

# NEDOSPÍVEJTE. JE TO PAST!



MAIN STREET, U.S.A.

FOTO: TOM ŘEPIK

PŘED PADESÁTI ROKY ZEMŘEL PAN WALTER ELIAS DISNEY, MUŽ S DUŠÍ DÍTĚTE. TĚŽ GENIÁLNÍ INOVÁTOR, VYNÁLEZCE TEMATICKÉHO PARKU A NECHYBĚLO MOC, ABY I LYŽAŘSKÝ EVANGELISTA.

TEXT: TOM ŘEPIK

**V** ýzvy jsou překážkami, jen když o nich tak přemýšlíme. V téhle jediné větě se pro mě osobně skrývá odkaz životního příběhu člověka, který předefinoval pravidla zábavního průmyslu – o čemž koneckonců píše kdejaká encyklopedie. Míň se ví, že Disney zachránil před blamáží jednu zimní olympiádu, a že nebyť jeho předčasné smrti, zřejmě by vytyčil nové standardy v horské branži.

Neznám vailského marketéra, který by nebyl vybaven nadprůměrnými znalostmi Disneyho principů – a to jak z frontové spotřebitelské strany, tak zejména ze zákulisí, dodavatelské. Prakticky nonstop je někdo vailský na studiích v Disney parcích či v centrále Walt Disney Imagineering v kalifornském Glendale, vývojové laboratoři největší zábavní říše planety, odkud veškeré koncepty vycházejí a kterou do

roku 2007 vedla disneyovská legenda s československým jménem, pan Martin Sklar. Následující zákulisní zajímavosti od něj a jeho týmu nejspíš v žádných encyklopediích nenajdete.

## Mrkev na klacku

Walt Disney byl excelentním psychologem, a kde mohl, používal princip pověstné mrkve pověšené před očima ve formě vizuálního magnetu. Když vstupíte do kteréhokoliv z Disney parků, stanete na počátku historické třídy Main Street – jediného místa, kudy se do parku dostat. V dále v ose třídy jak silný magnet spatříte opulentní zámek Šípkové Růženky – magnet tím silnější, kolik dětí s sebou povedete. Ovšem než se k zámku dostanete, shledáte se stát na kruhovém náměstí. To vás ponouká vybrat si ze čtyř směrů do jednotlivých tematických parků, z nichž každý už nabízí svůj vlastní vizuální magnet, novou mrkev na klacku.

Walt byl od mala fanatickým milovníkem parních vlaků; že jsou součástí každého z Disney parků, není žádnou náhodou. Plně funkční model vlaku v 1/8 zmenšeném poměru si nechal postavit v rozlehlé zahradě svého domu

v Holmby Hills; asi 800 metrů dlouhému železničnímu okruhu nechyběl 15 metrů dlouhý most na pilířích a třicetimetrový tunel. Když však skrz něj Walt poprvé projel, byl zklamán – tunel byl rovný a bylo vidět z jednoho konce na druhý. Hned nechal tunel přestavět, aby obsahoval zatáčky a pasažér tak nevěděl, co se bude dít.

Stejný princip čehosi tajemného, kdy vstupíte a netušíte, co vás čeká a kam vás cesta zavede, je přítomen nejen u většiny temných jízd v Disney parcích, ale i u tak běžné situace, jako je uspořádání fronty u vstupu. Každý návštěvník jakéhokoli Disney parku si dobře pamatuje, že cesta k turniketům jednotlivých atrakcí je záměrně nepředvídatelně zamotána a obsahuje řadu přípravných scén, žánrově obohacujících příběhů, který na zákazníka čeká – a vzbuzuje tím jeho očekávání a vzrušení.

## Disneyland

Většinu dospělého života snil Walt Disney sen o parku, jaký svět ještě neviděl. V roce 1953 se rozhodl, kde takový postaví. Našel rozlehlou pomerančovou plantáž v rovinách Anaheimu, jihovýchodního předměstí Los Angeles, blízko křížení hlavních dálnic, umožňujících snadný přístup z celé Kalifornie. Oblast nabízela množství volných ploch za rozumnou cenu. Alespoň si to Disney tehdy myslel. Později své volby mnohokrát litoval. Jakmile na veřejnost prosáky o realizaci projektu a jeho lokalitě informace, plochy kolem dokola Disneyho území skupili movití spekulanti. Dnes na těchto pozemcích stojí nekonečné řady motelů a fastfoodových řetězců – něco, co Disney z duše nesnášel, jelikož to v jeho očích skvrnilo cestu do jeho celoživotně hýčkaného pohádkového světa a nadto prakticky v zárodku utlo jakékoli ambice na další expanzi parku.



FOTO: TOM ŘEPIK

Aby svůj sen mohl realizovat, potřeboval obrovské množství peněz, které mu však banky odmítly na něco tak neslýchaného půjčit. Spojil se proto se silnou televizní společností ABC, pro niž produkoval pořad nazvaný Disneylandia, de facto hodinovou reklamu na své kreslené postavičky. Původně chtěl stejně nazvat i svůj park. V televizi ABC mu na financování kývli, přiměli jej však změnit název na jednodušší Disneyland. V létě 1954 se začalo stavět.

V té době už po Americe existovala řada zábavních parků a Walt Disney většinu z nich navštívil, aby se ujistil, čím se jeho park nechce stát. Jeho Disneyland byl prvním skutečně tematickým parkem světa. Po téměř dvaceti letech plánování Walt Disney svůj park otevřel 17. července 1955 pro 11 tisíc osobně pozvaných hostů z okruhu investorů, rodin zaměstnanců a médií. Otevírací den se však zvrhl ve fiasko.

Vinou na černém trhu prodávaných padělaných vstupenek (plus spousta lidí nadzro přelezla ploty) se v parku tísnilo 28 tisíc návštěvníků (nikdo přesné číslo nezná, protože zapomněli zapnout turnikety). Navíc ten den bylo 39 °C a žádná z vodních fontán nefungovala, jelikož se nestihly napojit na vodovod. Sponzory atrakcí byly firmy Pepsi a Coca-Cola, tak se ihned roznesla fáma, že je to tak schválně, aby si lidi kupovali víc jejich nápojů. Asfaltové chodníky ještě nebyly z předchozího dne, kdy se natahovaly, rádně zaschle, a ve vedru mnohé dámské podpatky zůstávaly zapíchnuté v dehtu. Některé dámy to vyřešily s grácií a pokračovaly

naboso, jiné se připojily k tisícům stížností toho nešťastného dne.

Spousta atrakcí byla nedokončených, například zámek Šípkové Růženky byl hotov jen zvenci – jako filmová kulisa. V průběhu dne Walt s hrůzou zjistil, že u zámku zapomněli zamknout dveře a lidi vlezli dovnitř prázdné skořápky a vyšplhali po lešení až na cimbuří, odkud měli krásný rozhled po parku. Disneyland otevřel s naprostým nedostatkem záchodků, všude se na ně tvořily fronty. Problému dvakrát nepomohla Waltova hravost – ve Fantasylandu nechtěl nechat na dveřích toalet nápisy Páni a Dámy, místo nich použil Princ a Princezna. Návštěvníci se domnívali, že jde o atrakci. Nejdelší fronta v Disneylandu byla ta na Main Street na dámské záchody. Zahradní úpravy se nestihly dokončit, zámek byl obrostlý vysokým plevelem. Walt vymyslel botanické cedulky s latinskými nápisy a nechal je napíchat k rostlinám.

Všude byl takový zmatek, že Walt tento den přejmenoval na „vysvěcovací“. Tak mohl být otevírací den následujícího rána 18. července zanesen do kronik jako opravdový úspěch. Všude se už stály organizované fronty, turnikety počítaly návštěvnost, personál byl na všechny věci nejvíce připraven. Walt nebyl žádný hlupák a pozval nejvýznamnější novináře znovu, aby viděli, jak Disneyland opravdu funguje. Během necelých dvou měsíců v něm přivítali miliontého návštěvníka.

V té době už Disney pracoval na plánech rozšíření původních dvaceti



PAN WALT NA SVĚ ZAHRADE VÁŽNĚ NEKOPÁVAL ŘEPU

FOTO: WALT DISNEY IMAGING

atrakcí, s nimiž otevřel. Disneyho projekty byly od počátku výrazně smělejší, nedostávalo se mu ale financí. Díky gigantickému návštěvnickému úspěchu mohl začít s postupnou expanzí a docilovat tak opakované návštěvnosti mnoha těch, kteří byli zvědaví, s čím přijde Disney příště. Sám Walt o svém parku prohlašoval, že jde o „něco, co nebude nikdy hotovo, co se bude neustále rozvíjet a měnit“.

## ZOH Squaw Valley

V roce 1960 se uskutečnila zimní olympiáda v kalifornském Squaw Valley a Walt Disney byl požádán, aby vymyslel choreografii slavnostního zahájení a ukončení her i medailových ceremoniálů. Disney nabídku přijal a současně shledal, že nikdo z pořadatelského výboru organizačním procesům nerozumí. Po dobu olympiády tedy do mis-

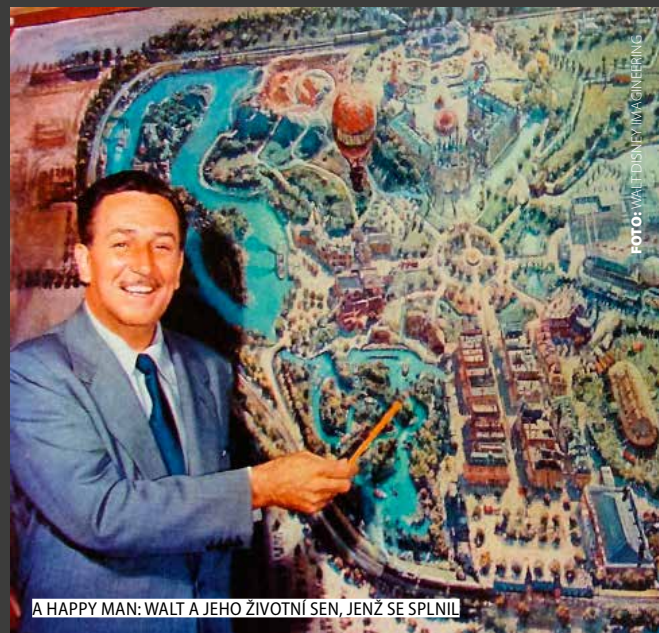
ta převedl štáby svých zaměstnanců z Disneylandu, kteří kulturní stránku her de facto zachránili před světovou ostudou.

Walt Disney byl odpovědný i za organizaci veškeré nespportovní zábavy v olympijské vesnici. Šlo o první ZOH, z nichž byly vysílány přímé televizní přenosy. Původně měla získat vysílací práva silná americká televize ABC, jež Waltovi finančně asistovala s výstavbou Disneylandu. Před neznámým projektem zimní olympiády však couvla. Walt zavolał svému známému Billu Paleyemu, majiteli konkurenční televize „s okem“ CBS – a ZOH měly zajištěny televizní přenosy. (Disneyho impérium je s oběma televizními společnostmi blízce provázané – v 90. letech televizi ABC koupilo a na CBS vysílalo řadu svých pořadů. Jedna z nejpopulárnějších novodobých atrakcí v Disney parcích, The



ZOH 1960 VE SQUAW VALLEY SI VZAL NA POVEL PERSONÁL Z DISNEYLANDU

FOTO: WALT DISNEY IMAGING



A HAPPY MAN: WALT A JEHO ŽIVOTNÍ SEN, JENŽ SE SPLNIL

FOTO: WALT DISNEY IMAGING



NEJPOPULÁRNĚJŠÍ ŠTACE NEWYORSKÉHO EXPA 1964, WALTŮV GE PROGRESSLAND

Twilight Zone Tower of Terror, je provozována pod licencí CBS.)

Zimní olympiáda 1960 byla po skončení prohlášena za nejlepší v dosavadní historii, líví měrou zásluhou obětavosti a předvídavosti Walta Disneyho. Řada vzácných olympijských artefaktů, například olympijská pochodeň vyrobená v Disneyho dílnách, je vystavena v rodinném muzeu Disneyových v San Francisku.

### EXPO New York

Walt toužil svůj Disneyland bez přestání rozvíjet. Měl představu, že park se bude stále měnit, a měl plno velkolepých nápadů na nové atrakce. Nedovolil však zprovoznit nic, co by precizně nefungovalo – a každá nová atrakce vyžadovala nákladný vývoj. Dosavadní verze Disneylandu zkonzumovala veškeré peníze dynastie Disneyů i náklonnost ostatních investorů. Walt hledal cestu, jak otestovat nápady na nové atrakce a drahé jízdní mechanismy – nejlip formou, kdy by někdo alespoň část gigantických nákladů zaplatil.

Jedním z mnoha nikdy nezrealizovaných rozšíření Disneylandu je projekt Edisonova náměstí, jímž měla končit Market Street – nová, vesměs rezidenční ulice projektovaná paralelně s hlavní třídou Main Street. Walt byl fascinován vynálezi a Thomas Edison patřil mezi ty, které obdivoval nejvíc. Na Edison Square plánoval postavit nákladnou divadelní atrakci, kde by namísto živých herců účinkovaly robotické voskové figuríny, demonstrující typický život v americké domácnosti před vynálezem elektřiny, krátce po rozšíření elektřiny a život moderní – moderní v tehdejší době konce padesátých let. Projekt však ztroskotal na nedostatečné technické sofistikovanosti figurín – robotika

tehdy byla v počátcích svého vývoje. Jelikož by chyběla hlavní atrakce, celý projekt Edisonova náměstí a k němu vedoucí Market Street se v tichosti uložil do archívu. Waltův hlavní hrđina tak v Disneylandu nikdy nedostal své náměstí, jakkoli jeho památka je v Disney parcích uctívána ve formě několika portrétů, plaket a pamětních oken. Prostranství pro plánovanou Market Street zůstává dodnes volné a slouží jako zázemí a nástupní místo personálu populárních promenádních průvodů.

Na konci padesátých let se z Disneylandu stal bezkonkurenčně nejatraktivnější turistický magnet v Kalifornii. Perfekcionistu Walta ale trápilo, že park je pravidelně navštěvován jen turisty ze západního pobřeží – zhruba čtvrtiny Spojených států; bylo mu jasné, že pro zbytek populace by byl Disneyland stejně nepřitažlivý. Ačkoli byl často citován, že žádný další Disneyland nebude, začal dostávat čím dál víc nabídek od soukromých investorů i vlády jednotlivých států na stavbu podobných parků i v jiných částech USA.

Zatímco veřejně se koncentroval na rozvoj svého kalifornského parku, osobně už v utajení zadal vypracovat studii proveditelnosti obdobného parku na východoamerickém pobřeží. Vystavly však pochybnosti, zda pro údajně sofistikovanější východoamerické obyvatelstvo budou dost dobré jednoduché zážitky, jež uspokojovaly kalifornské publikum. Na olympiádě 1960 ve Squaw Valley se Disney dozvěděl, že v roce 1964 a 1965 má New York hostit Světovou výstavu EXPO při příležitosti oslav 300. výročí založení Velkého jablka.

Walt si uvědomoval, že pokud by se dokázal zapojit do organizace newyorské výstavy, přineslo by mu to celou řadu výhod. Mohl by rozluštit rostoucí

strachy z předjímané východoamerické zdrženlivosti vůči jeho typu zábavy, mohl by vytvořit nové – a vysoce seriózní – atrakce, jež by po skončení výstavy pokračovaly v jeho Disneylandu, mohl získat bezplatnou publicitu. A zejména, mohl si přijít k tolik potřebným zdrojům na výzkum a vývoj. Tento poslední bod se stával čím dál naléhavějším, jelikož postupné technologické zaostávání jeho kalifornských atrakcí významně dusilo opakovanou návštěvnost Disneylandu.

### Magic Skyway

Jednou ze společností, s níž Walt jednal, byli General Motors, kteří se na EXPO nadšeně chystali s vlastním obrovským pavilonem Futurama a Disneyho asistenci nepotřebovali. Walt se obrátil na Ford, kde na jeho návrhy slyšeli. Dohodl se s nimi na výstavbě obrovského pavilonu Ford Wonder Rotunda obsahujícího spoustu nástěnných maleb, vnitřní zahradu či speciální orchestr složený výhradně z autosoučástek. Hlavní atrakcí Fordova pavilonu byla okružní jízda na dráze nazvané Magic Skyway v posledních modelech kabrioletů značky. Nikdo je nepotřeboval řídit, auta se samočinně pohybovala po okruhu rychlostí asi 12 km/h.

Ford pro účely výstavy dodal 160 sériových aut, kompletně vykuchaných a vybavených rádiem s nahraným komentářem okružní jízdy pavilonem v šesti jazycích. Záhy však vyvstal vážný problém: jelikož každý jinak vážící model obsazený pasažérem rozdílné hmotnosti nabíral na okružní dráze jinou rychlost, docházelo k nevyhnutelným kolizím. V prvních dnech výstavy musel Ford narychlo v pavilonu zprovoznit opravářskou dílnu kamuflovanou jako součást atrakce. Svízel nakonec vyřešil sám Disney: při návštěvě Fordovy továrny si všiml dopravního pásu na těžké autosoučástky – netrvalo dlouho a Magic Skyway Fordova pavilonu byla přestavěna tak, že jednotlivé vozy se už nemusely pohybovat po vlastních kolech, nýbrž byly unášeny pomocí dopravníka a jednotlivé rozeztupy zůstávaly po celou trasu dvanáctiminutové jízdy konstantní. Stejný typ zařízení dodnes přepravuje návštěvníky na řadě atrakcí v Disney parcích, například ve strašidelném domě Haunted Mansion.

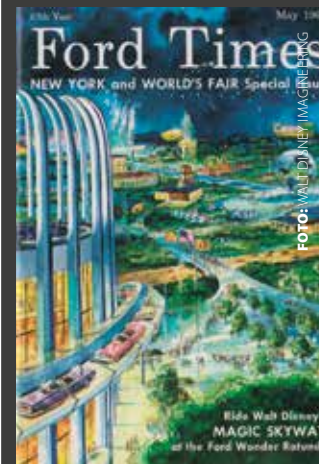
### The Carousel of Progress

Firmě General Electric Walt nabídl svůj odložený koncept robotických figurín

z neuskutečněného Edison Square projektu. Zabalil jej do nápadu kruhového divadla s otáčejícím se hledištěm pod názvem The Carousel of Progress, Kolotoč pokroku. Scéna asi dvacetiminutového představení byla rozdělena na čtyři části; v každé byla vyobrazena domácí pohoda stejné rodiny v rozdílných časech – v roce 1890, 1920, 1940 a v tehdejší současnosti (1964). Těžištěm show byla demonstrace technologického pokroku na elektrospectrebičích od GE. Kolem kruhové scény se otáčelo šestidílné hlediště, každá sekce pro 250 lidí (čtyři pro představení, pátá pro příchod a šestá pro odchod publika). Každou hodinu tak show s dokonalou reklamou na výrobky od GE shlédlo téměř 4 tisíce lidí.

GE si koncept Waltova projektu zamilovala a zaplatila si u něj vývoj tohoto odvážného řešení. To se povedlo a na světové výstavě působilo senzaci. Do pavilonu GE Progressland se stály hodinové fronty, přičemž Waltův nápad s hledištěm dokázal odbavovat zdaleka největší počty návštěvníků bez sebe-menšího prostroje. Z šesté odchozí sekce publikum pokračovalo po pohyblivém pásu do vrchní části pavilonu, kde společnost GE prezentovala budoucnost na technologických demonstračních získávání energie ze slunce a atomu.

Podrobněji se o Kolotoči pokroku zmiňuju záměrně – jde o instalaci, která odráží pravděpodobně nejvíc autorovy osobnosti ze všech kdy postavených atrakcí; Walt Disney se sám osobně podílel na většině výrobních procesů. Na výstavě EXPO se platilo základní vstupné \$2, mnoho pavilonů vybíralo další vlastní vstupné. GE Progressland byl však zdarma a v kombinaci s ve své době pionýrským technickým řešením divadla se z této show stala nejpopulárnější štace na celém veletrhu. Společnost GE doká-





ZPRAVA WALT DISNEY, RAKUŠAN SCHRÖLL - MAJITEL SUGAR BOWL, WALTOVA DCERA DIANE A MANŽELKA LILLIAN

zala představit spektrum svých výrobků více než 40 tisícům svých potenciálních zákazníků denně, veletrh trval od jara do podzimu po dva roky.

Na konci veletrhu Walt požádal Ford i GE o odměnu milion dolarů za propůjčení svého slavného jména v jejich pavilonech. Obě spokojené firmy okamžitě souhlasily a Walt obratem tyto sumy nabídl stejným společnostem zpět jako úhradu přepravních nákladů, aby se rozebrané atrakce převezly přes Ameriku do jeho Disneylandu. Ford nicméně odmítl a Waltovu Magic Skyway už svět od té doby nespátřil. Nadšená GE nabídku přijala a The Carousel of Progress se odstěhoval do Anaheimu, kde ve stejné podobě za GE sponzorství pokračoval v provozu a stal se jednou z nejdéle běžících divadelních show v historii Disney parků. Walt byl do této atrakce beznadějně zamilovaný a prohlásil, že Kolotoč pokroku se v Disneylandu nesmí nikdy přestat točit. Začátku provozu se ale Walt nestihl dožít. Kolotoč byl zprovozněn v roce 1967, v roce 1973 pak společnost GE požádala o přestěhování atrakce do nově otevřeného floridského komplexu, trahajícího rekordy návštěvnosti. Tam začal fungovat

v sekci Magic Kingdom od roku 1975 a je v provozu dodnes. Poslední, čtvrtou scénu, vyobrazující soudobé technologie, bylo nutno už pětkrát přepracovat – naposledy v roce 2011.

### Small World

Prakticky vzápětí po úspěšné olympiádě v roce 1960 začali v Disney studiích pracovat na třech instalacích pro světovou výstavu – Fordův Magic Skyway, GE Progressland a ještě na robotické figuríně prezidenta Lincolna pro pavilon státu Illinois. Práce byly po celou dobu připrav vesměs ve skluzu, Lincolnův robot dokonce o několik týdnů nestihl slavnostní otevření události v dubnu 1964. V létě 1963 si navíc vzpomněla Pepsi-Cola, dlouholetý věrný partner Disneylandu, že by potřebovala nějakou atrakci pro mezinárodní pavilon UNICEF, který sponzorovala. Narychlo si sjednali schůzku v Disney parku, Walt tehdy nebyl přítomen. Zástupci v Disneyho firmě však Pepsi odmítli, že už takhle své tři instalace nestihají. Když se o tom Walt dozvěděl, zrudnul vzteky a donutil manažera, aby hned Pepsi vzkázal, že pro ni atrakci Walt osobně zařídí.



WALT PŘEDSTAVUJE SVĚTU SVŮJ LYŽARSKÝ PROJEKT, JEHOŽ SE NEDOŽIL. V ASPENU A VAILLU SI MOHLI ODDYCHNOUT

V časové tísni tak vznikla nejzamilovanější a současně – jak to tak bývá – nejvzlejší atrakce v historii Disney parků, jež nechýbí ani v jednom z nich: devítiminutová lodní cesta kolem světa It's a Small World. Zprvu měla při plavbě loďkou hrát v příslušném místě hymna dané země; záhy se ukázalo, že výsledkem je nesmyslný hlomoz. UNICEF vyžadoval jednoduchou melodii, okamžitě zapamatovatelnou a dostatečně jednoduchou pro malé děti, aby byly schopny zpěvovat si ji na místě. Walt požádal bratry Shermanovy, kteří právě končili práce na centrální skladbě pro jeho Kolotoč pokroku. Ti přišli s jednoduchým popěvkem – když jej poprvé Waltovi hráli, ten si začal okamžitě vytůlkávat do rytmu a v závěru zpíval s nimi. Bylo zjevné, že Waltovi melodie vstoupila do srdce. Po skončení EXPA se atrakce přestěhovala do Anaheimu, a tak stejnou melodii dodnes – po víc než půlstoletí – nemůže dostat většina návštěvníků kteréhokoliv Disney parku hodiny a hodiny ven z hlavy.

Jak se blížilo otevření EXPA, všechny práce v Disneylandu včetně čerstvě rozestavěných Pirátů z Karibiku se zastavily a Walt poslal přes 200 svých lidí do New Yorku, aby tam asistovali při instalaci jeho atrakcí. Když se záhy po otevření výstavy projevila neobvyklá popularita loďek It's a Small World, Walt nařídil přepracovat koncept Pirátů z Karibiku, do té doby pěší atrakce, na lodní variantu. Posléze též změnil do té doby statické voskové postavy pirátů na robotické – díky vývoji technologie stejného typu figurín pro Kolotoč pokroku, jež zafinancovala GE.

Celkově newyorské EXPO, s téměř 200 pavilony největší světová výstava historie, skončilo finančním fiaskem. Ne však

pro Disneyho: silné firmy mu zafinancovaly vývoj několika technologií, jeho instalace po skončení výstavy putovaly do anaheimského Disneylandu, kromě Fordovy – z té však zaplacený vývoj pojezdového mechanismu vozíků používá dodnes několik Disneyových provozů,

### Nejšťastnější místo na Zemi

bylo postaveno přesně za 365 dní, první platící návštěvník získal doživotní volný pas. Park ročně navštíví přes 15 milionů lidí. Walt nikdy neměl rád ty dny v prázdninové špičce, kdy Disneyland praskal ve švech. Vždycky tvrdil, že s největší návštěvností park ztrácí peníze. Málokdo jej chápal, proto Walt pokračoval: „Lidi chodí do Disneylandu utrácet, ne stát fronty. V nich se utrácet nedá!“

Každý z 20 tisíc zaměstnanců nosí uniformu se svou jménovkou, svou vizitku mají i koně zapřažené za kočáry nebo kozy na Big Thunder Ranch. V parku se už od Waltových časů dbá na úzkostlivou čistotu, kterou se snaží udržovat na tisíc uklízečů; ti každý týden objeví mj. asi 300 ztracených mobilních telefonů. Na promenádě jsou z okolních krámků a gastro stánků přes ventilátory vypouštěny vůně vanilky, o Vánocích pak pepermintu (stejný trik se zavedl i ve vaileských střediscích).

V roce 1995 při 40. výročí založení Disneylandu zakopali na nádvoří zámku Šípkové Růženky zabezpečené časové pouzdro s mnoha současnými artefakty parku. Poklad bude vykopán při 80. výročí v roce 2035.



VSTUPENKA NA OTEVÍRACÍ DEN V LOSANGELESKÉM DISNEYLANDU

například strašidelný dům Haunted Mansion, původně projektovaný opět jako pěší atrakce. Doslova nevyčísitelnou hodnotu měla bezplatná reklama na Disneyland pro miliony návštěvníků výstavy – přes 90 % z nich navštívilo alespoň jednu Disneyho atrakci. Na konci EXPA nabídl jeho prezident Waltovi celou plochu výstaviště v newyorském Flushing Meadows pro jeho nový východopobřežní Disneyland, o němž už běhaly zvěsti. Walt zdvořile odmítl. Sice si potvrdil, že i lidi na východě Států nebudou nad Disneyho stylem ohrnovat nos, vadilo mu však chladné počasí severně situovaného New Yorku. Pokud kdy na východě Disney postaví park, musí to být v pohodlně teplém klimatu.

## Disney East

Poté, co se potvrdil úspěch anaheimského Disneylandu, bylo jen otázkou času, kdy dojde na jeho východoamerickou verzi. Walt často prohlašoval, že nesnáší pokračování a nechce se nikdy opakovat; byl názoru, že zkoušet duplikovat nějaký existující úspěšný model je známka lenosti a nedostatku invence. Proto jakákoliv představa o novém Disneylandu vždy vycházela z premisy, že nepůjde o prostou repliku kalifornského parku. Walta vždy deštalo motely a restauracemi upané bezprostřední okolí Disneylandu a věděl, že pokud kdy půjde na východ, bude muset stavět na o mnoho rozlehlejší prostor. Jednak kvůli eliminaci náplavy přživujících se podnikavců, jednak měl v hlavě spoustu nových snů o nových atrakcích, vyžadujících si své místo. Jak snil Walt Disney celý svůj život velké sny, tentokrát byly gigantické: zahrnovaly i vlastní letiště, průmyslový park s kompletní obslužnou infrastrukturou, dokonce celé vlastní město.

Plánovat východoamerický park začal Walt v roce 1959. Chtěl jej sice mít na východě, ale ne blízko vlastního pobřeží, aby se vyhnul konkurenci mořských pláží. Po špatných zkušenostech se spekulanty v Kalifornii podnikal veškerý průzkum v nejvyšším možném utajení. Jakmile se v roce 1963 rozhodli pro floridské Orlando, Disneyův právník Robert Foster začal pod falešným jménem Robert Price skupovat obrovské lány pozemků. V létě 1965 začaly o projektu psát místní noviny The Orlando Sentinel a ceny blízkých ploch vylétly ze \$180 za akr na desetinásobek. Poslední pozemky Disney pořizoval za \$80 tisíc na každý akr. Na podzim 1965 Walt na tiskové konfe-

renci své plány na výstavbu nového Disney Worldu – jak se měl park jmenovat – oficiálně potvrdil.

Nikdo však netušil, že Walt vstupuje do posledního roku svého života. Otevření Disney Worldu se nedočkal – zemřel na rakovinu plic 15. prosince 1966. Jeho bratr Roy se po události vrátil z odpočinku do firmy a převzal vedení společnosti za účelem přinejmenším dotáhnout floridský megaprojekt, jímž Walt žil. Na bratrovu památku Roy přejmenoval rozestavěný park na Walt Disney World.

Waltův poslední a nejtroufalejší sen měl jméno Epcot – The Experimental Prototype City Of Tomorrow, město budoucnosti. Považoval jej za zdaleka nejdůležitější část celého floridského projektu. Dokonce i na nemocniční posteli, jež se stala jeho smrtelnou, neúnavně vysvětloval všem návštěvám detaily a společenský význam své vize. Epcot nakonec vyrostl šestnáct let po Waltově smrti – avšak jen jako další disneyovská atrakce v řadě, na hony vzdálený původním smělym plánům vizionáře Waltera Eliase.

Bezprostředně po Waltově smrti se celý projekt Epcot centra zastavil. Hlavním problémem bylo, že nikdo pořádně netušil, co a jak minil Walt realizovat; zbyly po něm jen poznámky, skeče a jednoduché modely. Ty sice ukazovaly vnější tvary objektů, nevysvětlovaly však, jak má vše uvnitř fungovat. Z orlandského Walt Disney World se během krátkého času stala nejrozsáhlejší a nejnavštěvovanější zábavně rekreační oblast planety. Dnes má rozlohu větší než 100 km<sup>2</sup>, zaměstnává přes 70 tisíc lidí a mj. zahrnuje i vlastní rezidenční město Celebration – první komerční město planety postavené pro ty, kteří Disneyův svět nechťejí nikdy opustit.

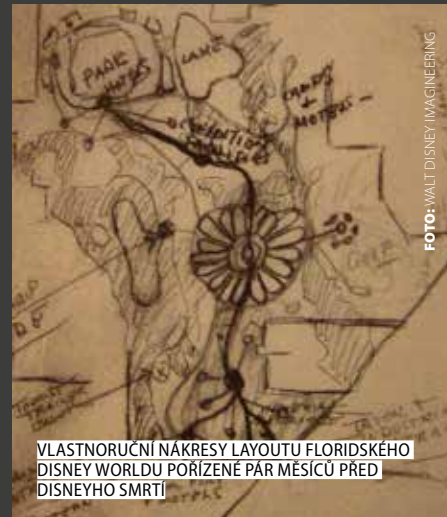
## Mineral King

Jednou z Waltových sportovních vášní bylo lyžování. V roce 1938 jej vyhledal rakouský imigrant a lyžařský šampion Hans Schroll a ukázal mu panenskou oblast nedaleko kalifornského Lake Tahoe, dnešní Sugar Bowl. Přesvědčil Disneyho, aby se stal v novém skiresortu investorem. Za Disneyho peníze tam pak postavil lyžařskou chatu a po Waltovi pojmenovanou sedačkovou lanovku obsluhující hlavní kopec Mt. Disney.

V roce 1958 točil Disney ve švýcarském Zermattu film The Third Man On The Mountain a zamiloval si známou scenérii. Koupil pohlednici a poslal ji svým vývojářům do Kalifornie

se strohým vzkazem: „Tohle postavte.“ (Rok nato v anaheimském Disneylandu otevřeli věrnou napodobeninu Matterhornu v poměru 1 : 10 s umělými stromy a vodopádem, na vrcholku posázenou skleněnými kuličkami pro věrnější ledovcový dojem. Bobovou horskou dráhu vedoucí skrz naskrz horou obsluhuje personál v bavorských krojích, hovořící s německým dialektem.) Walt se začal tamních Švýcarů vyptávat, jak se lyžařský resort provozuje, jak byl Zermatt naplánován, jak se tam starají o hosty. Rychle nabyl přesvědčení, že kdyby podobný provoz vlastnil, dokázal by vše navrhnout a zorganizovat mnohem líp.

Pár let nato, když byl Walt přizván jako klíčová osobnost do pořadatelského týmu zimní olympiády ve Squaw Valley, potkal se tam s bavorským expertem Willy Schaefferem. Ten později začal prozkoumávat jednotlivé západoamerické lokality pro Disneyho nový horský resort. Do úzkého výběru se dostal kalifornský Mammoth a několik míst v San Bernardinu poblíž Los Angeles. Nakonec si však Walt vybral nejscéničtější místo ze všech, asi 12 km dlouhé



VLASTNORUČNÍ NÁKRESY LAYOUTU FLORIDSKÉHO DISNEY WORLDU PORÍZENÉ PĀR MĚSÍCŮ PŘED DISNEYHO SMRTÍ

FOTO: WALT DISNEY IMAGINEERING

údolí Mineral King ze tří stran vklíněné do světoznámé rezervace Sequoia Park. Schaeffer Waltovi potvrdil, že oblast umožní excelentní lyžování, a jak už to měli navčičeno, Disneyho společnost začala potají na zakamuflovanou identitu skupovat veškeré tamní pozemky, na které dosáhla.

V roce 1965 státní Lesní správa, pod jejíž jurisdikci území spadalo, vyhlásila tendr na využití oblasti pro rekreační účely. Požadovala investici \$3 mil. Přihlásilo se celkem šest uchazečů – pět z nich nabídlo požadované tři miliony, šestý Walt Disney ukázal, jak vážně to se skiresortem míní: nabídl \$35 mil. Místo mu bylo na 30 let pronajato.

## Vnucená perspektiva

je jedním z řady optických triků hojně používaných ve všech Disney parcích. Prakticky všechny stavby jsou postaveny ve zmenšeném poměru 80/60/40; tzn. přízemí s interiéry obchodních provozoven je postaveno do 80 % běžné výšky, první patro (využívané pro kanceláře a privátní pokoje) do 60 %, vrchní patro (sklady) do 40 %. V adekvátně zmenšeném poměru jsou vyhotoveny i všechny stavební prvky, třeba oken či viditelných spárování cihel. Objekt se tak jeví mnohem vyšším, než ve skutečnosti je. Stejný vizuální trik je použit i na replice Matterhornu (včetně například progresivně zmenšovaných umělých stromů) a samozřejmě na zámku Šípkové Růženky. Ten je vysoký těsně pod 60 metrů (hranice, kdy by musel být použit letecký maják, jenž by atrakci znehodnotil) – přičemž pohádková pevnost vytváří dojem stometrových věží.

Učebnicově nenápadné užití vnucené perspektivy lze vysledit i na replice Eiffelovky v Epcot parku ve floridském Walt Disney World. Aby byl vyvolán dojem původní třístametrové výšky, maketa je postavena ve zmenšeném 1/10 poměru tak, že pohled na ni je umožněn jen z dálky. Jelikož v Disneylandu se nikdy nearanžuje nic, co není vidět, je postavena jen její viditelná vrchní část. Na stavbě jsou použity akustické i aromatické prostředky na plašení ptáků – pokud by si totiž na Eiffelovku nějaký pták sedl, pokazil by optický vjem tím, že by vypadal jako monstrum z hororu.

Specifickými zvuky z reproduktorů se ptáci ruší i u většiny venkovních restaurací všech Disney parků. Každý z parků vypustí ročně až půlmilion přirozených nepřítel hmyzu, například berušek, požírajících larvy komárů a další dotěrné havičty. Záměrně jsou v parcích chovány stovky divokých koček, aby držely na uzdě populační křivku hlodavců. Mickey si musí dávat majzla.

Walt plánoval nepustit auta dál než na začátek údolí – posledních 22 km by návštěvníky od podzemních parkovišť vozila zubačka, kterou viděl v Zermattu. Považoval za důležité, aby údolí nebylo znečištěno atmosféricky ani vizuálně.

V září 1966 uspořádal Walt spolu s místním guvernérem tiskovou konferenci, na níž oznámil vybudovat velkolepý, k přírodě šetrný celoroční resort, jaký Amerika ještě neviděla. Mluvil o rekreačním dobrodružství pro každého, o výzvě pro pokročilé lyžaře i přívětivých terénech pro začátečníky, o staromódně tradičních rodinných výletech, studentech divoké přírody, o rybaření v horských potocích, o Kempování. O „perfektním místě pro každého, kdo chce utéct z města

nadýchat se čerstvým, osvěžujícím horským vzduchem“. Něco však nesedělo. Novináři si všimli Waltovy neobvyklé chatrnosti, která naznačovala jediné. Šlo o jeho poslední veřejné vystoupení. Za čtvrt roku už nebyl.

Plánování skiresortu Walterova smrt nezastavila. Mnoho lidí překvapil rozsah horského projektu; zatímco původní představy státních lesů počítaly s ubytováním asi stovky lidí a parkovištěm pro 1 200 aut, Disneyho záměry byly mnohem velkorysejší: 7 200 postelí a 3 600 parkovacích míst s tím, že výhledově projekt směřoval k dvacetitřicetidenní návštěvnosti střediska. Až 14 zamaskovaných lanovek mělo obsluhovat celkem 6 kotlin s převýšením přes 1 000 m, v plně

### Petr Fejk

Je výkonným manažerem na tuzemské poměry údajně obřího turistického volnočasového projektu Park Orbis Pictus, zatím víceméně v utajeném režimu. Ať chce či ne, nekončícímu srovnávání s Disneylandem jeho projekt nejspíš neunikne. Jaký má vztah k Disney fenoménu Petr Fejk osobně?

#### Pojem Walt Disney vyvolává lidem různorodou škálu konotací. Jak vnímáte odkaz Walta Disneyho vy sám?

WD byl vizionář, který nejenže dokázal svůj sen stvořit, ale udělal z něj nový žánr, nadčasový fenomén. To nelze neobdivovat. Navíc dosáhl špičkové provozní kvality, čehož si jako člověk, který 13 let řídil pražskou zoo, cením neméně. Především je ale WD pro mě výzva k odvaze. Nebát se riskovat, zůstat sám sebou, vymýšlet a zkoušet věci, které ještě nikdo nezkusil. V tomto smyslu jsme ze stejného těsta.

#### Před rokem jste v DTV prohlásil, že Disneyland je tuzemské mentalitě cizí a pravděpodobně by tu neuspěl. Co jste tím konkrétně mínil?

Disneyland je už desítky let typickým produktem amerického zábavního průmyslu. Nejen ekonomicky, ale i mentálně je trochu jinde než česká volnočasová realita. Nic podobného u nás není a Češi zatím neumí do zábavních parků chodit. Dílem jsou tímto světem oslněni, dílem jím pohrdají, celkově je jim však fuk. Proto kdo v Čechách dokáže vybudovat první velký zábavní park, do značné míry definuje místní styl a vkus tohoto žánru. Pokud to bude náš projekt, je naší velkou ambicí nepřinést pouhý implantát, který vymyslel jinde někdo jiný, ale uspět s vlastní kreativitou a citem pro místní publikum a jeho mentalitu, samozřejmě při dodržení určitých obecně platných zákonitostí tohoto podnikání. I z marketingového hlediska si myslím, že Češi ochotněji přijmou za svůj park, který cílí přímo na ně, než nadnárodní produkt, ze kterého cítí spíše byznys. Namísto velkých šou a oslnivých kulis tu více zabuduje tvořivost, humor a rodinná, nefalšovaná přátelská atmosféra. Toto zadání je navíc mnohem efektivnější. Disneyland by se v podmínkách českého trhu určitě neuzivil.

#### Nevím, nakolik můžete či chcete prozradit tematické zaměření POP. Pro jistotu záložní žánrová otázka: kdybyste si mohl vybrat a financování ani nic dalšího nebylo limitem, jaký tematický park byste v tuzemsku postavil, aby šlo o stále smysl dávající byznys propozici s udržitelným provozem? A jaká návštěvnost je podle vás v POP realistická?

Já mám naopak limity rád. Úspěch je vždy především o citu pro míru věcí, sladění vašich představ s realitou, včetně limitů. Proto park, který nyní připravujeme, je přesně takový, o jakém sním. Kreativní, vkusný, přátelský, provozně i vzhledově vycíhaný do nejmenšího detailu. Orgastický pro děti a atraktivní i pro jejich rodiče bez rozdílu. Park natolik jiný, že v něm lidé zapomenou na běžný svět a stráví se svou rodinou šťastný, bezstarostný den. Myslím, že poptávka po něčem takovém tu stále roste. Samozřejmě musí jít zároveň o park finančně udržitelný. Náš projekt potřebuje ke svému přežití 1 milion návštěvníků ročně.



NEDLOUHO PŘED SVOU SMRTÍ WALT ZVEŘEJNIL ZÁMĚRY O FLORIDSKÉM PARKU. ZLEVA WALT, FLORIDSKÝ GUVERNÉR A WALTŮV BRÁTR ROY, JENŽ SE PO WALTEROVĚ SMRTI UJAL VEDENÍM IMPÉRIA A POSTARAL SE O REALIZACI FLORIDSKÉHO PROJEKTU

FOTO: WALT DISNEY IMAGING

soběstačné umělé vesnici s kompletní infrastrukturou v podzemí by byly hotely, deset různých typů restaurací, kaple, bazény a kluziště. Skiareál by umožňoval lyžování mezi největšími strohy na planetě.

Smrtícím problémem celého projektu se ukázala být nutnost postavit ke středisku novou dálnici, jejíž asi 12 kilometrů by muselo být prokáceno skrz rezervaci Sequoia Park, do níž je území Mineral King vklíněno. Jakmile byla tato část projektu zveřejněna, netrvalo dlouho a přičiněním známé ekologické neziskovky Sierra Club skončila kauza u soudu. Ten se táhl déle než dekádu a Disney společnost s narůstajícím časem a současně slábnoucí podporou veřejnosti začala o skiresort ztrácet zájem. Finální tečku za projektem udělal americký Kongres, když v roce 1978 včlenil celé území do Sekvojové rezervace a v přípisě zákona dokonce doslovně zakázal jakékoli stavby pro sjezdové lyžování.

Lidé ze Sklarova WDI týmu tvrdili, že kdyby Walt dál žil, už jen silou vlastního odhodlání by stavbu skiresortu prosadil. Kdyby se tak stalo, Mineral King by pravděpodobně nastolil standardy pro budoucí podobu lyžařských středisek. Podobu do neznámé míry – avšak nepochybně – jinou, než jakou ji vnímáme dnes. Mimochodem, barevný model značení obtížnosti lyžařských tratí pochází z Disneyho hlavy. Nejspíš i jako poctu Waltově neuskutečněnému lyžařskému snu otevřeli v roce 1995

v orlandském Walt Disney Worldovní svět v designu zasvězeného kopce Blizzard Beach, obsluhovaného sedačkovou lanovkou (více na mém blogu, vyhledávací fráze Blizzard Beach).

#### Odkaz nám všem

Před Disneylandem žádný tematický park neexistoval. Koncept vymyslel Walt Disney, aby svůj projekt odlišil od běžných zábavních parků. Žánrem Disneylandu byl sám Walt Disney. Po Disneylandu se jak houby po dešti začaly klubat desítky, stovky různých kopií. V Las Vegas měl dokonce vzniknout Bible Land s horskou dráhou nebesy, vozíky v designu obléčků a obsluhou v převleku andělů. Plejáda jiných pseudotematických parků vznikla a brzy skončila – zejména proto, že byly vyprojektovány a otevřeny prvoplánově pro peníze. Walt Disney už měl vyděláno, když se do svého snu pustil. Jeho motivací byla ryzí láska.

Rekreačně lyžující amerikanofil, expert na marketing horských středisek. Bloguje na Kovboj.cz.

TOM ŘEPIK



#### → PŘÍŠTĚ:

**Bez vody to nepůjde**  
Dosud šlo o to, co střediska provádí přírodě. Odteď může jít o to, co příroda začne oplácet skiareálům.