

Mladá veda

Young Science

Špeciálne vydanie

Mladá veda

Young Science

MEDZINÁRODNÝ VEDECKÝ ČASOPIS MLADÁ VEDA / YOUNG SCIENCE

Január 2014 (číslo 1, špeciálne vydanie)

Ročník druhý

ISSN 1339-3189

Kontakt: info@mladaveda.sk, tel.: +421 908 546 716, www.mladaveda.sk

Fotografia na obálke: Jarný Prešov 2012. © Branislav A. Švorc, foto.branisko.at

REDAKČNÁ RADA

doc. Ing. Peter Adamišín, PhD. (Katedra environmentálneho manažmentu, Prešovská univerzita, Prešov)

doc. Dr. Pavel Chromý, PhD. (Katedra sociálnej geografie a regionálneho rozvoje, Univerzita Karlova, Praha)

doc. PaedDr. Peter Čuka, PhD. (Katedra cestovného ruchu, Slezská univerzita v Opavě)

prof. Dr. Paul Robert Magocsi (Chair of Ukrainian Studies, University of Toronto; Royal Society of Canada)

Ing. Lucia Mikušová, PhD. (Ústav biochémie, výživy a ochrany zdravia, Slovenská technická univerzita, Bratislava)

doc. Ing. Peter Skok, CSc. (Ekomos s. r. o., Prešov)

prof. Ing. Róbert Štefko, Ph.D. (Katedra marketingu a medzinárodného obchodu, Prešovská univerzita, Prešov)

prof. PhDr. Peter Švorc, CSc., predseda (Inštitút histórie, Prešovská univerzita, Prešov)

doc. Ing. Petr Tománek, CSc. (Katedra verejnej ekonomiky, Vysoká škola báňská - Technická univerzita, Ostrava)

REDAKCIA

Mgr. Richard Nikischer (Sociologický ústav Akadémie vied ČR, Praha)

Mgr. Branislav A. Švorc, šéfredaktor (Katedra turizmu a hotelového manažmentu, Prešovská univerzita, Prešov)

PhDr. Veronika Trstianska, PhD. (Ústav stredoeurópskych jazykov a kultúr FSS UKF, Nitra)

Mgr. Veronika Zuskáčová (Geografický ústav, Masarykova univerzita, Brno)

VYDAVATEĽ

Vydavateľstvo UNIVERSUM-EU, s. r. o.,

www.universum-eu.sk, Javorinská 26, 080 01 Prešov, Slovensko

© Magazín Mladá veda / Young Science. Akékoľvek šírenie a rozmnožovanie textu, fotografií, údajov a iných informácií je možné len s písomným povolením redakcie.

VYUŽITIE POVESTÍ A LEGIEND V CESTOVNOM RUCHU AKO SEKUNDÁRNY DETERMINANT ROZVOJA REGIÓNU CESTOVNÉHO RUCHU

USE OF TALES AND LEGENDS IN TOURISM AS A SECONDARY
DETERMINANT OF REGIONAL DEVELOPMENT OF TOURISM

Kristína Šambronská¹

Autorka pôsobí ako odborná asistentka na Katedre turizmu a hotelového manažmentu Fakulty manažmentu Prešovskej univerzity.

Abstract

Legends and rumors have impact on tourism in some way. This effect can be used for development of tourism. The aim of the article is to highlight the importance of legends and rumors in tourism guide work and their subsequent impact on development of the area.

Key words: tourism, guide, attractiveness, interpretation, legends

Abstrakt

Legendy a povesti určitým spôsobom vplyvajú na cestovný ruch a tento vplyv je možné využiť v prospech rozvoja cestovného ruchu. Cieľom článku je poukázať na význam legiend a povestí v práci sprievodcu cestovného ruchu s ich následným vplyvom na návštevnosť danej oblasti.

Kľúčové slová: cestovný ruch, sprievodca, atraktivita, výklad, legendy

Úvod

Legendy, povesti, mýty či akákoľvek záhada vyvoláva v ľuďoch pocit tajomna, neznáma, láka na objavenie, vyvoláva túžbu vidieť dané miesto na vlastné oči. Každá oblasť, región, miesto, môže byť niečím zaujímavé, môže ponúknuť návštevníkovi možnosti trávenia voľného času na kratšiu alebo dlhšiu dobu. Dôležité je identifikovať zaujímavé atraktivity, vytvoriť správny produkt a vedieť ho návštevníkovi ponúknuť. Celý proces týmto nekončí. V preplnenom trhu cestovného ruchu je potrebné ponúknuť nielen kvalitné služby, tie považuje návštevník za štandard, ale aj niečo navyše. Upútať pozornosť návštevníka, vtlačiť mu pečať originality navštívenej oblasti a tým ju jasne odlíšiť od iných navštívených miest je možná aj vhodnou

¹ Adresa pracoviska: Ing. Kristína Šambronská, PhD., Prešovská univerzita, Fakulta manažmentu, Katedra turizmu a hotelového manažmentu, Konštantínova 16, 080 01 Prešov. E-mail: kristina.sambronska@gmail.com

prezentáciou ponúkaných atraktivít. V tomto prípade sa do popredia dostáva funkcia sprievodcu cestovného ruchu. Práca sprievodcu je náročná na kondíciu, psychickú pripravenosť, rozsiahle znalosti, verbálny prejav ako aj schopnosť reprezentácie, empatie. To sú základné piliere sprievodcu cestovného ruchu. Vzhľadom na pomerne ľahkú dostupnosť informácií ale aj rôznorodosť podávania informácii súčasnými médiami (hlavne historické spracovania udalostí), robí prácu sprievodcu veľmi náročnou. Jeho úlohou je hľadať a zakomponovať do výkladu čím viac prvkov, ktoré návštevníka upútajú. Cieľom článku je poukázať na význam legiend a povestí v práci sprievodcu cestovného ruchu s ich následným vplyvom na návštevnosť danej oblasti.

Legendy a povesti ako súčasť atraktivít cestovného ruchu

Atraktivity sú poprednými „perlami“ každej oblasti cestovného ruchu. Či už ide o prírodné alebo historické atraktivity. Obzvlášť história býva často zahalená tajomstvom. Odhaľovanie a pátranie po minulosti láka aj do „neobjavených končín“ stále viac turistov. Ochrana kultúrneho a prírodného dedičstva je čím ďalej viac aktuálna, nakoľko má priamu úmeru na ekonomický dopad v oblasti / regióne. Na to aby sme mohli hovoriť o ziskovom a pozitívnom dopade, je dôležité dostať oblasť cestovného ruchu do povedomia jeho potenciálnych návštevníkov. A tu sa dostávame na začiatok. Opätovne im musíme ponúknuť jeho atraktivity a niečo navyše.... to, čo ešte návštevník nevie.

Podľa dokumentu Charta (1999) cestovný ruch má byť nositeľom výhod pre hostiteľské spoločenstvo a zabezpečovať preň významné prostriedky a motivovať ich pre budúce generácie, aby bola zabezpečená starosť a udržanie kultúrneho dedičstva a kultúrnych obyčajou.

Kultúrnym dedičstvom sa na základe Dohovoru o ochrane kultúrnych a prírodných pamiatok (Paríž, 1972) rozumejú:

- monumenty: architektonické diela, diela monumentálnych skulptúr a malieb, archeologické nálezy, nápisy, jaskynné obydlia a kombinácie prvkov, ktoré sú výnimočnou univerzálnou hodnotou z pohľadu histórie, umenia, alebo vedy;
- skupiny budov: skupiny samostatných alebo spojených budov ktoré, kvôli ich architektúre, homogenite alebo miestu v krajine majú výnimočnú univerzálnu hodnotu z pohľadu histórie, umenia, alebo vedy;
- náleziská: diela človeka, alebo kombinácia prírodných a ľudských diel a miesta vrátane archeologických nálezisk, ktoré majú výnimočnú univerzálnu hodnotu z historického, estetického, etnologického alebo antropologického hľadiska (<http://whc.unesco.org/archive/convention-en.pdf>).

Kultúru chápeme ako generátor cestovného ruchu a podnet pre investovanie do cestovného ruchu. „Podľa názoru mnohých odborníkov, kultúra a kultúrno-historické pamiatky priťahujú záujem množstva turistov a opätovne sa stáva na trhu cestovného ruchu hitovým produktom“ (Ďuriček, 2007, s. 68). *Kultúrne pamiatky* sú ako objekt záujmu jedným z hlavných cieľov kultúrnej turistiky popri návšteve kultúrnych podujatí. Základným predpokladom využitia kultúrneho potenciálu pre rozvoj kultúrnej turistiky je udržiavanie objektov a predmetov kultúrneho dedičstva v dobrom stave, ich odborná prezentácia a sprístupnenie čo najširšej verejnosti (Medvecká, 2006).

Prírodné dedičstvo na základe Dohovoru o ochrane kultúrnych a prírodných pamiatok (Paríž, 1972) predstavuje:

- prírodné prvky pozostávajúce z fyzických a biologických útvarov alebo skupín takých útvarov, ktoré majú výnimočnú univerzálnu hodnotu z estetického alebo vedeckého pohľadu;
- geologické a fyziografické útvary a presne vymedzené územia, ktoré vytvárajú biotop ohrozených druhov zvierat a rastlín výnimočnej univerzálnej hodnoty z pohľadu vedy a ochrany;
- prírodné náleziská presne vymedzených prírodných území výnimočnej univerzálnej hodnoty z pohľadu vedy, ochrany alebo prírodných krás (<http://whc.unesco.org/archive/convention-en.pdf>).

Návštevnosť v regióne závisí od primárnej ako aj sekundárnej ponuky cestovného ruchu, významu atraktivít, ktoré región ponúka (lokálna, miestna, národná, medzinárodná), ako aj od ich reálneho stavu a dostupnosti. Pre potreby rozvoja cestovného ruchu je dôležité sumarizovať, že kultúrne ako aj prírodné dedičstvo predstavuje najvýznamnejší potenciál pre rozvoj cestovného ruchu v danom regióne. Stále viac je badateľný trend nielen kvalitnej prezentácie regiónu a jeho atraktivít, no zároveň potreba presadenia sa na vysoko konkurenčnom trhu cestovného ruchu a zaujať návštevníka – turistu ďalšími pridanými hodnotami, ktoré atraktivity ponúkajú. Okrem faktov, nesmieme preto zabúdať na legendy, povesti, ktoré je potrebné oživiť nielen pre domácich a zahraničných návštevníkov regiónu ale aj pre domáce obyvateľstvo.

Výkladový slovník (Kolektív autorov, 2003) pojem „*povešť*“ vysvetľuje ako:

1. rozprávanie (čiastočne alebo celkom vymyslené) viažuce sa na minulosť • rozprávka: povesti, rozprávky o hradoch • poviedka: zbierka poviedok • sága (severská povesť) • bájka (poučne ladená rozprávka): Ezopove bájky • fabula: romantická fabula
2. súhrn názorov o niekom, o niečom, verejná mienka • chýr • meno: mať dobrú, zlú povesť, dobrý, zlý chýr; kaziť niekomu povesť, meno • zvuk: výrobky majú vynikajúci zvuk

„*Legenda*“ sa vo Výkladovom slovníku (Kolektív autorov, 2003) nachádza definovaná ako:

1. mýtus: tradíciou prenášaná predstava alebo príbeh o vzniku sveta, o prírodných javoch, o hrdinoch a pod.; prenášaná nepodložená správa vyzdvihujúca istý jav alebo človeka • báj • legenda: slovanské mýty, báje, legendy; mýtus, legenda, báj o jeho neomylnosti sa rozplynul(a)
2. vysvetľujúci text na mapách, plánoch, diagramoch a pod.; nápis na obrazoch, rytinách al. (v katalógoch a pod.) k nim: text na minciach, medailách a pod.

Z uvedeného vyplýva, že základný rozdiel medzi povestou a legendou spočíva v realnosti. Povešť má istý reálny základ na rozdiel od legendy, ktorá je celkovo založená iba na predstave / nie na faktoch.

Sprievodca – reprezentant atraktivít v danej oblasti cestovného ruchu

V Slovenskej republike definovanie pojmov, ktoré sa týkajú cestovného ruchu, obsahuje slovenská verzia európskej normy s označením STN EN 13809 (95 4001) Služby cestovného ruchu. Cestovné kancelárie a touroperátori. Terminológia. so statusom slovenskej technickej

normy, ktorá charakterizuje sprievodcu CR takto: „Sprievodcu cestovného ruchu je osoba, ktorá sprevádza návštevníkov v jazyku podľa ich výberu a podáva výklad o kultúrnom a prírodnom dedičstve nejakej oblasti, disponuje špecifickou kvalifikáciou pre danú oblasť, ktorú obyčajne udeľuje alebo uznáva príslušný úrad“ (Orieška, 2007, s.28). Sprievodcu cestovného ruchu môžeme definovať aj prostredníctvom zákona č.186/2006 Z. z. zo 16. marca 2006, ktorý hovorí: „Sprievodca v cestovnom ruchu je fyzická osoba, ktorá sprevádza objednávateľov a podáva v dohodnutom jazyku výklad o kultúrnom a prírodnom dedičstve a má odbornú spôsobilosť, na ktorú má osvedčenie o získanom vzdelaní.“

Ako je známe, ponuku cestovného ruchu Kaspar (1995) delí na primárnu a sekundárnu. K sekundárnej ponuke CR okrem iného radí sprievodcovské a informačné služby.

Sprievodcovia v cestovnom ruchu svojou profesiou patria k mienkotvorným pracovníkom cestovného ruchu. Prichádzajú do kontaktu s návštevníkmi a na základe ich správania sa a výsledkov činnosti si návštevníci môžu vytvoriť obraz o navštívenom meste, regióne, štáte. Služby, ktoré poskytujú, sú súčasťou doplnkových služieb produktu v užšom poňatí. V širšom poňatí venujú pozornosť produktu, podávajú o ňom výklad a využívajú ho aj pre efektívne trávenie voľného času návštevníkov (Orieška, 2007). Strážinec (1996, s. 142) podotýka, že musí ísť o „Silnú osobnosť, čo znamená, že jedinec je schopný svojou energiou, svojou zdatnosťou alebo inými vlastnosťami vyniknúť nad priemer.“

Pokiaľ má plniť sprievodca úlohu reprezentanta regiónu, danej oblasti, ťažisko bude na jeho vzhlade a profesionalite. V oblasti profesionality musí samozrejme stavať na vedomostiach, no spôsob ich prezentácie je taktiež mimoriadne dôležitý. V práci sprievodcu cestovného ruchu ide o podanie výkladu. Informácie a výklad sú neoddeliteľné súčasti. „Výklad je špeciálna forma komunikácie, informačného toku. Dôraz je na informácii. Výklad môže prispieť k plnohodnotnejšiemu stráveniu voľného času návštevníkov a na druhej strane, môže prispieť k zvýšeniu úspešnosti atrakcie. Musí byť vytvorený tak, aby podnecoval k zmene v postojoch a správaní návštevníkov“ (Nagy, 2009, s. 27). Všeobecne platí:

- ❖ všetko nové je zaujímavé,
- ❖ všetko nové o niečom známom je zaujímavejšie,
- ❖ všetko nové o niečom blízkom je najzaujímavejšie.

Preto výklad, keď má byť zaujímavý, nemusí obsahovať len samé nové informácie, ale tiež nové poznatky o reáliách, ktoré sú účastníkom známe a blízke. Je dôležité vedieť, čo je z hľadiska zaujímavosti pre rôznorodú skupinu účastníkov najzaujímavejšie (Orieška, 2007).

Z uvedeného vyplýva, že aplikovanie legiend, povestí a zaujímavostí do výkladu je žiaduce a je to forma upútania pozornosti klienta, je zároveň memorovaním informácii a ich selekcia a priradenie stupňa významu. Dávkovanie tohto typu informácii musí byť presne ohraničené. Jednou z podporných prostriedkov v prezentácii oblasti - výklade je ponúknuť aj niečo iné, tajomné, s nádychom neznámeho a možnosťou špekulácie. To sú práve povesti a legendy, ktoré sa v CR dajú výborne využiť ako magickosť prostredia, objektu, osoby. Návštevníkovi treba nechať voľnú fantáziu a priestor na premýšľanie. Pozor: zlaté pravidlo je – návštevníkovi nič nevnucovať! Sprievodca musí upozorniť poslucháča o to, že ide o povesť/legendu, názor istej skupiny šudí, dohady. Napätie a pozornosť stupňuje skracovaním viet v rozprávaní.

Prieskum

Hlavnou metódou v prieskume boli použité metódy deskriptívnej štatistiky, tabuľky a grafy.

Pracovali sme s nasledovnými predpokladmi:

1. Predpokladáme, že legendy a povesti môžu zvýšiť návštevnosť a atraktivitu daného turistického strediska.
2. Predpokladáme, že legendy a povesti môžu v turistoch vyvolať záujem o kultúrne pamiatky, mestá, históriu ako takú všeobecne.

Oslovili sme 15 sprievodcov. Všetci sprievodcovia sú z východného Slovenska – Prešov, Košice, Bardejov. Názory sprievodcov sme získali prostredníctvom rozhovorov, ktoré boli zložené z 8 otázok. Rozhovory mali otvorené otázky, sprievodcovia pri odpovediach mali možnosť plne vyjadriť svoj názor a skúsenosti.

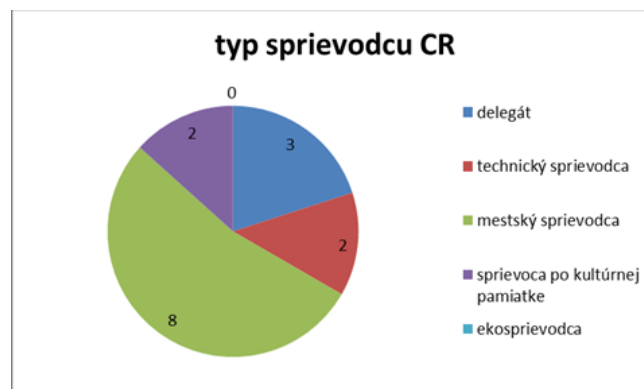
Otázky boli zamerané na sprievodcovskú činnosť s dôrazom využitia legiend a povestí pri sprievodcovskej činnosti v cestovnom ruchu. Veková štruktúra sprievodcov je vyjadrená v grafe 1. Rozhovor sme urobili s jedenástimi ženami a štyrmi mužmi.



Graf 1 - Veková štruktúra sprievodcov

Zdroj: vlastné spracovanie

Zaujímalo nás aj zameranie sprievodcov. Preto nasledujúci graf 2 ukazuje rôznorodosť oblastí pôsobenia oslovených sprievodcov cestovného ruchu. Najväčší podiel v rozhovoroch mali mestský sprievodcovia (ôsmi), traja delegáti, následne v rovnakom počte dvaja technický sprievodcovia a sprievodcovia po kultúrnej pamiatke. Rozhovoru sa nezúčastnil ani jeden ekospirovodca.



Graf 2 - Typ sprievodcu cestovného ruchu

Zdroj: vlastné spracovanie

1. *Sú podľa Vás legendy a povesti vhodným prostriedkom na zvýšenie atraktivity turistického produktu?*

Všetkých 15 zúčastnených sprievodcov zhodne odpovedalo na túto otázku pozitívne. Medzi prvé slová patrili *áno, určite, jednoznačne*. Dodávali však, že je dôležité správne podanie a propagácia. Legendy a povesti dokážu zaujať nielen pozornosť turistov, ale aj sprievodcov. Sú zaujímavými doplnkovými informáciami pre turistov, obohatia prehliadku, vnesú do výkladu trochu napätia, tajomna a zábavy. Potvrdilo sa, čo sme uvádzali v teórii článku, že ľudia vždy priťahovali tajomné a záhadné javy, ktoré nechávajú priestor aj na rozvíjanie fantázie.

2. *Majú turisti záujem o legendy a povesti, ktoré sú spojené s danou lokalitou?*

Šesť sprievodcov odpovedalo, že turistom nestihnú dať priestor na otázky, no predstavia im legendy a povesti viažuce sa k turistickému miestu v rámci výkladu. Viac menej turisti čakajú, že im sprievodcovia povedia legendy a povesti. Piaty sprievodcovia konštatovali, že turisti samotní sa neopýtajú, ale vždy si ich radi vypočujú. Štyria sprievodcovia odpovedali, že sa ich turisti pýtajú sami.

3. *Rozprávate turistom legendy a povesti?*

Všetci sprievodcovia odpovedali kladne. Traja zo sprievodcov sa vyjadrili, že podľa ich názoru turistov nič nezaujímá viac. Preto je dôležité získať čo najviac miestnych príbehov.

4. *Po vyrozprávaní legendy, alebo povesti máte od návštevníkov spätnú väzbu, pýtajú sa na ďalšie detaily?*

V rámci tejto otázky vznikli tri skupiny. Tí, ktorí tvrdia, že od turistov spätnú väzbu majú, tí, ktorí spätnú väzbu nemajú a nakoniec sú turisti, ktorí majú otázky len v prípade, že bol u nich vzbudený dostatočný záujem. Turisti, ktorí majú otázky, chcú najčastejšie vedieť, či sa to naozaj stalo, kedy a či existujú písomné a iné hmotné dôkazy.

5. *Je podľa Vás propagácia turistického miesta prostredníctvom legend a povestí možnosť zvýšenia jej návštevnosti?*

Aj v tomto prípade sa všetci sprievodcovia zhodli, že vhodne podaná, či naznačená legenda, povest' môže jednoznačne turistickým miestam dopomôcť zvýšiť ich návštevnosť. Podľa piatich sprievodcov bola história vždy veľkým lákadlom pre návštevníkov všetkých vekových kategórií. Návštevník si odnáša príjemný zážitok a pocit.

6. *Môžu legendy a povesti podľa Vás vzbudiť záujem o pamiatku ?*

K tejto otázke sa pozitívne vyjadrilo 13 z 15 sprievodcov cestovného ruchu. Tí, čo odpovedali negatívne, dodávajú, že je to skôr otázka zvedavosti ako finančných prostriedkov – ak človek vie, že o nejakom meste alebo pamiatke existuje legenda, či povest', v súčasnosti má dostatok technických vymožeností, ktoré mu dopomôžu k jej odhaleniu. Čo na druhej strane narúša moment prekvapenia, tajomna, nakoľko ich dostupnosť je veľmi jednoduchá – knihy, filmy, internet.

7. *Vyvolávajú podľa Vás legendy a povesti dodatočný záujem o pamiatky/mestá?*

Opätovne sme získali od sprievodcov zhodnú a pozitívnu odpoveď. Niektorí však dodávajú, že je dôležité pútavé podanie legendy alebo povesti sprievodcom, závisí to aj od popularity legendy/povesti, ale aj od zloženia turistickej skupiny. Zároveň dodávajú, že veľkú úlohu hrá aj spôsob ako nimi legenda podaná – dramatickosť. Práve miestny sprievodcovia a sprievodcovia po kultúrnej pamiatke podotkli, že ak sa k blízkemu miestu viaže nejaká legenda či povesť, vzniká určitá pravdepodobnosť, že návštevníci si pôjdu pozrieť aj dané miesto.

8. *Myslíte si, že atraktivite daného miesta prispieva skôr legenda/povesť o láske alebo mysteriózneho charakteru (duchovia, vraždy)?*

Osem sprievodcov nás prekvapilo svojou kreativitou. Ako najzaujímavejšie legendy a povesti označili tie, v ktorých sa tieto dve témy spájajú do jednej. Sprievodcovia tiež predpokladajú, že príbehy o láske skôr zaujmú ženy a starších, a mysteriózne príhody sú zaujímavé pre mužov a mladšiu generáciu. Dôležité však je, aby si návštevník odniesol zážitok.

Diskusia

Na základe vykonanej analýzy a vyhodnotenie rozhovorov môžeme konštatovať nasledovné: *Predpoklad 1* sa potvrdil. Všetci sprievodcovia sa pri otázkach o atraktivite a návštevnosti daného turistického strediska vyjadrili pozitívne. Legendy a povesti v sebe zahŕňajú niečo tajomné a nezvyčajné, čo priťahuje pozornosť návštevníkov. Príbehy sú pre turistov ľahšie zapamätateľné ako samotné faktografické údaje.

Predpoklad 2 sa potvrdil. Záujem o pamiatky, mestá a históriu nezávisí však len od samotných legiend a povestí, ktoré svojim príťažlivým obsahom síce dokážu poslucháča vtiahnuť priamo do deja. Dôležitá je osobnosť sprievodcu, ktorý túto legendu alebo povesť pútavým spôsobom podáva, ale aj samotný turista, v ktorom musia byť zakorenené určité kultúrne predpoklady.

Samozrejme, vykonaný pilotný prieskum v podobe rozhovorov by bolo možné rozšíriť na oblasť výskumu. Vhodné by bolo:

- zistiť uvedené otázky celoplošne – v rámci celého Slovenska
- analyzovať uplatňovanie legiend vo výklade sprievodcov cestovného ruchu aj vo svete
- zistiť, či sprievodcovia cestovného ruchu využívajú prevažne povesti, legendy alebo aj iný typ zaujímavosti.
- analyzovať vnímanie a záujem o legendy a povesti v rámci prezentácie regiónu, oblasti cestovného ruchu u návštevníkov.
- a ďalšie námety.

Záver

V článku sme poukázali na význam atraktivít v rámci danej oblasti. Bližšie sme sa zamerali na výklad sprievodcu s aplikovaním legiend a povestí. Zaujímalo nás, či práve tieto prvky, ktoré majú možnosť oživiť výklad majú vplyv na zvýšenie atraktivity atrakcií nachádzajúcich sa v danej oblasti, pričom sme sa bližšie zamerali sprievodcov pôsobiacich v rámci východného Slovenska.

Tento príspevok vyšiel ako súčasť projektu GAMA/2013/ 08.

Použitá literatúra

1. *Convention concerning the protection of the world cultural and natural heritage.* 1972. Paríž. (on – line). Dostupné na <http://whc.unesco.org/archive/convention-en.pdf>. Citované dňa 11.10.2013.
2. ĎURIČEK, M., 2007. *Vademecum turizmu a rekreácie.* Rožňava: Roven. ISBN: 978-80-89168-21-7.
3. CHARTA, Kultúrny turizmus. Mexiko. 1999. On-line. Dostupne na:
<http://www.pamiatky.sk/sk/page/icomos>
4. KASPAR, C., 1995. *Základy cestovného ruchu. 1. vyd.* Banská Bystrica: Trian. ISBN 80-901166-5-5
5. KOLEKTÍV AUTOROV, 2003. *Krátky slovník slovenského jazyka.* Bratislava: Veda. ISBN: 802-24-0750X
6. MEDVECKÁ, M., 2006.: *Obnova kultúrneho dedičstva – predpoklad atraktívnej ponuky cestovného ruchu vo vidieckych oblastiach.* Citované 10.0.2013. 2006. Dostupné na:
<http://agroturist.sk/konferencia/files/Program.pdf>
7. NAGY, K., 2009. *Ako vytvárať turistické balíky.* Spišská nová Ves. November – December 2009.
8. ORIEŠKA, J., 2007. *Sprievodcovská činnosť v cestovnom ruchu. 1.vyd.* Banská Bystrica: Dali - BB. ISBN 978-80-89090-35-8
9. STRIEŽENEC, Š., 1996. *Slovník sociálneho pracovníka. 1.vyd.* Trnava: AD. ISBN 80-967589-0-X
10. ZÁKON NR SR č.186/2006 Z. z., ktorým sa mení a dopĺňa zákon č.281/2001 Z. z. o zájazdoch podmienkach podnikania cestovných kancelárií a cestovných agentúr a o zmene a doplnení Občianskeho zákonníka v znení neskorších predpisov v znení zákona č. 95/2002 Z. z.