

VYCHÁZÍ VÝKLADOVÝ SLOVNÍK CESTOVNÍHO RUCHU

Těto upoutávce jsem chtěl dát původně titulku „Boží věc za hubičku“, ale pak jsem si to rozmyslel. Jednak proto, aby bylo hned z titulku vidět, o co jde, jednak z toho důvodu, že když se někde něco nabízí opravdu „za hubičku“, vzniká lehce podezření, že jde o šunt. To bych chtěl hned v úvodu vyvrátit, a tak vám pravím, že Výkladový slovník cestovního ruchu, jehož vydavatelem je Ministerstvo pro místní rozvoj, autorů Josefa Zelenky a Martiny Páskové, je dobrý, přitom levný a že všichni, „jichž se to týká“, by měli nastražit uši.

Slovník měl velmi krátké prenatální období – v letech 2001 – 2002 a na jeho vzniku se podepsalo Ministerstvo pro místní rozvoj, které chtělo přispět k ustálení terminologie cestovního ruchu a touto kodifikací přispět rovněž k uznání cestovního ruchu jako důležitého ekonomického odvětví. Znáte to – věc neexistuje, pokud ji nepojmenujete. Prapůvodně mělo jít o velmi skromnější metodickou příručku. Jenže oba autoři jsou známí tím, že nejsou zvyklí dělat věci polovičatě. Podkladový materiál se rozrůstal a bobtnal. Vzhledem k tomu, že cestovní ruch je odvětví mezioborové, což mimo jiné znamená, že téměř všechno souvisí se vším, vyskytla se potřeba tyto elementy usouvztažnit. Některá hesla si přímo říkala o vyobrazení. A tak postupně vzniklo plnohodnotné dílo, první svého druhu napsané a vydané v češtině.

„První pohled na mohutnost slovníku může snad ve čtenáři vyvolat pocit, že v zahlcení přemírou vyložených termínů a především jejich doposud neznámých významů pro něj spletitost terminologické džungle nabude rozměrů nepochopitelného chaosu,“ píší autoři v předmluvě. „Množství termínů, jejich předmětová struktura, vzájemná propojenost a někdy i hloubka výkladu jejich významu však přirozeně vyplývá z našeho pojetí cestovního ruchu. Chápeme jej totiž jako výrazně průřezový, dynamický a vysoce komplexní sociální jev mezioborového charak-

teru. Vedle interdisciplinarity je základní charakteristikou našeho výkladu důraz na hledání a objasňování souvislostí podle našeho názoru neoddělitelných sfér lidského života“, vysvětlují autoři a dodávají, že teoretický výklad prokládali praktickými příklady a textovou formou výkladu pro lepší názornost proložili grafickou formou a zejména množstvím fotografií.

Ve své recenzi slovníku píše RNDr. Jiří Vystoupil z Masarykovy university v Brně: „Na 450 stranách s přibližně 3 000 hesly se čtenáři seznámí nejen se základními definicemi cestovního ruchu, s jeho druhy a typy, ale také s výkladem jeho současných marketingových technik, s geografickým rozšířením hlavních turistických destinací a atraktivit, v neposlední řadě také s mezinárodní organizační strukturou cestovního ruchu. Za přínosnou lze také považovat snahu autorů o zavádění českých ekvivalentů z oblasti nových technik marketingu a organizace cestovního ruchu u nás doposud jen málo známých termínů.“

Výkladový slovník cestovního ruchu od Josefa Zelenky a Martiny Páskové stojí 150,- korun českých. Cena odpovídá výrobním nákladům, protože slovník nebyl napsán za účelem zisku. Takže zcela na závěr mi nezbyvá, než abych tu ocitoval kousek ze své recenze tohoto díla: Terminologie v cestovním ruchu se neustále vyvíjí a z toho důvodu v ní mají často zmatek i profesionálové. Natož pak úředníci, kteří rozvoj cestovního ruchu dostanou do popisu práce. Proto jsem přesvědčen, že bude velmi užitečný nejen pracovníkům ve státní

správě, ale také na školách cestovního ruchu a příbuzných oborů, v profesních sdruženích a výcvikových střediscích, o médiích, překladatelích a tlumočnících nemluvě. Popravdě řečeno si myslím, že by jej měl mít na polici po ruce každý, kdo má s cestovním ruchem co do činění a kdo si nechce plést Dalmácií s decimálkou.

Dean Valášek

Výkladový slovník cestovního ruchu si můžete objednat výhradně na adrese: Ústav územního rozvoje, Jakubské nám. 3, 601 00 Brno, pí. Černá, tel. 05/42 32 12 12. K ceně 150,- Kč bude připočítáno poštovné. K objednávce můžete použít i dopisnici, kterou najdete v zadní části našeho časopisu.

Poznámka redakce:

Stejná recenze vychází v červencovém čísle časopisu COT Business

