	Dórský pavilon
2.8	1.5	park	0.2	2.4	most se sfingou
2.8	1.5	socha boha Marta*	–0.1	3.1	sušárna ovoce
2.7	0.9	Železný most	–0.1	1.2	Železný most
2.6	2.1	remíz	–0.1	2.1	Kamenný most
2.6	1.9	Templová lávka	–0.2	2.6	sala terrena
2.5	1.7	sušárna ovoce	–0.3	2.4	Templová lávka
2.5	1.1	Kamenný most	–0.4	1.8	kaple F. Kinského
2.4	1.4	květinová úprava	–0.5	3.5	květinová úprava
2.4	2.1	sala terrena	–0.5	2.5	hájovna
2.4	1.6	hájovna	–0.6	1.3	Holandský selský dům
2.4	1.7	pocť Josefu II.	–0.6	2.9	pocť Josefu II.
2.3	1.8	starý strom	–0.7	3.6	Ostrovní most
2.2	1.7	Ostrovní most	–0.7	3.1	starý strom
2.2	2.0	Francisova turbína	–0.9	4.4	remíz
2.1	1.9	elektrárna	–1.0	1.6	pomník van der Schotta
2.1	1.9	žel. most přes Vltavu	–1.1	3.5	Francisova turbína
2.0	0.8	pomník van der Schotta	–1.1	4.3	žel. most přes Vltavu
2.0	1.0	kaple F. Kinského	–1.4	3.8	elektrárna
1.9	1.2	Holandský selský dům	0.0	0.0	socha boha Marta*

\*Socha boha Marta nebyla do souboru fotografií záměrně vůbec zařazena, relativně vysoké očekávání plyne pouze z názvu.

**Tab. 2** Primární image navštívených míst v letech 2016 a 2018 hodnocená skupinou studentů dějin umění a environmentální ekologie. Průměrné bodové hodnocení a směrodatná odchylka představují preferenci místa po jeho návštěvě. Rozdíl hodnot je hodnocení před návštěvou a po ní všemi hodnotiteli (N = 8 pro 2016, resp. 10 pro 2018).

2016		2018			2016	2018
Průměr	Odchyška	Průměr	Odchyška		Rozdíl hodnot	
1.9	2.4	1.7	1.8	zámek – stavba	1*	4*
1.8	3.1	0.9	1.9	park	–3*	1*
1.8	2.8	0.3	0.9	Egyptský pavilon	–3*	–10*
1.3	4.2	1.8	2.0	Chrám přátel	0*	6*
1.1	3.3	0.8	1.7	osová alej	2*	–6*
0.8	0.8	–0.4	0.9	Dórský pavilon	–3	–11
0.6	8.3	0.6	3.6	sochařská výzdoba	0	–4
0.6	2.3	1.3	2.2	Laudonův pavilon	6*	6*
0.6	2.3	0.3	2.9	grotta	–1*	–11*
0.5	1.7	–0.3	2.2	Červený mlýn	–4	–4
0.3	2.5	0.2	0.2	formální zahrada	–1	1
0.3	0.5	1.0	1.8	pavilon Marie Terezie	4*	5*
0.3	0.5	–1.1	2.3	sušárna ovoce	–1	–14
0.3	2.5	0.5	1.6	most se sfingou	3*	3*
0.1	1.3	–0.5	0.3	sala terrena	–3*	2*
0.0	0.0	–1.6	5.2	Železný most	0	–10
–0.1	1.6	–0.3	6.9	Holandský selský dům	9**	6**
–0.1	0.1	–0.3	0.5	kaple F. Kinského	0	–2
–0.3	1.6	–0.2	0.6	zahradní květinová úprava	–4	17*
–0.3	6.2	1.5	3.2	remíz	–5*	20*
–0.4	4.8	–0.7	3.6	starý strom	–6	4
–0.4	0.8	–1.0	4.7	hájovna	7**	–5*
–0.4	2.0	0.4	4.0	socha boha Marta	–1	4*
–0.8	0.8	0.4	5.2	Kamenný most	–1	1
–0.8	3.4	–0.2	4.6	Templová lávka	–12*	–7*
–0.9	3.6	–0.4	1.4	pocť Josefu II.	4*	–1*
–0.9	1.0	–1.7	2.5	Francisova turbína	2*	2
–1.1	2.4	0.3	0.9	fontána	–5	–4
–1.3	5.1	–1.7	2.7	elektrárna	11*	4
–1.3	2.5	–1.3	2.5	železný most přes Vltavu	2	2
–1.5	5.4	–0.1	4.1	Ostrovní most	0	–5
–1.8	3.1	–0.2	2.0	pomník van der Schotta	–1*	6*

Vysvětlivky: \* značí místa, kde proběhl výklad odborného průvodce, resp. \*\*občerstvení.

Fenomén proměnlivosti přírodního prostředí,<sup>40</sup> at' již v průběhu ročních období či dne, při návštěvě parků je ostatně velmi důležitou a pro vnímání takového prostoru zcela zásadní složkou. Je jistě vhodné, když na takové proměny místa případná propagace cílí a prezentuje je jako kvalitu,<sup>41</sup> kterou nabízí přírodní prostředí oproti dílům lidských rukou, i když samozřejmě v případě parků jde o šťastnou spolupráci obou složek. Zdůraznění pouze určitého období může vést ke zklamání návštěvníků, asi jako když návštěvníci kroměřížské Květné zahrady, naladěni názvem i způsobem propagace, zde v exteriéru marně hledají v některých obdobích květy.

V tomto ohledu jistě můžeme očekávat výrazný nástup různých aplikací, nabízejících tzv. augmentovanou realitu, kdy návštěvník památek bude moci na svém chytrém mobilním telefonu sledovat i proměny parku či památky zejména v různých historických, ale jistě i ročních obdobích.<sup>42</sup>

V odborném tisku proto doporučujeme prezentovat místo pokud možno neutrálně, dokumentačním způsobem, bez uměleckých či propagačních aspirací. Naopak v popularizačním tisku lze s modifikovanou image pracovat, ale s rozvahou tak, aby nebyla vzbuzována nereálná očekávání; k tomu, aby se zážitek z návštěvy změnil v negativní postoj k dané atraktivitě, pak stačí jen drobný podnět.

Vhodné je také podporovat různorodost zájmů laické i odborné veřejnosti. Například pokud se jedná o památku obdobného typu, jako jsou Veltrusy, je dobré a žádoucí prezentaci historických motivů doplnit i o přírodní prvky a naopak, a motivovat tak společnou ochranu a nedělitelnou péči o hodnoty kulturního a přírodního dědictví.

Karel STIBRAL; Tomáš KUČERA

## ■ Poznámky

**40** Proměnlivost přírody byla jedním ze základních argumentů již v počátcích tzv. environmentální estetiky, objevující se na přelomu 60. a 70. let 20. století, která se v podstatě po více než sto padesáti letech pokoušela v rámci filozofické estetiky zjednat rovnoprávné místo pro estetiku přírody oproti do té doby naprosto dominantní estetice zaměřené pouze na umění. Viz již Ronald W. Hepburn, *Contemporary Aesthetics and the Neglect of Natural Beauty*, in: Bernard Williams – Alan Montefiore (edd.), *British Analytical Philosophy*, London 1966, s. 285–310.

**41** Petr Hudec – Lenka Křesadlová, *Způsoby prezentace památek zahradního umění*, Praha 2015.

**42** Např. Jan Činčera – Michal Medek – Miroslav Lupač, *Využití digitálních médií pro terénní interpretaci přírodního dědictví*, Brno 2018.

## Epigrafická databáze centra Epigrafická a sepulkrální studia Ústavu dějin umění AV ČR, v. v. i., a její věcný a metodický kontext

Díky úzkému technickému a vesměs i formálnímu a funkčnímu spojení vlastního nápisového textu s jeho tzv. nositelem<sup>1</sup> nejsou nápisy „pouhým“ historickým písemným pramenem, nýbrž i hmotným objektem zájmu dějin umění a v neposlední řadě pochopitelně i památkové péče. Dějiny epigrafiky a dějiny zájmu o nápisy obecně jsou do velké míry přehledem snah o ediční zpřístupnění co největšího počtu nápisů. Není přitom podstatné, zda se jedná o epigrafický materiál antický, středověký či novověký. Historické i moderní katalogy/edice/soupisy jsou zaměřeny různým způsobem – na určitou lokalitu či region, na určité časové období, na určitý typ nebo nositele nápisů nebo na jejich konkrétní vnější a vnitřní znaky.<sup>2</sup> Snahy o takové zpřístupnění epigrafických památek jsou pochopitelné, pokud si uvědomíme specifickou epigrafického výzkumu a nápisů jako takových. Tato specifická spočívá v již zmíněném vztahu nápisu a jeho tzv. nositele, tj. uměleckého díla, architektury či artefaktu hmotné kultury každodenního života. Samozřejmě i texty ostatních skupin písemných pramenů jsou provedeny na nějaké fyzické látce, ovšem podstata tohoto spojení není s epigrafickým materiálem ani vzdáleně srovnatelná. Zmíněná situace implikuje široké a produktivní interpretační možnosti, na straně druhé ale i objektivní překážky výzkumu. Podstatná část nápisových památek není soustředěna ve specializovaných sbírkových institucích, nýbrž je široce teritoriálně rozptýlena v často obtížně přístupných objektech. I základem úplnější evidence, o podrobnější dokumentaci ani nemluvě, je přitom spíše výjimečným jevem. Nežádoucí špatný fyzický stav vyžaduje kromě obecné schopnosti čtení historického nápisového písma i řadu jiných schopností a dovedností, někdy až čistě technického charakteru.<sup>3</sup> Předpokladem pro jakákoliv epigrafická studia jiného než úzce lokálního rozsahu je tedy dostatečně sekundárně zpřístupněný epigrafický fond. Komplexní účelová terénní heuristika je z výše uvedených důvodů jen málokdy za normálních podmínek a v rozumném časovém rámci realizovatelná.

Ideální formou zpřístupnění jsou jistě specializované katalogy nápisů s obecným plošnějším záběrem. V oblasti latinské epigrafiky<sup>4</sup> se reprezentativního materiálového svodu zatím dočkala pouze epigrafika antická.<sup>5</sup> Epigrafika středověká a novověká se k tomuto ideálu zatím ani nepřiblížila, což je objektivně dáno i menším zájmem historických oborů o nápisy tohoto období ve srovnání s obdobím antickým, kde se naopak jedná o autentické primární prameny zásadního významu. I největší evropský ediční podnik, projekt německých akademií a Rakouské akademie věd *Die Deu-*

*tschen Inschriften*,<sup>6</sup> nedosáhl i přes dosud 100 vydání svazků ani polovičního pokrytí předpokládaného fondu nápisů na německém a rakouském území do (vesměs) poloviny 17. století;<sup>7</sup> podobné podniky jsou přitom, s různou horní chronologickou hranicí, založeny pouze v několika málo zemích.<sup>8</sup>

Kompromisně se můžeme obrátit k literatuře jiných (větších) historických oborů, kde je zpřístupněno více nápisů než v literatuře epigrafické. Zvláštní význam pak ze svého principu mají uměleckohistorické topografie a nadregionální monografie věnované jednotlivým skupinám nositelů nápisů. Nutným předpokladem epigrafického využití je dostatečná a fundovaná pozornost věnovaná nápisům, což se ovšem bohužel

## ■ Poznámky

**1** Rovněž se užívá i termín *nosič*. Jsou to architektura a její části, architektonická a volná plastika, sepulkrální památky všeho druhu, památky kampanologické a konvářské, nástěnná i závěsná malba, památky volně stojící v terénu, památky drobného uměleckého řemesla, mobiliář a řada dalších.

**2** Dějiny oboru nejsou zatím zpracovány, lze odkázat pouze na stručné přehledy v rámci úvodů do disciplíny, jako např. Rudolf M. Kloos, *Einführung in die Epigraphik des Mittelalters und der frühen Neuzeit*, Darmstadt 1992, a na dílčí přehledy bádání, srov. *Literaturbericht zur mittelalterlichen und neuzeitlichen Epigraphik*, vyd. od 1987, pro literaturu od 1976, v úvodním svazku i exkurz do literatury starší, a specializovaná bibliografická databáze <http://www.epigraphica-europea.uni-muenchen.de/datenbanken/epigraphische-literatur/>, vyhledáno 25. 6. 2018.

**3** Srov. Jiří Roháček, *Epigrafika v památkové péči*, Praha 2007.

**4** Ve smyslu latinského kulturního okruhu prezentovaného navenek písmem, bez ohledu na konkrétní jazyk nápisového textu.

**5** *Corpus inscriptionum latinarum* (CIL), vyd. od 1853.

**6** *Die Deutschen Inschriften*, vyd. od 1942 dosud. K podniku viz mj. <http://www.inschriften.net/>, vyhledáno 4. 5. 2018, kde je část svazků přístupná i online, a Walter Koch, 50 Jahre Deutsches Inschriftenwerk (1934–1984), in: Karel Stackman (ed.), *Deutsche Inschriften*, Göttingen 1986, s. 15–45.

**7** V případě výrazného „přirozeného“ historického a kulturního mezníku v blízkosti uvedených časových hranic se horní chronologické vymezení vztahuje k tomuto mezníku.

**8** Z větších lze uvést zejména *Corpus des inscriptions de la France médiévale* (do 1300), online skeny 24 svazků jsou dostupné na: <http://www.persee.fr/collection/cifm>, vyhledáno 26. 6. 2018. Dále *Corpus inscriptionum Poloniae* (do 1800), *Corpus inscriptionum Helvetiae* (první fáze do 1300), *Inscriptiones Medii Aevi Italiae* (do 1200) ad. Český soupis *Corpus inscriptionum Bohemiae* (do 1650, výběrově do 1800) zatím ustrnul u dvou vydaných svazků.