

Visoka turistička škola strukovnih studija
Beograd, 2013/2014.

Predmet: **TURISTIČKO VOĐENJE**

Predavanje 3

Medijatorska uloga turističkog vodiča

Dr Branislav Rabić

Pojam medijacije

- *Medius* (lat.) = sredina
- 'Delovanje posrednika ili mirotvorca'
- 'Izgladiti, posredovati'
- 'Promeniti efekat ili uticaj nečega, naročito učiniti efekat manje lošim'

Medijacija u turizmu

- Proces interakcije između turiste i drugih pojedinaca ili grupa gde neki pojedinci preuzimaju ulogu medijatora.
- 'Aktivan pokušaj pojedinca da posreduje u turističkom doživljaju drugog pojedinca'
- 'Pomaganje turisti u osmišljavanju i (re)konstrukciji njegovog doživljaja'.
- Medijatori nastupaju u svim fazama turističkog putovanja, tj. doživljaja.
- Posrednici mogu biti formalni i neformalni.

Formalni medijatori

Faza turističkog doživljaja

Planiranje i sećanje

- Turoperatori i turističke agencije
- Profesionalni savetnici
- Nacionalne turističke organizacije
- Marketing turističke privrede
- Turistički vodiči

Putovanje

- Turistički vodiči (pratioci)

Boravak (destinacija)

- Portir/recepcionar u smeštajnom objektu
- Osoblje i proizvodi u turističkom info-centru
- Osoblje i proizvodi lokalnih turističkih vlasti
- Osoblje i proizvodi turističke privrede
- Turistički vodiči (lokalni – profesionalni/volonteri)

Neformalni medijatori

Faza turističkog doživljaja

Planiranje i sećanje

- Prijatelji i rodbina
- Opetovani turisti (povratnici)
- Informacije zaposlenih van turizma
- Mediji masovne komunikacije
- Suveniri, fotografije

Putovanje

- Osoblje pružalaca usluga, vozači i sl.

Boravak (destinacija)

- Drugi turisti
- Ostalo osoblje pružalaca usluga
- Članovi lokalne zajednice
- Zaposleni van turizma
- Članovi porodice domaćina u destinaciji

Pojam neformalnih medijatora

- Nemaju titulu ili zvanje, oznaku ili uniformu koja ih identifikuje kao posrednika, nisu angažovani, obučeni i finansijski nagrađeni za svoju ulogu, pa se njima i ne može upravljati.
- Ova medijacija nije vidljiva, često je sasvim subjektivna, ali je važna.
- Neki turisti imaju više poverenja u neformalne, nego formalne medijatore koji funkcionišu na bazi materijalnog interesa.

Turisti u destinaciji...



- borave kratko,
- ne poseduju 'lokalno znanje',
- vidljive simbole lokalne kulture tumače iz zabavno-rekreativne perspektive.

Turistički vodiči kao medijatori

- Posredovanje u pristupu destinaciji;
- Posredovanje u informisanju turista;
- Posredovanje u socijalnim kontaktima.

Posredovanje u pristupu destinaciji/atrakciji

- Pristup: fizički ili kognitivni (saznajni).
- Turisti percipiraju posredovanje naročito korisnim kada očekuju teškoće:
 - lociranje i orijentacija (nema signalizacije, dislocirana atrakcija, loša infrastruktura),
 - fizički pristup (gužva i redovi ispred atrakcije ili se objekat može posetiti samo sa vodičem, tj. u okviru vođene ture),
 - razumevanje ("tuđa" i nepoznata kultura),
 - percipirani rizici u vezi sa posetom.

Posredovanje u pristupu destinaciji/atrakciji (2)

- Fizički pristup i orijentacija – vodič kao 'kapetan' zadužen za navigaciju.
- Vodič, neretko, sam bira šta će i kako pokazati ili šta će 'sakriti' od pogleda turista.
- Na taj izbor mogu uticati eksterni uslovi (obavezan pravac kretanja, gužva, radovi, vremenski uslovi i sl.).
- Mogućnost pogrešne procene interesovanja publike, ali i manipulacije.

Posredovanje u informisanju turista

- Posredovanje u kognitivnom pristupu destinaciji (olakšava razumevanje lokalne situacije).
- Vodič je spona između turista i destinacije, može ih međusobno povezati, ali i izolovati.
- 'Informator u pokretu'.
- Sloboda u izboru i prezentaciji informacija krije u sebi mogućnost selektivne modifikacije zbog ličnog interesa.

Posredovanje u informisanju turista (2)

- Većina vodiča vidi kao svoju glavnu ulogu informisanje turista (‘učitelj’ i ‘instruktor’).
- Raspon u informisanju od nabiranja podataka do previše stručnog izlaganja.
- Još je Mark Twain zapazio da vodiči imaju potrebu da impresioniraju svoju publiku.
- Vodiči utiču na turistički doživljaj pružanjem informacija o ponudi (šta-kako-kuda i sl.), o bezbednosti (naglašavanjem poruka tipa ‘Plivanje je zabranjeno’), kao i interpretacijom atrakcija (znanje, edukacija).

Posredovanje u informisanju turista (3)

- Politička komponenta u informisanju – mogućnost zloupotrebe.
- Primer nekadašnjih istočnoevropskih zemalja, naročito SSSR.
- Turističko vođenje kao oblik 'kontrole' kretanja i kontakata stranih turista i rezidenata i kao sredstvo ideološkog uticaja (Severna Koreja).
- Istraživanje o američkim studentima koji su posetili SSSR pokazalo da 'političko turističko vođenje' može biti kontraproduktivno.

Posredovanje u međuljudskim kontaktima

- Uobičajeni kontakti turista i rezidenata:
 - kada turisti kupuju robe i usluge u destinaciji
 - kada se nađu jedni pored drugih (plaža, diskoteka)
 - kada neposredno kontaktiraju licem u lice.
- Turisti iskazuju različit nivo želje za kontaktom sa rezidentima.
- Masovni turizam – 'environmentalna čaura'.
- Vodič kao 'ogledalo' lokalne zajednice.

Posredovanje u međuljudskim kontaktima (2)

- Vodič ohrabruje ili obeshrabruje kontakt i komunikaciju turista sa lokalnom zajednicom.
- Vodič objašnjava potencijalne nesporazume koji proističu iz razlika u verbalnoj i neverbalnoj komunikaciji među kulturama.
- Vodič upozorava turiste na eventualne 'negativne susrete' (džeparoši, nepošteni taksisti ili trgovci, noćni barovi i sl.).
- Vodič služi i kao 'zaštitnik' ili 'tampon' u takvim prilikama.

Vodič kao 'kulturni medijator'

- Posredovanje vodiča u interkulturalnom susretu: 'prevođenje' onoga što je turistima nepoznato ili neobično u kulturi destinacije na 'jezik' i kulturni idiom koji im je blizak.
- Poređenja sa kulturnim obrascem koji turisti dobro razumeju.
- Važno je da vodič poznaje ne samo kulturu destinacije gde živi i radi, već i kulturu svojih potrošača.
- Zato su 'bi-kulturni' vodiči uspešniji (živeli ili školovani u kulturi iz koje su turisti).

Vodič kao 'kulturni medijator' (2)

- Iako su vodiči od krucijalnog značaja u kulturnom turizmu (selekcija, prevođenje i interpretacija kulturnih atrakcija), ne treba izgubiti iz vida i 'preduzetnički i manipulativni' modalitet u turističkom vođenju:
 - Vodiči deluju autonomno kao mali preduzetnici i stižu korist od svoje uloge posrednika (novac, kontakti i sl.)
 - Mogu služiti kao 'pioni' preko kojih država prenosi kontrolisanu sliku o sebi.

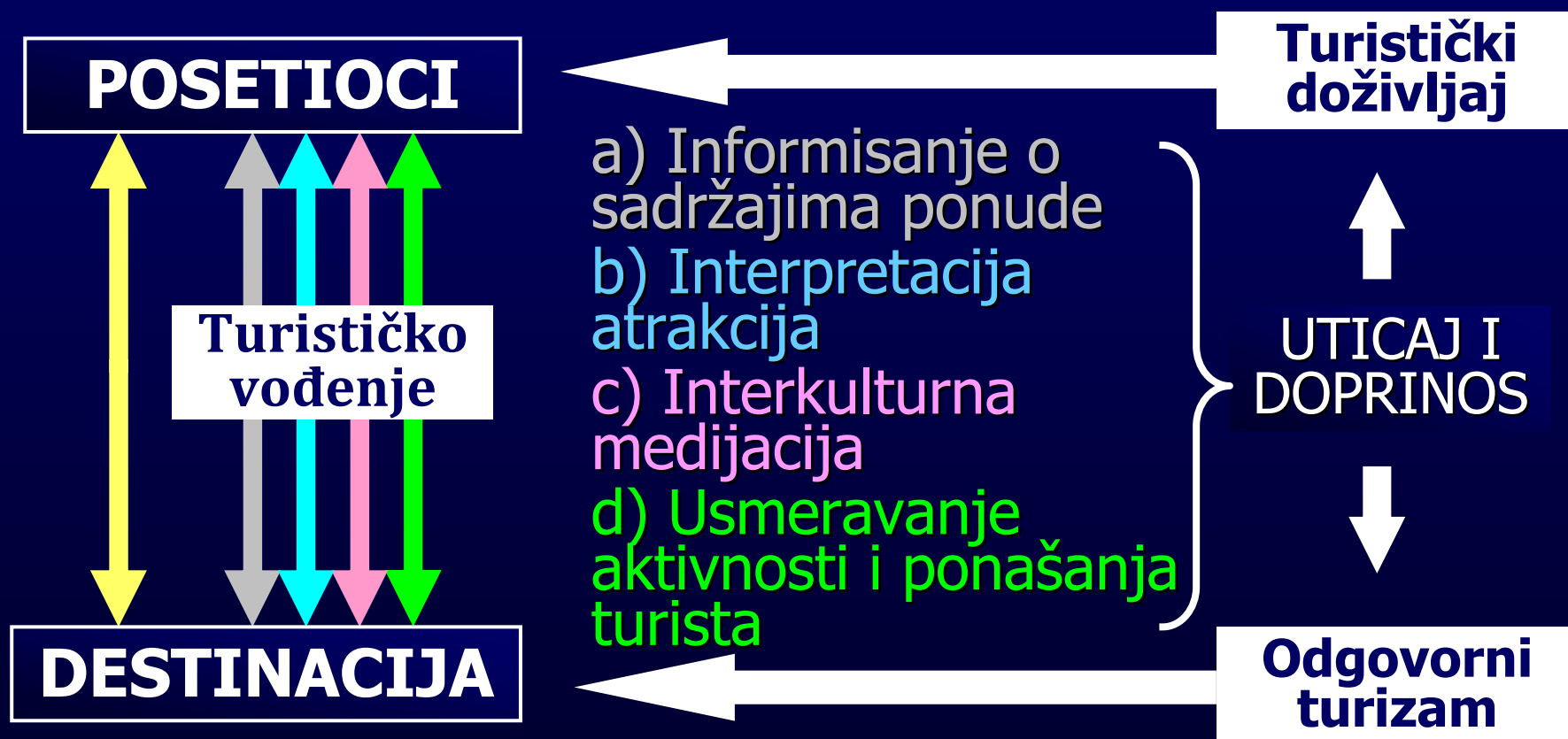
Interpretacija kao oblik medijacije

- Latinski: **interpretatio**.
- Edukativna aktivnost (formalno i neformalno učenje) ili proces komunikacije.
- Sredstvo turističkog menadžmenta čiji je cilj:
 - **Izazvati razumevanje, pozitivan utisak, divljenje;**
 - **Doprineti podizanju svesti o značaju prirodnog i kulturnog nasleđa i potrebi za njegovom zaštitom.**
- 'Informacija, kao takva, nije interpretacija. Tumačenje je otkrovenje na bazi informacija, a to su dve potpuno različite stvari' (Freeman Tilden, 1883-1980).

Uslužni kontakt u turističkoj destinaciji



Turisti – turistički vodič – destinacija



Turistički vodiči – 'ambasadori' destinacije

- Projektuju pozitivnu 'sliku' o destinaciji;
- Minimiziraju konflikte na relaciji gost-domaćin;
- Doprinosu održivosti turizma ('zaštitnici' destinacije);
- Upućuju turiste na lokalnu hranu, piće i zanatske proizvode (inspirišu dodatnu potrošnju);
- Usmeravaju i modeluju 'turistički doživljaj'.