

Animační projekty v archeologii a jejich význam

Soňa Kovalovská

1. Úvod

Jádro tohoto příspěvku i jeho struktura vycházejí z mé bakalářské práce s názvem Ekonomická hlediska animace archeologických památek. Propojila jsem tak tímto mé dva obory Klasickou archeologii a Arts Management, proto mnoho z poznatků uvedených v tomto příspěvku vychází z vlastní zkušenosti.

Znalost historie lidstva je mimořádně důležitá pro celou moderní společnost a umožňuje člověku poznat jeho kulturní i sociální kořeny. Výsledkem tohoto procesu je kulturní vyspělost a vysoká míra enkulturace moderní společnosti.

V posledních letech je možno ve všech oblastech kultury pozorovat vzrůstající vliv a využívání animačních projektů. Tento trend se prosazuje rovněž v oblasti archeologických památek, ale možnosti využití jsou závislé na mnoha faktorech a zejména stavu památky. Animační projekty se většinou odvíjejí od původního využití objektu a jeho dostupnosti, což znamená, že ne všechny archeologické památky jsou pro tyto účely vhodné.

Animace archeologických památek umožní současnému člověku pohled do minulosti, poznání historických souvislostí a tradic i sebereflexi, nebo alespoň jedinečný kulturní zážitek.

Jelikož je na našem území velmi malé zastoupení památek antického světa, soustředím svou pozornost na památky a jejich animaci v mediteránní oblasti a zvláště na památky nám nejbližší – římsko-provinciálního typu v Německu či Rakousku.

Cílem je obeznámit čtenáře s problematikou archeologických památek a jejich animace a zmapovat dopady animace na samotnou památku i na společnost. Dalším cílem je ukázat různé animační přístupy a metody používané v oblasti managementu archeologických památek.

2. Co jsou to archeologické památky

2.1. Definice a legislativa

Prvním krokem k uchopení problematiky týkající se animace archeologických památek je definice archeologické památky. Archeologické památky jsou artefakty nebo soubory artefaktů, které dokládají historii lidstva a jeho činností od prehistorie do moderní doby bez ohledu na to, v jakém prostředí se nalézají. Definice jednotlivých států a organizací mají společný výše zmíněný základ a význam a jsou rozšiřovány podle potřeb každého subjektu. Základním pravidlem pro uznání artefaktu za archeologickou památku je určení jeho stáří a využití člověkem v minulosti.

Celý soubor legislativních dokumentů zabývajících se archeologickými památkami má za úkol vymezení archeologických památek a hlavně zajištění ochrany a zachování těchto památek, což vede také k možnosti památku animovat.

V České republice je v současné době platný zákon č. 20/1987 Sb., o státní památkové péči (a jeho novela č. 227/2009 Sb.), ve kterém se uvádí, že „archeologickým nálezem neboli památkou je věc nebo soubor věcí, která je dokladem nebo pozůstatkem života člověka a jeho činností od počátku jeho vývoje do novověku a zachovala se zpravidla pod zemí“.¹ V současné době se vedou diskuze o nové podobě archeologického zákona, který má řadu odpůrců v archeologické obci.

V mezinárodním právu se definicí archeologických památek zabývá Mezinárodní charta o řízení archeologického dědictví (1990) vytvořená Mezinárodní radou pro památky a sídla² a Úmluva o ochraně archeologického dědictví Evropy (1992) neboli Maltská konvence. Dále za zmínku stojí dokumenty zabývající se alespoň částečně archeologickými památkami. Mezi ty patří Aténská charta o ochraně a obnově historických památek (1931), Benátská charta o ochraně a obnově památek a památkových sídel (1964), Úmluva o světovém dědictví UNESCO (1972), Úmluva o ochraně architektonického dědictví Evropy čili Granadská konvence (1985), Washingtonská charta o ochraně historických měst a městských souborů (1987), Charta ICOMOS o ochraně a zabezpečení archeologického dědictví z Lausanne (1990) a Charta o ochraně a zabezpečení archeologického dědictví pod vodou ze Sofie (1996). Přiřadit sem můžeme i Doporučení vymezující mezinárodní zásady pro provádění archeologických vykopávek z Nového Dillí (1956) a Doporučení pro průzkum, konzervování a statickou konsolidaci architektonických památek, obě vydané ICOMOS.

¹ ČR. Zákon o státní památkové péči. In *Sbírka zákonů*. 1987, 6, s. 216 - 227. Dostupný také z WWW: <<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1987/sb06-87.pdf>>.

²Pozn. autora: International Council on Monuments and Sites (ICOMOS)

Jak uvádí i Mezinárodní charta o řízení archeologického dědictví, platná legislativa by měla „zajistit uchování archeologického dědictví s přihlédnutím k historickým požadavkům a tradicím každé země i regionu, přičemž preferuje uchování „in situ“³ a to při plném respektování všech vědeckých požadavků“⁴. Zákonem by se mělo zabránit zničení, znehodnocování a poškozování veškerých památek, archeologických nalezišť i jejich okolí a také by měla být legislativně požadována dostatečná údržba, aby nedošlo k zanedbání stavu památky.⁵ Pokud se tyto požadavky dodrží, odměnou bude zachování kulturních památek budoucím generacím a jejich možnost je využívat při animačních projektech, které zároveň mohou svou existencí přispět k zachování a obnově památek samých. Bohužel jsou zákony na ochranu archeologických památek i v dnešní době porušovány, a to zvláště v lokalitách postižených válečným konfliktem nebo občanskou válkou.

2.2. Rozdělení archeologických památek

Archeologické památky jako celek jsou velmi široký pojem a existuje velmi mnoho hledisek členění.

Mezi základní dělení archeologických památek patří dělení na hmotné a nehmotné památky neboli hmotné a nehmotné kulturní dědictví. Hmotné archeologické památky jsou ty památky, které nacházíme při výkopových pracích. Patří mezi ně pozůstatky staveb či stavby celé, zboží denní potřeby, votivní a pohřební výbava, antropologický materiál i cenné předměty z drahých kovů. Nehmotné dědictví je u archeologických památek sporný termín, ale dle mého názoru se tímto termínem dají nazývat ideje a zásady, které moderní společnost převzala ze starověkých kultur. Jako nejlepší příklady bych uvedla římské právo, ideu Olympijských her, řeckou filosofii, antické divadelní hry a literaturu.

Dalším druhem rozdělení je dělení podle doby vzniku. Na základě této odlišnosti vznikly různé specializované obory archeologie, které se primárně zabývají určitým časovým obdobím. Podle toho můžeme archeologické památky rozdělit na památky pravěké, starověké, antické, středověké a novověké. Čím déle moderní společnost objevuje zapomenuté památky a čím delší je její existence, tím více se setkáváme s novověkou archeologií, která se především zaměřuje na technické artefakty a artefakty spojené s 1. i 2. světovou válkou. Každá z tohoto výčtu kategorií, se dále dělí podle přesněji vymezeného časového období, které zpravidla nese název podle historické doby nebo podle kultury, která měla v daném období silný vliv. Pro představu uvedu

³ Pozn. autora: in situ neboli na místě nálezu

⁴ *Mezinárodní dokumenty ICOMOS o ochraně kulturního dědictví* [online]. Lausanne : [s.n.], 1990 [cit. 2012-08-10]. Mezinárodní charta o řízení archeologického dědictví. Dostupné z WWW: <<http://www.npu.cz/pro-odborniky/pamatky-a-pamatkova-pece/zakony-mezinarodni-dokumenty/mezinarodni-dokumenty/icomos/>>.

⁵ Ibid.

stručný přehled rozdělení antických památek na památky archaické, klasické, helénistické, římské, provinciální a raně křesťanské.

Tím se dostáváme k dalšímu možnému rozdělení, a to podle místa nálezu. Zde se uvádí ve většině případů název geografický, který se vztahuje k původnímu názvu oblasti. Jedná se například o egyptskou, babylonskou, nebo keltskou archeologii. V některých případech se názvy uvádějí poněkud širší, například se hovoří o řecké archeologii nebo římské archeologii.

Dalším velmi rozšířeným dělením je dělení podle jména kultury, jejichž soubor je omezený, ale kompaktní. Příkladem mohou být památky kultury zvoncových pohárů⁶ či památky etruské. Případně se památky mohou nazývat podle vládnoucí dynastie, jako dobrý příklad můžeme použít ptolemaiovský Egypt.

3. Animace archeologických památek

Animaci archeologických památek můžeme definovat jako cílevědomé oživení archeologických památek různého druhu včetně kulturních vzorců z nich vycházejících a jejich uvedení do současné společnosti. Zároveň animace archeologických památek přináší nové podněty a zdůrazňuje opomíjené prvky kultury v závislosti na lokaci.

Za objekty sloužící k animaci archeologických památek se dají považovat zejména stavby stojící minimálně do průměrné výšky člověka a stavby v dobře zachovalém stavu nebo případně stavby rekonstruované. Obecně je tudíž možno vydedukovat využívání divadel, amfiteátrů, lázní, archeologických parků a skanzenů, zrekonstruovaných nebo opět vybudovaných staveb vilového typu nebo táborů, chrámů, vhodných přírodních scénérií odpovídajících historickým souvislostem, případně muzeí a jiných prostor odpovídajících potřebám animačního projektu. Jejich využití je logické z důvodu jejich dobré adaptability a také proto, že jsou původní a originální kulisou k animačním projektům.

Animační projekty na archeologických lokalitách nebo v historických muzeích vznikají dvěma způsoby, které označuji jako animaci vyšší a nižší úrovně. Za animaci vyšší úrovně považuji znovuvybudování památky podle původního vzoru se záměrem animovat a oživit daný objekt nebo jeho část, případně kulturu jeho doby. Příkladem může být římská vila Borg v Německu, archeologický park Carnuntum v Rakousku nebo archeologický park Augusta Raurica ve Švýcarsku. Animací nižší úrovně je využití stávající památky na animační projekty bez výrazného přispění k obnově, kdy se jen hledaly vhodné prostory k pořádání konkrétní akce. Jako příklad uvedu využití císařských lázní v Trevíru jako kulisy pro koncerty vážné i populární

⁶ Pozn. autora: Kultura zvoncovitých pohárů – pravěká kultura na území Evropy v době eneolitu

hudby. Výhodou této formy animace je kladné přispění do rozpočtu zřizovatele památky, které lze použít na obnovu památky a seznámení publika s danou památkou.

3.1. Metody animace archeologických památek

Metody animace lze dělit podle různých hledisek a kritérií. Důležitý je vždy cíl animace a adresát, kterému je animace určena. Obecně bývá cílem poskytnutí informací o dané kulturní památce, probuzení zájmu o určitou lokalitu, téma, jev, událost nebo problém a v některých případech z toho vyplývající ekonomické ohodnocení, začlenění kulturních obsahů do hmotného nebo jiného kontextu (např. probuzení aktivity adresáta) a seznamování s komunikačním jazykem.

Důležité je rovněž, jakému adresátovi je konkrétní animační program určen, protože to značně ovlivní použité animační metody. Většina animačních programů se snaží být co nejkomplexnější a obsáhnout pokud možno všechny sociální i demografické skupiny. Nejvděčnější skupinou jsou podle odborníků na marketing a PR senioři, jelikož stupeň jejich enkulturace je nejvyšší, ale bohužel mají často omezení v mobilitě a financích. Mládež je považována za rizikovou skupinu vzhledem k nestálosti zájmů a třeba u dětí by se měl brát ohled na interaktivní pojetí animace.

Nejprve bych animační metody rozdělila podle předmětu animace na animaci hmotného artefaktu, která odráží metody stavebně-umělecko-historické, a na animaci nehmotných kulturních vzorců, které by se daly souhrnně nazvat moderním termínem eventy.

Animace hmotných památek vychází z terminologie památkové péče. Metoda autentická neboli konzervační je nejobvyklejší metodou, která se používá při animaci movitých i nemovitých archeologických památek. Má za úkol artefakty udržet ve stavu nálezů, zakonzervovat je a dále je nepoškožovat.

Druhou metodou je metoda rekonstrukční, která má památku plně nebo částečně zrekonstruovat do původní podoby. Dá se říci, že rekonstrukční metoda je de facto reanimací, protože přibližuje a znovuožívuje kulturní vzorce, které by v krátkém čase již nikdo neznal. Animační programy archeologických památek jsou na rekonstrukcích do jisté míry závislé, jelikož se konkrétní event lépe zprostředkovává před plnohodnotnými realistickými kulisami, než jsou jen stavby v základech. Tyto rekonstrukce je možné provádět několika způsoby. Nejoceňovanějším způsobem je způsob rekonstrukce pomocí původních technologií a za pomoci původních materiálů, která se provádí v rámci experimentální archeologie jako například v Carnuntu. Tímto je možno dosáhnout vynikajících výsledků, které velmi přiblíží reálnou situaci. Dále se méně často, ale zvláště u starších rekonstrukcí, využívá rekonstrukce za pomoci

základových železobetonových konstrukcí. Tento typ byl použit třeba pro bezpečnost v roce 1987 při stavbě římské vily v Borgu.

V rámci rekonstrukční metody můžeme hovořit rovněž o čtyřech metodách obnovy neboli také animace. Puristická metoda odstraňuje některé novotvary za cílem stylového sjednocení. Konzervační metoda naopak spočívá v konzervaci památky v současné podobě i s případnými stylovými nesrovnalostmi. Analytická metoda zdůrazňuje odkrývání jednotlivých stavebních fází a vytváří celkový pohled na historii památky. Syntetická metoda kombinuje současně všechny tři předchozí metody. Obecně se u archeologických památek můžeme setkat se všemi výše zmíněnými metodami. U památek s animací nižší úrovně převládá konzervační metoda. U památek s animací vyšší úrovně je to převážně puristická metoda, ale ani ostatní metody nejsou ojedinělé.



Obrázek 1: Výstavba umělé jeskyně Lascaux II

Zdroj:<http://www.lascaux.culture.fr/?lng=de#/de/chrono.xml>

Příkladem imaginační formy zobrazovací metody je vybudování umělé jeskyně v blízkosti pravěké jeskyně Lascaux zbudované v 70. letech 20. století občanským sdružením La Rochefoucauld. Důvodem byly vznik nepříznivého klimatu a poškození kvůli vysoké návštěvnosti a zároveň nevole po uzavření jeskyně. Vytváří se tak téměř autentický pocit, památka je chráněna před nepříznivými vlivy. Díky zvýšení počtu návštěvníků na více než 280 000 ročně a tudíž k 280násobnému zvýšení oproti původní jeskyni na tom profitují

všechny zainteresované strany, což má za následek i solidní návratnost investice.⁷

⁷ Lascaux [online]. 2011 [cit. 2012-08-10]. L'aventure du fac-similé. Dostupné z: <http://www.lascaux.culture.fr/#/fr/chrono.xml>.

Dalšími prostředky zobrazovací metody jsou reprografické prostředky neboli fotografie,



Obrázek 2: Vizualizace Virtuální prohlídky po Milétu

Zdroj:<http://www.fhw.gr/choros/miletus/360vr/en/index.html?hs=5>

videa, hmotné modely a mnohé jiné výdobytky moderních technologií jako digitální 3D modely nebo holografické obrázky. Velmi dobrým příkladem jsou webové stránky výše zmíněné jeskyně Lascaux⁸, které v sobě kromě praktických informací zprostředkovávají virtuální prohlídku jeskyně s grafikou ve vysokém rozlišení působící i přes

počítač impozantně. Do této kategorie spadá také 3D kino Tholos, jehož provozovatelem je organizace Foundation of the Hellenic World⁹, jejíž je součástí.

V tomto kině se promítají kvalitně zpracované digitální vizualizace jak měst, bitev i dalších činností pocházejících z antického světa. Některé z těchto virtuálních prohlídek jsou dostupné i na webových stránkách organizace¹⁰.

Dosud jsem se zmiňovala převážně o hmotných artefaktech, ale důležité jsou také nehmotné ideje, kulturní vzorce a odkazy, které tvoří značnou část jak dnešní kultury, tak i kultury minulosti. Odkaz antických kultur je dnes nedílnou součástí evropské kultury a tvoří v dnešní době základ některých „moderních“ kulturních vzorců. Příkladem mohou být principy Olympijských her, antické architektury a literatury, řeckého divadla i římského práva. Tyto principy jsou neustále automaticky „samoanimovány“ svou aktivní přítomností v současném světě. Na jejich základech stojí také moderní evropská civilizace. Některé starověké a antické kulturní vzorce byly dříve opomíjeny nebo zapomenuty, ale dnes jsou díky svému znovuzrození při archeologických vykopávkách animovány v rámci tematických kulturních akcí pořádaných archeologickými areály a muzei v autentických budovách. To se týká zejména gladiátorských her nebo výroby tradičních výrobků původními technologiemi.

Metody použité u nehmotných památek se částečně shodují s metodami užívanými u hmotných památek, přičemž záleží na druhu artefaktu. Hudba a orální literatura jsou zhmotněny a dochovány díky hmotným svitkům, tabulkám nebo notovým zápisům, na které můžeme použít jak konzervační, tak rekonstrukční i zobrazovací metodu, a spolu s materiálem tedy de facto animujeme i samotnou nehmotnou ideu autora a díla. Stejný princip platí také třeba u Vitruviova

⁸ Pozn. autora: <http://www.lascaux.culture.fr/#/fr/00.xml>

⁹ Pozn. autora: v překladu Nadace řeckého světa

¹⁰ Foundation of the Hellenic World [online]. 2012 [cit. 2012-08-09]. Dostupné z: <http://www.fhw.gr/fhw/index.php?lg=2>.

zápisu stavebních a výrobních technik a technologií¹¹, díky nimž bylo možno uskutečnit experimentální stavby podle antických stavebních principů. Metoda zobrazovací se u nehmotných památek nazývá spíše reprodukční, jelikož původní ideje reprodukuje, ne pouze zobrazuje. Obě však vycházejí ze stejného principu zobrazení pomocí audiovizuálních a reprografických technik. Nedílnou součástí této metody je reprodukce a projekce naživo, která je základním kamenem eventů.

V současné době neexistují žádná omezení ve využívání metod a druhů animace u jedné památky. Souhrnně nazývám kombinování různých forem, druhů a metod animace prožitkovou neboli zážitkovou animací. Její pojmenování vychází ze zážitkové turistiky, ale její obsah je širší. Můžeme se setkat s využitím zakonzervované nemovité památky pro pořádání koncertů rozličných žánrů, s využitím řeckého divadla pro divadelní představení antických, ale i novějších her. Římské vily a další archeologické parky jsou hojně používány pro nejrůznější kulturní akce čili eventy. Setkáme se zde také s pravidelnými akcemi, při kterých si návštěvník může různé činnosti vyzkoušet sám. Součástí mnohých archeologických parků bývají i antické restaurace – tzv. taverny, ve kterých se vaří podle původních antických receptů. Další ukázkou je ojedinělý projekt animace spojený s Olympijskými hrami, kdy je olympijský oheň ceremoniálně zapalován přímo u oltáře Héřina chrámu v Olympii.



Obrázek 3: Ceremoniál zapalování olympijského ohně

Ve své případové studii se budu věnovat právě tomuto druhu prožitkové (zážitkové) animace, protože nejlépe vystihuje a postihuje celou danou problematiku.

3.2. Důvody animace

Důvodů animace archeologických památek je celá řada, a proto se pokusím vysvětlit alespoň ty, které považuji za základní. Pokud je důvod a argument, proč realizovat právě animaci konkrétní památky dostatečně silný a řádně propracovaný, je snazší sehnat dostatečné finanční prostředky na její realizaci, snáze se vytváří účinný management a marketing konkrétního projektu a také je pravděpodobné, že dojde ke vzbuzení zájmu u správné skupiny návštěvníků a zvýší se návštěvnost.

¹¹ Pozn. autora: Vitruvius – Deset knih o architektuře

Z ekonomického pohledu se jedná o ziskové (profitové) a neziskové důvody. Pokud je majitelem nebo provozovatelem dané archeologické památky soukromá osoba, či spíše podnikatel, a rozhodne se památku animovat a není filantropem, vždy to dělá s cílem zajistit si zisk. Pokud má mít animace jistou úroveň a kvalitu, je třeba vložit jako počáteční investici nemalé finanční prostředky. Kvalitní animační programy zajistí spolu se správným marketingem a cenovou politikou příjmy, které by po odečtení nákladů měly zajistit kladnou bilanci a z toho vyplývající zisk. V případě, že se tak nestane a výnosy z provozní činnosti jsou dlouhodobě záporné, může se stát, že podnikatel animační projekty zastaví, památku prodá nebo uzavře pro veřejnost. V některých případech je animace archeologické památky vedlejší činností, která zisk jen navyšuje a vytváří tak ekonomický bonus.

V dnešní době však na stejném principu fungují i památky provozované veřejnou institucí. Především v době ekonomické krize je snadné zavřít archeologickou památku pro nedostatek financí na údržbu, nedostatek personálu nebo návštěvníků. Správně vytvořené animační programy by ovšem mohly tento proces zvrátit a udržet památku alespoň v provozních nákladech soběstačnou a navštěvovanou.

Komplexní animace archeologické památky bude vždy narážet na neziskovost investice i na neochotu podnikatelů se plně podřídit odborníkům při koncipování obnovy památky. I to je jeden z důvodů, proč ve většině zemí náleží objevené archeologické památky státu.

Neekonomických neboli neziskových důvodů animace archeologických památek může být mnoho. Většinou je jich u konkrétní památky pro svou sounáležitost spojeno více najednou. Mezi základní důvody animace patří edukace, komerce, turismus, propagace a také záchrana památky.

Pro všechny archeologické památky by měla být na prvním místě záchrana dané památky a edukační činnost. Ta je většinou spojena se školní výukou a vzděláním, kdy je probíraná učební látka na archeologických lokalitách a památkách s pomocí animačních projektů pro žáky většinou lépe pochopitelná. V mnoha archeologických parcích si mohou děti jednotlivé činnosti vyzkoušet, čímž se dozví o dané době, kultuře a jejích konkrétních aspektech častěji mnohem více, než je tomu ve školních lavicích. Já však za edukační činnost považuji také výchovu a vzdělání prostřednictvím rodičů a dalších členů společnosti, kteří své kulturní záliby většinou přenesou na své děti a tím obohacují jejich kulturní povědomí a zvyšují hladinu enkulturace. Tento proces s sebou nese i jistou dávku sebevzdělání a vytváří tak spirálu edukačního procesu, který má pro celou společnost pozitivní efekt.

Dalším důvodem může být zavádění turismu do oblasti a jeho zatraktivnění díky animované památce v blízkosti. I v tomto případě se jedná o vzájemné propojení, a proto se často

nedá zvláště v mediteránní oblasti zcela stanovit, zda animace památky zavádí do oblasti turismus nebo zda turistický ruch pomáhá animovat památku. Příkladem mohou být archeologické parky poblíž prázdninových letovisek, které by bez těchto letovisek neměly tolik návštěvníků, a zároveň by si někteří kultury milovní lidé tato letoviska pro dovolenou nevybrali, protože by v okolí nebylo nic vhodného a pro ně uspokojivého na výlety. Z této kooperace profitují také všechny cestovní kanceláře při vytváření nabídek výletů. V současné době má ovšem tento trend kolísavou tendenci, jak uvádějí sami delegáti cestovních kanceláří, neboť dnes si lidé často odeprou v rámci dovolené archeologicky a historicky zaměřené výlety do okolních i vzdálenějších lokalit. Je-li to způsobeno vyšší cenou těchto zájezdů a úspornými důvody v době recese nebo spíše leností a nižší enkulturací tzv. dovolenkářů je otázkou obsáhlejšího výzkumu. Na druhé straně se v současné době rozvíjí zážitkový cestovní ruch. Dobrým příkladem úspěšně fungující cestovní kanceláře zaměřující se výhradně na kulturně a archeologicky zaměřené zájezdy je například společnost ARS VIVA. Animace kulturních, a tudíž i archeologických památek má také vliv na rozvoj regionu, včetně zkvalitnění infrastruktury, podnikatelského zázemí a vytváření pracovních příležitostí.

Návazné jsou komerční a propagační důvody animace. Tyto důvody uvádím spolu kvůli jejich úzké spojitosti. Mezi čistě komerční důvody patří zvýšení příjmů a pokrytí nákladů, které se většinou docílí zvýšením návštěvnosti. To ovšem není jediný přístup ke zdrojům. V rámci komerčního využití památky je možné ji využít jako vhodnou lokalitu a kulisu pro potřeby filmových štábů při natáčení historických dokumentů, filmů, reklam a hudebních klipů, ale i galavečerů a společenských událostí včetně dlouhodobějších a opakujících se projektů. Časté je rovněž využití motivů památky na kalendářích a suvenýrech. Na to navazují důvody propagační. Pokud je komerční akce úspěšná a známá, nemusí provozovatel památky vydávat tolik vlastních



Obrázek 4: Příprava galavečeru v římském divadle v Taormině

Zdroj: autor

prostředků na propagaci a památka se de facto propaguje sama. Příkladem tohoto komerčního využití je třeba galavečer filmového festivalu v Taormině na Sicílii, který se odehrává přímo v antickém řecko-římském divadle, nebo koncerty v prostranství císařských lázní a amfiteátru v Trevíru.

Za zmínku stojí rozporuplné komerční využití římského Kolosea, které mělo být jako logo pronajato na 15 let výrobci kabelek a bot Tod's.

Firma slíbila investici ve výši 794 milionů Kč, která bude použita na opravy. Zároveň by se jméno Tod's mělo objevit na vstupenkách do samotného Kolosea. Smlouva byla ale napadena

několika organizacemi a dána k soudu. Jak celá věc dopadne, není zatím jisté.¹² Jisté ovšem je, že Koloseum nutně potřebuje nemalé finanční prostředky na opravy a rekonstrukční práce.

Nejdůležitějším důvodem animace by měla být samozřejmě záchrana památky, od které se vše ostatní odvíjí. Zničení památky by totiž znamenalo definitivní zánik určitého kulturního vzorce nebo alespoň jeho části a mělo by to negativní účinky na enkulturaci společnosti.

4. Ekonomická hlediska animace archeologických památek

4.1. Financování animačních projektů v archeologii

Provoz archeologických památek je financován provozovateli nebo vlastníky archeologických parků, areálů a muzeí. Provozovateli těchto institucí jsou organizace, které jsou nejčastěji financovány a vlastněny státem, nebo příspěvkové organizace a nadace čerpající finanční prostředky převážně z veřejného rozpočtu a také, v případě památek na území Evropské unie, z evropských fondů. V menší míře na jejich provoz přispívají i soukromé osoby většinou formou darů, příspěvků nebo sponzorských smluv. Jelikož archeologické parky jsou neziskové organizace zřizované převážně za účelem poznání a vzdělání, můžeme i zde hovořit o fundraisingu.

Z ekonomického hlediska je provoz archeologických památek velmi drahý, a to hlavně z důvodu vysokých investičních i provozních nákladů, pokud se má udržet a případně zlepšit stav památky a zajistit její návštěvnost. Jedná se zejména o konzervaci, rekonstrukci, pravidelnou údržbu a ochranu včetně bezpečnostního zajištění.

Animační projekty jsou financovány samozřejmě vlastníky a provozovateli, kteří nesou převážnou část nákladů spojených s jednotlivými animačními projekty. Část podílu nákladů na provoz a animační projekty může být čerpán také ze soukromých zdrojů, kterými mohou být jak jednotlivci – dárci, mecenáši, filantropové – tak i firmy. Důvodů může být více. Mnohdy však převládají důvody daňové, ale firmy se zároveň chtějí tímto aktem dostat do povědomí lidí v pozitivním slova smyslu. Dalšími důvody jsou reklama, společenské uznání nebo osobní prospěch.

Způsobů, jak podporovat a spolufinancovat animační projekty, je relativně mnoho. Nejčastěji se objevuje partnerství nebo sponzorství mediální, a to převážně u telekomunikačních a mediálních společností. U ostatních firem je sponzorství finančního nebo v některých případech naturálního charakteru. Důležitým finančním partnerem je tzv. generální partner

¹² NEK. Řím pronajal logo Kolosea - a je z toho soud. *Právo*. 20. 4. 2011, ročník 21, s. 16.

(sponzor), který dává nejvíce peněz a zároveň si tím zajišťuje největší logo umístěné na nejprestižnějším místě na vstupence a propagačních materiálech.

Významnou součástí získávání potřebných financí je příjem ze vstupného a prodeje suvenýrů.

4.2. Marketing a PR

Nedílnou součástí provozu a prezentace archeologických památek je mimo jiné efektivní marketing a PR. Pravidla marketingových strategií jsou stejná jako u komerčních projektů a podnikatelských aktivit. Jediný rozdíl může v některých případech být ve finančních možnostech provozovatele. Hlavními cíli organizací spravujících archeologické památky jsou výchova, edukace a dále také estetický zážitek a zábava, z čehož plyne i odlišné zaměření marketingové komunikace, jejíž prioritou je informovat a budovat image, nikoli přesvědčovat a snažit se změnit postoj respondenta.

Také u archeologických památek jsou nejběžnějšími zprostředkovateli marketingové komunikace masmédia (televize, rozhlas, noviny a časopisy) a v dnešní době převážně internet (webové stránky i sociální sítě jako Facebook). Dále jsou používány tiskové zprávy a konference, billboardy, postery, letáky i informační tabule. Důležitou roli hraje i dnes ústní doporučení od přátel, kolegů nebo rodiny. U všech marketingových nástrojů hraje velkou roli adresát, jelikož každý segment návštěvníků preferuje jiný způsob marketingové a PR komunikace.

Mezi tradiční marketingové nástroje používané také u archeologických památek, patří „4P“ neboli produkt (product), cena (price), distribuce (place) a propagace (promotion). Produktem se rozumí celková nabídka zákazníkovi a obsahuje řadu podob. Příkladem podoby produktu je stavba, konkrétní artefakt nebo umělecké dílo, ale i konkrétní událost. Cena musí být stanovena tak, aby neodradila budoucí návštěvníky, ale zároveň u některých ohrožených památek by měla být tak vysoká, aby regulovala počet návštěvníků. Distribuce je nabídnutí a poskytnutí produktu na správném místě ve správný čas. Většina archeologických památek má místo distribuce předem jasně definované, jelikož se stavby většinou nedají přemístit a pokud ano, tak jsou spolu s drobnými archeologickými nálezy umísťovány do muzeí a archeologických parků. Tudíž má tento marketingový nástroj menší pole působnosti než v případě klasických podnikatelských subjektů.

Přesto je možno vytvořit projekt v podobě sezónní výstavy, která vypovídá o vzdálených archeologických kontextech se zápůjčkami originálů z lokálních muzeí. Výborným příkladem

může být výstava s dlouhým názvem Pompeji, Nola, Herculaneum: Katastrophen am Vesuv¹³, jehož pořadatelem je Landesmuseum für Vorgeschichte¹⁴ v Halle ve spolupráci s italskou Soprintendenza Archeologica Napoli e Pompei¹⁵, která zapůjčila téměř všechny exponáty. Výstava návštěvníkům německého muzea přibližuje velmi kvalitně výbuch Vesuvu z pohledu archeologického i geologického. Výstava je mimořádná zejména dvěma faktory. Za prvé se jedná o unikátní výstavu, kdy je většina předmětů zapůjčena italskou institucí do jiné země, a za druhé je zde využito moderních technologií. Návštěvníci zde mohou vidět aktuální projevy vulkanické činnosti Vesuvu a hlavně reprografické prostředky zobrazovací metody animace ukazující mnohé fresky, které nemohly být dovezeny. Výstava měla tak velký úspěch, že byla o 3 měsíce prodloužena.

V kombinaci původního místa s konkrétními eventy má však místo jako marketingový nástroj mnohonásobně větší a dlouhodobější efekt. S tím je spojena v rámci distribuce odpovídající infrastruktura s přehlednými informačními tabulemi a směrovkami, které návštěvníka co nejrychleji dovedou na správné místo. Bohužel někteří provozovatelé archeologických památek tento fakt podceňují, a to hlavně pokud existuje více příjezdových cest.

Posledním marketingovým nástrojem je propagace neboli komunikační mix, jehož hlavní složky jsou reklama, public relation a případně direct marketing, který je využíván daleko méně a nahrazován odběrem aktualit na sociálních sítích.

Reklama jako neosobní forma komunikace se širokou veřejností skrz média má několik typů. Běžná je reklama propagující instituci nebo reklama zaměřená na produkt (sbírku, výstavu nebo autora). Jako příklad bych uvedla archeologický park Carnuntum, jehož celá loňská marketingová strategie byla zaměřena na masivní propagaci zemské výstavy Niederösterreichische Landesausstellung 2011¹⁶. Dále se objevuje reklama propagující konkrétní jednorázovou událost. Ve většině případů se jedná o ojedinělou akci jako například každoroční koncert pořádaný v srpnu v amfiteátru v Xantenu. Zde byla za posledních několik let uspořádána marketingová akce na podporu Open-Air-Festivalu, jehož interprety byli jak operní pěvci José Carreras, Lucia Aliberti a Montserrat Caballé, tak rokové hvězdy jako Herbert Grönemeyer, Joe Cocker nebo skupiny ZZ Top a Die Ärzte.¹⁷ Podobné akce se však konají ve většině rekonstruovaných amfiteátrů nebo divadel. Posledním druhem je reklama zaměřená na určitou konkrétní skupinu zákazníků – návštěvníků. Toho využívají prakticky všechny archeologické

¹³ Pozn. autora: Pompeje, Nola, Herculaneum: Katastrofy pod Vesuvem

¹⁴ Pozn. autora: Zemské muzeum pravěku

¹⁵ Pozn. autora: Archeologický vrchní dozor pro Neapol a Pompeje

¹⁶ Pozn. autora: Dolnorakouská zemská výstava 2011

¹⁷ Sommerfestspiele. *Presstexte APX - LVR-Archäologischer Park Xanten* [online]. 2012 [cit. 2012-08-08]. Dostupné z: <http://www.apx.lvr.de/willkommen/serviceinfo/presse.htm>.

památky, avšak vynikajícím příkladem jsou dětské webové stránky archeologického parku Carnuntum.

Public relation (PR) zajišťované tiskovým oddělením vytváří trvalou a úmyslnou snahu o dosažení povědomí o organizaci a dobrého mínění o organizaci mezi veřejností (tzv. goodwill). Pro archeologické památky je efektivnější, z ekonomického hlediska a dlouhodobě úspěšnější, tzv. proaktivní přístup, jehož cílem je plánovitě ovlivňovat postoj a mínění veřejnosti.

Archeologické památky, stejně jako další historické památky, mají zvláštnost v tom, že zde existuje i tzv. nepřímý marketing. Tím myslím efekt, který je způsoben zájmem o dané kulturní památky, aniž by provozovatel vynaložil sebemenší finanční částku na propagaci. Nejlepším příkladem jsou populárně-naučné nebo i odborné knihy a periodika, která jsou vydávána nákladem jiné osoby (většinou vědeckou institucí nebo autorem knihy). Pokud je kniha kvalitně zpracovaná a obsahuje i obrazovou přílohu, může čtenáři poskytnout dobrý podnět k návštěvě zmíněného subjektu. Ve většině případů s tím provozovatel památky nemá nic společného a těží tedy z nepřímého marketingu a PR. Bohužel se jinak než pomocí anket a dotazníků nedá určit přesný důvod návštěvy konkrétního návštěvníka.

5. Tvorba eventů archeologických památek

Tvorba konkrétního eventu je v animaci archeologických památek stejně důležitá jako u ostatních kulturních památek, přesto je zde několik specifik. Eventy se tvoří na základě předem stanovených kritérií a metod popsaných výše.

Ve stručnosti tvorba eventů vypadá následovně. Prvním krokem je výběr objektu, na který se animace zaměří. Může se jednat o stavbu, soubor staveb, artefakt, soubor artefaktů nebo ideu. Druhým krokem je výběr lokace, která často bývá totožná s objektem animace. Zde hrají významnou roli archeologické parky, solitérní památky i muzea. Poté nastává čas pro projektový management, jehož cílem je stanovit ideální dobu konání, případnou cyklicitu a rozsah animačního programu. Dle zřizovatele a provozovatele památky se jedná o použití externích zdrojů a sponzorů. Následně přichází fáze realizace všech nutných úprav, zajištění personálního obsazení a vytvoření konkrétních animačních subprogramů. Po této hlavní realizační části přichází kontrola a spuštění projektu. V té chvíli již vše záleží na kvalitě animačního programu, míře návštěvnosti a účinnosti marketingu. Po skončení projektu je na řadě vyhodnocení úspěšnosti a ekonomické návratnosti celého animačního projektu.

Podněty k tvorbě animačních projektů jsou vždy závislé na konkrétní situaci. Mezi ty nejčastější patří jedinečná lokace, unikátní nález, míra dochování stavebních součástí nebo použití metod experimentální archeologie. Rozdílné eventy jsou tudíž pořádány

v archeologických parcích, u solitérních staveb nebo v muzeích. Často je podnětem finanční otázka a zájem ze strany zájemců. Tak například vznikly eventy typu pořádání svateb a konferencí v reanimovaných budovách archeologických parků. Nevyužívaným podnětem je motiv destrukce, který již v turismu se okrajově prosazuje. Je to ovšem velmi nebezpečný animační projekt, který může mít řadu odpůrců. Cestování do válečných zón a oblastí katastrof není z hlediska bezpečnosti doporučován. Tento motiv se dá využít i u památek, které chátrají, a hrozí jejich zánik. Zvaní návštěvníků před zničením památky by se dal použít například v oblastech pod úrovní hladiny moře, které by při zvýšení hladiny památku pohltilo, nebo třeba před výbuchem Vesuvu v případě erupce pliniovského rozsahu.

6. Případová studie: Archeologický park Carnuntum

V rámci případové studie se věnuji římsko-provinciálnímu archeologickému parku na území Rakouska. Tento typ archeologických parků v sobě obsahuje četné mediteránní prvky a je součástí jedné mediteránní kultury.

Na úvod bych chtěla poukázat na skutečnost, že i když jsou provozovateli většiny archeologických areálů neziskové nebo státní organizace, přístup k ekonomickým údajům je velmi komplikovaný. Na rozdíl od nevládních neziskových organizací nemají povinnost nebo nechtějí poskytovat tyto údaje veřejnosti ani je zveřejňovat na svých webových stránkách. Tímto chci vyzdvihnout ochotu tiskového mluvčího Kulturbetriebsges.m.b.H. Schallaburg & Niederösterreichische Landesausstellungen Mgr. Floriana Müllera, který poskytl cenné ekonomické údaje.

6.1. Obecné informace

Archeologický park Carnuntum se nachází cca 42 km od Vídně a 25 km od Bratislavy u Dunaje mezi obcemi Petronell-Carnuntum a Bad Deutsch-Altenburg. Archeologický park se skládá z legionářského tábora, civilního města, chrámu na Pfaffenburgu a archeologického muzea v nedalekém Bad Deutsch-Altenburgu.



První zmínka o osídlení Carnunta a okolí pochází z roku 6 n. l., kdy zde byl zřízen přechodný vojenský tábor. O 40 let později zde byl zřízen stálý dřevěný legionářský tábor. V té době se

z Carnunta stalo centrum středodunajského Limitu¹⁸. V blízkosti tábora poté vznikla civilní osada, následně byl opevněn a zvětšen vojenský tábor tak, že se do něj vešla legie o 6 000 vojácích. Na počátku 2. století n. l. se Carnuntum stalo hlavním centrem provincie Panonia Superior¹⁹. Okolo roku 355 n. l. postihlo Carnuntum silné zemětřesení, které způsobilo rozsáhlé škody. Později byl císařem Konstantiem II. vybudován triumfální tetrapylon zvaný Heidantor, jehož ruiny se staly logem celého archeologického areálu.²⁰

V době svého největšího rozkvětu na počátku 3. století n. l. mělo město rozlohu 10 km². Do současné doby bylo zatím odkryto jen 0,5 % jeho rozlohy, i proto, že část antického města i vojenského tábora se nachází pod současným osídlením a na soukromých pozemcích.²¹

V rámci archeologického parku je k vidění amfiteátr castra legionis, amfiteátr civilního města, pozůstatky tetrapylonu „Heidantor“, základy městského paláce a chrámový okrsek na Pfaffenbergu, ale hlavní atrakci tvoří rekonstruovaná část civilního města – městské lázně, villa urbana a Dům kupce Lucia obchodujícího s látkami.

6.2. Animační projekty

Jak městské lázně, tak villa urbana a částečně dům kupce Lucia jsou animovány rekonstrukční metodou, a to autenticky pomocí původních stavebních technologií. Autoři těchto prací se snažili o co největší autenticitu jak při hrubé stavbě, tak i ve vybavení interiéru, a proto stavba probíhala pomocí ruční výroby i výstavby a původních technologických postupů. Tento postup je jak finančně, tak časově velmi náročný. Například stavba přípojky vody a topného systému lázní byly realizovány pouze podle písemných pramenů. Jak uvádí sám archeologický park „jedná se v případě římských lázní o jedinou funkční stavbu na světě, která je postavena na původním místě a původní technologií“²². Celá budova je postavena na ploše o rozloze 1 500 m² za použití 1 200 m³ kamenného zdiva.²³

Další rekonstruovanou stavbou je Villa Urbana o prozatímní rozloze 600 m². Zajímavým nálezem byl nález fragmentů celkem 30 m² nástěnných maleb ve stavební suti po přestavbách.²⁴

Kladnou stránkou tohoto přístupu je časová jednotnost rekonstruovaných budov. Všechny budovy, interiéry i jejich nejbližší okolí jsou realizovány do období 1. poloviny 4. století n. l.²⁵.



Obrázek 5: Budova římských lázní

Zdroj: autor

¹⁸ hranice římské říše

¹⁹ Horní Panonie

²⁰ Archäologischer Park Carnuntum [online]. 2012 [cit. 2012-08-01]. Geschichte. Dostupné z: <http://www.carnuntum.co.at/carnuntum-zur-roemerzeit/geschichte>.

²¹ Archäologischer Park Carnuntum [online]. 2012 [cit. 2012-08-01]. Ausdehnung. Dostupné z: <http://www.carnuntum.co.at/carnuntum-zur-roemerzeit>.

Dalším nesporným kladem, který je důvodem většiny animačních projektů, je vynikající edukační funkce, protože je příkladem realistického „modelu“, na kterém se dají dobře pozorovat aspekty každodenního života římského občana v provincii.

Zápornou stránku osobně jako archeolog vidím zvláště v nástěnných malbách, které neodpovídají antickému nástěnnému malířství, ale spíše současnému dekorativnímu malování zdí, a to jak z technologického pohledu, tak i ze stylu výzdoby.

Do archeologického areálu patří i druhý amfiteátr o původní kapacitě 8 000 diváků nacházející se blíže k obci Bad Deutsch-Altenburg. V zázemí amfiteátru se nachází specializovaná minivýstava Gladiatoria Carnuntina neboli Svět arény, která pojednává o světě a životě gladiátorů na základě dochovaných artefaktů a reliéfů.²⁶

Protože v roce 2011 byl archeologický park začleněn do spolkového kulturního projektu Niederösterreichische Landesausstellung 2011²⁷ s názvem Erobern – Entdecken – Erleben im Römerland Carnuntum²⁸ probíhající od 16. dubna do 15. listopadu 2011, kterou organizoval Kulturbetriebsges.m.b.H. Schallaburg, budu se v ekonomických hlediscích zabírat celým projektem a zmíním proto také dvě zbývající součásti projektu, a to Museum Carnuntinum a Kulturfabrik Hainburg. Hlavním důvodem tohoto počínání je jednotná vstupenka do všech tří objektů.

V muzeu se nacházejí artefakty nalezené při archeologických pracích v Carnuntu a blízkém okolí. V rámci expozice je zde výstava Götterbilder – Menschenbilder²⁹ ukazující rozličná božstva, která byla uctívána v Carnuntu i přilehlém vojenském táboře, i život obyčejných lidí. Zajímavostí této výstavy je kromě animačně-edukačního projektu pro děti také imaginačně-reprografické provedení tzv. Mithrovy jeskyně pomocí holografických obrázků a 3D animace. Poslední část projektu se konala v Hainburgu v bývalé rakousko-uherské továrně na tabák, z čehož vzniklo dnes velmi populární spojení kultury a industriální architektury. Zde se nacházela souhrnná výstava k historii Dolního Rakouska i technického vývoje včetně římských archeologických nálezů z Carnunta.

²² Archäologischer Park Carnuntum [online]. 2012 [cit. 2012-08-01]. Rekonstruktionen. Dostupné z: <http://www.carnuntum.co.at/rekonstruktionen>.

²³ *Carnuntum – Wiedergeborene Stadt der Kaiser*. [s.l.] : [s.n.], 2011. Römische Therme, s. 16.

²⁴ *Carnuntum – Wiedergeborene Stadt der Kaiser*. [s.l.] : [s.n.], 2011. Villa Urbana, s. 10.

²⁵ *Carnuntum – Wiedergeborene Stadt der Kaiser*. [s.l.] : [s.n.], 2011. Carnuntum – Wiedergeborene Stadt der Kaiser, s. 3.

²⁶ Archäologischer Park Carnuntum [online]. 2012 [cit. 2012-08-01]. Amphitheater Bad Deutsch-Altenburg. Dostupné z: <http://www.carnuntum.co.at/ausstellungen/amphitheater-bad-deutsch-altenburg>.

²⁷ Dolnorakouská zemská výstava 2011

²⁸ Pozn. autora: Dobýt – objevit – zažít v římské zemi Carnuntum

²⁹ Pozn. autora: Obrazy bohů – obrazy lidí

Velmi zajímavé jsou konkrétní eventy. Prvními z nich jsou programy pro děti, mezi které patří speciální dětské webové stránky³⁰ lákající k návštěvě Carnunta. Celými stránkami provází kreslený římský legionář Julius, kterého mohou děti vidět v průběhu celé prohlídky archeologického parku a zvláště v Museu Carnuntinu, kde dětem odlehčenou formou vysvětluje některé historické souvislosti a termíny. Dále jsou zde pořádány speciální programy pro školou povinné děti. Denně se v době letních prázdnin konají i speciální dětské prohlídky. Pro školní výpravy jsou zde pořádány na objednávku prohlídky se speciálním programem. Na výběr jsou dva programy pro děti od 6 do 10 let – Mladý Říman v Carnuntu a Rätselrallye neboli Římská detektivka I. Pro děti od 11 do 14 let jsou připraveny také dva programy – Město žije! neboli zážitková výprava a Rätselrallye neboli Římská detektivka II.³¹

Pro skupiny je připraven program s průvodcem nazvaný Znovuzrozené město císařů. Firmám pořádajícím firemní slavnosti a teambuilding je určen program obsahující návštěvu muzea, oběd v restauraci Forum Culinarium a 7 akcí pořádaných v archeologickém parku. Těmi jsou Výcvik s přísným centuriem, při kterém se klienti naučí římské vojenské disciplíně a pochodu v šiku, Římské horečné zbrojení, kdy musí každý tým správně na čas vyzbrojit legionáře, Venatio Aprobium neboli Lov dřevěného divočáka pomocí vrhacího oštěpu, Soutěž v házení kamenů do dálky, Nummi Cudendi neboli ražba mincí, Quinquies Salire čili soutěž v pětiskoku za tým a Wellness a lázeňská procedura s Medicem v městských lázních včetně tradičních lázeňských procedur. Na závěr je vítězný tým korunován zlatým vavřínovým věncem.³²



Obrázek 6: Řemeslná dílna

Zdroj: viz zdroje obrázků

V archeologickém parku je také možno pořádat oslavu narozenin i svatební obřady a hostiny. Tyto akce se mohou konat ve villae urbanae s kapacitou 45 osob nebo v městských lázních s kapacitou až 120 osob.³³

³⁰ Pozn. autora: <http://www.carnuntum-webkids.at/index.html>

³¹ *Archäologischer Park Carnuntum* [online]. 2012 [cit. 2012-08-01]. Freilichtmuseum Petronell. Dostupné z: http://www.carnuntum.co.at/buchungen/schulen/copy_of_freilichtmuseum-petronell.

³² *Archäologischer Park Carnuntum* [online]. 2012 [cit. 2012-08-01]. Firmenfeiern und Incentives. Dostupné z: <http://www.carnuntum.co.at/buchungen/firmenfeiern-und-incentives>.

³³ *Archäologischer Park Carnuntum* [online]. 2012 [cit. 2012-08-01]. Private Feiern. Dostupné z: <http://www.carnuntum.co.at/buchungen/private-feiern>.

Mezi speciální eventy patří Římské labužnictví v Carnuntu, což je kulinařský program, při kterém si lidé mohou vyzkoušet vaření podle antických receptů v římské kuchyni a poté je také sníst, zároveň si mohou nechat tyto recepty připravit profesionálními kuchaři. Tento projekt bývá pořádán čtyřikrát do roka. Dalšími akcemi jsou „Römerfest“ a Gladiátoři – bojovníci arény.



Obrázek 7: Souboj gladiátorů

Zdroj: viz zdroje obrázků

V projektu Römerfest se návštěvníci mohou seznámit se životem Římanů v provinciálním městě a uvidí při tom demonstraci římského jezdeckého umění, přehlídku legionářů a jejich boje. Součástí jsou také antické řemeslné dílny a zároveň představení regionu a místních vín. Projekt Gladiátoři se odehrává v amfiteátru u Bad Deutsch-Altenburgu a jeho hlavní náplní je rekonstrukce gladiátorských bitev a také související hudební představení s rekonstruovanými originálními hudebními nástroji.³⁴

6.3. Ekonomické souvislosti

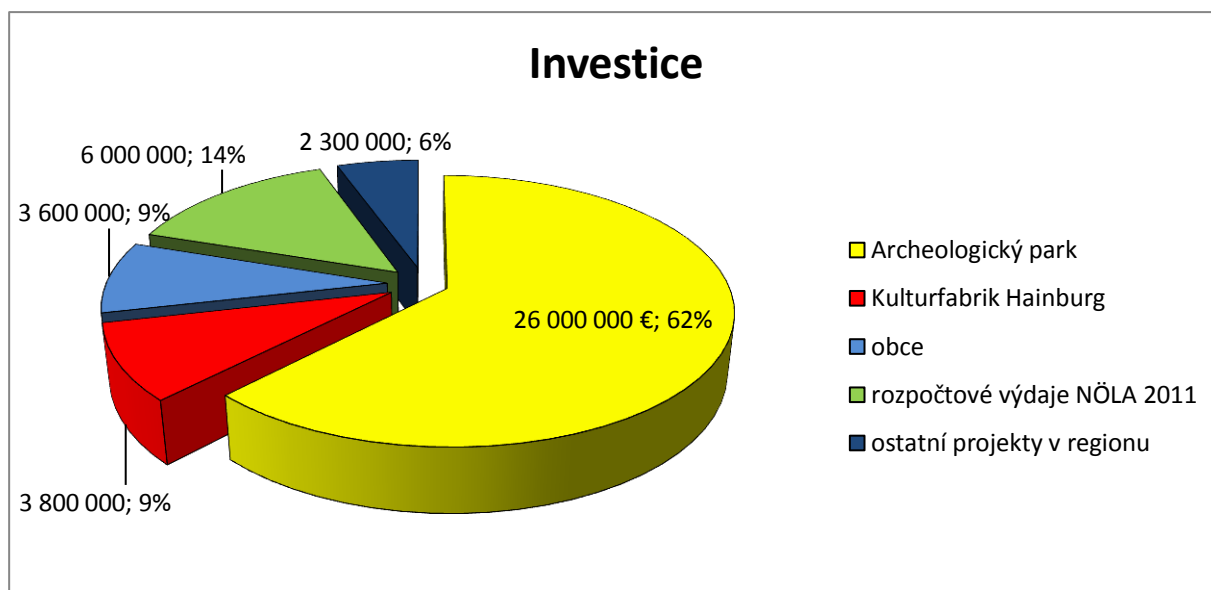
Provozovatelem archeologického areálu a muzea je Gesellschaft der Freunde Carnuntums založená roku 1885³⁵. Protože bylo Carnuntum součástí rozsáhlé výstavy Niederösterreichische Landesausstellung 2011, budu za provozovatele považovat organizátora výstavy Kulturbetriebsges.m.b.H. Schallaburg, která mi poskytla celkové údaje o celé výstavě.

Celková investice do projektu činila 41,7 milionů EUR. Největší část výdajů, tedy 26 milionů EUR, tvořily investice do výstavby převážně vstupní a muzejní části archeologického parku. Započítáno to této částky bylo však také 10 milionů EUR použitých na výzkumné archeologické projekty. Dále bylo investováno 3,8 milionu EUR do Kulturfabrik Hainburg, 3,6 milionů EUR do revitalizace zainteresovaných obcí Petronell-Carnuntum, Bad Deutsch-Altenburg a Hainburg an der Donau. 6 milionů EUR přišlo na rozpočtové výdaje na organizaci výstavy a 2,3 milionů EUR do ostatních projektů v regionu Römerland-Carnuntum. Z těchto 2,3 milionů EUR byly provedeny investice do výběru 159 podniků jako tzv. Qualitätspartner neboli

³⁴ Archäologischer Park Carnuntum [online]. 2012 [cit. 2012-08-01]. Veranstaltungen. Dostupné z: <http://www.carnuntum.co.at/veranstaltungen>.

³⁵ Archäologischer Park Carnuntum [online]. 2012 [cit. 2012-08-01]. Die Gesellschaft. Dostupné z: <http://www.carnuntum.co.at/gesellschaft-der-freunde-carnuntums/die-gesellschaft>.

partnerů v oblasti stravování, ubytování a zábavy, do koordinace s dalšími projekty v regionu, do vybudování 560 km turistických tras a cyklostezek v regionu a do řady propagačních materiálů.³⁶



Graf zobrazující investice v projektu NÖLA 2011

Zdroj: autor

Mimo to byl vyčleněn rozpočet ve výši 6 milionů EUR přímo na výstavu Niederösterreichische Landesausstellung.

Velmi zajímavé jsou údaje o přidané hodnotě neboli zhodnocení pro region, které činily celkem 56,3 milionu EUR. Zároveň bylo zajištěno 500 nových pracovních míst v závislosti na organizaci a průběhu výstavy i v přidružených odvětvích. Při optickém porovnání celkových nákladů a příjmů pro celý region vychází v případě Niederösterreichische Landesausstellung 2011 bilance pozitivně. Tento pohled je důležitý, ale nedokáže vyčíslit reálné příjmy pro samotnou výstavu a archeologický park. Při expertním odhadu výpočtu příjmů ze zaplaceného vstupného, za cenu 9 EUR pro dospělého a 18 EUR za rodinné vstupné, vycházejí podle počtu návštěvníků činících 554 438 osob příjmy ze vstupného 7 484 913 EUR, což nepokrývá ani polovinu nákladů vložených do archeologického parku Carnuntum.

Z celkového počtu 554 438 návštěvníků tvořili 81% (449 094 osob) jednodenní návštěvníci a jen 19% (105 343 osob) vícedenní návštěvníci. V průměru strávili návštěvníci výstavy v oblasti 1,5 dne. Za tuto dobu se podle vlastních zkušeností dají obejít všechny areály pokrývající vstupné. Jednodenní návštěvníci v průměru utratili 32 EUR na osobu a vícedenní 81 EUR na osobu, do tohoto čísla je samozřejmě započtena i cena ubytování.³⁷

³⁶ MÜLLER, Florian. *Die Niederösterreichische Landesausstellung 2011 : Investitionen und Wertschöpfung*. 2011. s. 1.

³⁷ MÜLLER, Florian. *Die Niederösterreichische Landesausstellung 2011 : Investitionen und Wertschöpfung*. 2011. s. 2.

Zajímavostí je vysledované složení přenocujících návštěvníků podle národnosti v termínu od ledna do září, kdy v regionu přenocovalo 450 373 návštěvníků. Dle mého názoru nebylo zkoumáno, kolik z nich opravdu přijelo za účelem návštěvy výstavy či archeologického parku a kolik za jiným účelem. Z tohoto důvodu považuji informace za zkreslené, ale přesto dávají zajímavý pohled na složení návštěvnosti regionu. Nejčastěji v regionu přenocovali Rakušané (190 806 osob), dále Němci (73 343 osob), Španělé (21 131 osob), Rumuni (13 279 osob) a 5. příčka patří Čechům s 12 356 osobami. Položka ostatní národnosti obsahuje nespecifikovaný počet národností, které však jednotlivě netvoří ani 3 % celkového zastoupení.³⁸

Vedení Niederösterreichische Landesausstellung si nechalo vypracovat také studii ekonomických a sociálních efektů souvisejících s výstavou. Z této studie vyplývá, že 78 % návštěvníků přijelo do regionu kvůli výstavě. Osobně by mne zajímalo, jestli se rozlišovalo mezi lidmi, kteří opravdu přišli kvůli celé Niederösterreichische Landesausstellung nebo, stejně jako já, jsou sem započítáni i lidé, kteří primárně přijeli do Archeologického parku Carnuntum a za cenu jednotné vstupenky navštívili i ostatní objekty. Dále se ve studii uvádí, že došlo ke zkvalitnění infrastruktury díky intenzivní výstavbě za účelem zlepšení dostupnosti, vytvoření adekvátního prostředí a zmodernizování a opravy části dopravní infrastruktury. Důležité jsou také investice samotných podnikatelů ve výši 700 000 EUR na zlepšení a zkvalitnění jimi poskytovaných služeb. Tyto náklady se jim s velkou pravděpodobností díky úspěšnosti výstavy vrátily. Zároveň došlo k výraznému zviditelnění zmiňovaných památek i celého regionu, a pokud do toho nevstoupí vliv ekonomické krize, mohl by v roce 2012 turistický ruch vzrůst o 20 %.³⁹

V archeologickém parku Carnuntum se konají i výše zmíněné firemní či soukromé akce, které zde probíhají mimo organizaci Niederösterreichische Landesausstellung. Některé z nich, jako například gladiátorská představení a Römerfest, jsou pořádány v rámci ceny vstupného, a tudíž náklady jsou dotovány archeologickým parkem v plné výši. Další z nich, zvláště kvůli své náročnosti, jsou výrazným příjmem do rozpočtu parku. Příkladem takovéto akce je pořádání svateb ve *villae urbanae*. Možnost uspořádat svatbu v tomto prostředí vyjde v základu na 500 EUR, v případě zamluvení vily na celý den do půlnoci vyjde novomanžele na 1 500 EUR, a pokud by se oslava protáhla po půlnoci, musejí si připlatit dalších 150 EUR na hodinu. Bohužel nemám informace, kolik svateb se zde ročně koná, ale dá se předpokládat, že hlavně v letních

³⁸ MÜLLER, Florian. *Die Niederösterreichische Landesausstellung 2011 : Investitionen und Wertschöpfung*. 2011. 3 s.

³⁹ MÜLLER, Florian. *Die Niederösterreichische Landesausstellung 2011 : Investitionen und Wertschöpfung*. [s.l.] : [s.n.], 2011. 3 s.

měsících číslo přesáhne desítku. Tudíž i průměrná částka 15 000 EUR za tyto obřady je vítaným obohacením příjmové složky rozpočtu.⁴⁰

7. Závěr

Co se týká animačních přístupů a metod, jsou použité metody a přístupy u jednotlivých archeologických památek vesměs shodné. U všech památek je provedena reanimace pomocí konzervačních a rekonstrukčních metod, případně dalších metod v konkrétních případech. V rámci eventů zde nacházíme podobné programy jako velké akce typu římských her, koncertů a představení římského vojenského i civilního života. Dále se objevují akce pro školní skupiny zaměřené na edukační funkci, ale i zcela komerční počiny jako konání svateb a podnikových akcí.

Důležitým aspektem animace archeologických památek je zvyšování enkulturace společnosti a zachování kulturního dědictví. Druhou, zcela pozitivní stránkou, je zvýšení návštěvnosti regionů a pozitivní dopad na ostatní podnikatelské subjekty participující na těchto projektech. Nedílnou součástí je nezanedbatelná edukační činnost a její dopady, vytvářející povědomí o dané době a životě v ní a zvyšující celkové historické povědomí.

Závěrem je nutné konstatovat, že celková návratnost vložených investic, zvláště prvotních investic, je zcela nemožná. V případě dobrého a turisticky bohatého roku je možné vytvořit pozitivní bilanci mezi příjmy a běžnými provozními náklady. Velká část archeologických parků si na svůj provoz z technického pohledu může vydělat, přesto pokud je zároveň v parku veden archeologický výzkum, jenž je hrazen provozovatelem parku, je pokrytí nákladů z vlastních zdrojů obtížné či přímo nemožné. Za běžných okolností je však nutná intervence jiných subjektů pomocí dotací nebo sponzorských příspěvků. To se týká i animačních projektů.

Publikováno ve sborníku Metodiky animačních procesů v kultuře. Vybrané eseje v rámci grantu IGA VŠE (IG302041).

⁴⁰ MÜLLER, Florian. *Die Niederösterreichische Landesausstellung 2011 : Investitionen und Wertschöpfung*. [s.l.] : [s.n.], 2011. 3 s.

Zdroje

ČR. Zákon o státní památkové péči. In *Sbírka zákonů*. 1987, 6, s. 216 - 227. Dostupný také z: <http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1987/sb06-87.pdf>.

Mezinárodní dokumenty. *Národní památkový ústav* [online]. 2011 [cit. 2012-08-12]. Dostupné z: <http://www.npu.cz/pro-odborniky/pamatky-a-pamatkova-pece/zakony-mezinarodni-dokumenty/mezinarodni-dokumenty/>

Mezinárodní dokumenty ICOMOS o ochraně kulturního dědictví [online]. Lausanne : [s.n.], 1990 [cit. 2011-04-13]. Mezinárodní charta o řízení archeologického dědictví. Dostupné z: <http://www.npu.cz/pro-odborniky/pamatky-a-pamatkova-pece/zakony-mezinarodni-dokumenty/mezinarodni-dokumenty/icomos/>.

Lascaux [online]. 2011 [cit. 2012-08-10]. Dostupné z: <http://www.lascaux.culture.fr/#/fr/00.xml>.

Foundation of the Hellenic World [online]. 2012 [cit. 2012-08-09]. Dostupné z: <http://www.fhw.gr/fhw/index.php?lg=2>.

NEK. Řím pronajal logo Kolosea - a je z toho soud. *Právo*. 20. 4. 2011, ročník 21, s. 16.

PATOČKA, J., HEŘMANOVÁ E. *Lokální a regionální kultura v České republice*. Praha : ASPI, 2008, 200 s. ISBN 978-80-7357-347-8.

JOHNOVÁ, Radka. *Marketing kulturního dědictví a umění*. Praha: Grada, 2008, s. 16 - 19. ISBN 978-80-247-2724-0.

Sommerfestspiele. *Presstexte APX - LVR-Archäologischer Park Xanten* [online]. 2012 [cit. 2012-08-08]. Dostupné z: <http://www.apx.lvr.de/willkommen/serviceinfo/presse.htm>.

Archäologischer Park Carnuntum [online]. 2012 [cit. 2012-08-01]. Dostupné z: <http://www.carnuntum.co.at/park>.

Carnuntum – Wiedergeborene Stadt der Kaiser. 2011. Römische Therme, 27 S.

MÜLLER, Florian. *Die Niederösterreichische Landesausstellung 2011 : Investitionen und Wertschöpfung*. 2011. 3 s.

Přednášky doc. Ing. Jiřího Patočky, Csc. (Artsmanagement, FPH VŠE)

Zdroje obrázků

Obrázek 6:

<http://celum.noeku.at/pindownload/pinobjectpreview.do?objectid=60785&wwidth=424&wheight=424>

Obrázek 7:

<http://celum.noeku.at/pindownload/pinobjectpreview.do?objectid=118856&wwidth=424&wheight=424>