

Rozwój innowacyjnej metody edukacyjnej w zakresie turystyki DOSTĘPNEJ w Europie Środkowej 2022-2-HU01-KA220-HED-000099410



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



9. Problem barier komunikacyjnych i ICT w turystyce



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



Bariery w komunikowaniu się i językowe – wstępne rozważania

Podróżowanie może być utrudnione nie tylko przez bariery fizyczne, ale także przez bariery w komunikowaniu się i językowe, które mogą stanowić przeszkodę w pełnym i satysfakcjonującym doświadczeniu turystycznym. Język jest narzędziem do wyrażania emocji, dzielenia się uczuciami, opowiadania historii oraz przekazywania skomplikowanych wiadomości i wiedzy. Umożliwia nawiązywanie kontaktów i wzajemne zrozumienie, ale jednocześnie może również oddzielać nas od innych.

Poza fizycznymi „ograniczeniami” – takimi jak niepełnosprawność ruchowa, wzrokowa czy słuchowa – istnieje także wymiar poznawczy niepełnosprawności. Osoby, które mają trudności w skutecznej komunikacji, mogą być zaliczone do grupy OzN.



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



Barier w komunikowaniu się i językowe – wstępne rozważania

Przezwyciężenie barier językowych jest kluczowe dla sektora turystycznego. Jak zauważają Cohen i Cooper: bariery językowe są, istotną przeszkodą w komunikacji międzykulturowej (Cohen & Cooper, 1986).

Badania wykazały, że bariery językowe mają istotny wpływ na wybór destynacji turystycznych oraz decyzje dotyczące wydatków turystów (Cohen & Cooper, 1986).

W związku z tym przemysł turystyczny powinien podejmować intensywne działania mające na celu przezwyciężenie barier, które mogą mieć miejsce między gospodarzami a turystami (Gillovic et al., 2018).



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



Barier w komunikowaniu się i językowe – wstępne rozważania

Turyści są bardzo świadomi trudności związanych z barierami językowymi, które mają znaczący wpływ na wybór destynacji, przygotowanie do podróży, zakres oraz treść ich interakcji z lokalną społecznością, a także na jakość ich doświadczeń (Cohen – Cooper, 1986).

Badanie przeprowadzone w 2018 roku na próbie ponad 3000 mieszkańców Węgier w wieku 15-74 lata (Csapó et al., 2018), przed pandemią COVID-19, skoncentrowane było na zachowaniach turystycznych populacji węgierskiej, w tym powodach rezygnacji z podróży turystycznych. Oprócz braku motywacji, odpowiedniego dochodu czy czasu wolnego, brak umiejętności językowych był przez wielu respondentów postrzegany jako poważna bariera.



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



Barier w komunikowaniu się i językowe – wstępne rozważania

Bariera językowa jest często bardziej mentalna niż rzeczywista. Podróżowanie jest możliwe nawet bez znajomości języka, na przykład podczas turystyki krajowej lub korzystania z aplikacji, choć doświadczenie może być nieco uboższe.

Dla osób rezygnujących z podróży głównym powodem jest brak środków finansowych, ale niechęć do podróżowania może również wynikać z braku umiejętności językowych. W odpowiedzi na pytanie „Jakie są Twoje powody, dla których nie podróżujesz?”, brak pieniędzy i brak czasu zajmują pierwsze dwa miejsca. Pozostałe powody są mniej istotne, jednak brak umiejętności językowych plasuje się na trzecim miejscu, nieznacznie wyprzedzając brak towarzystwa.



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA





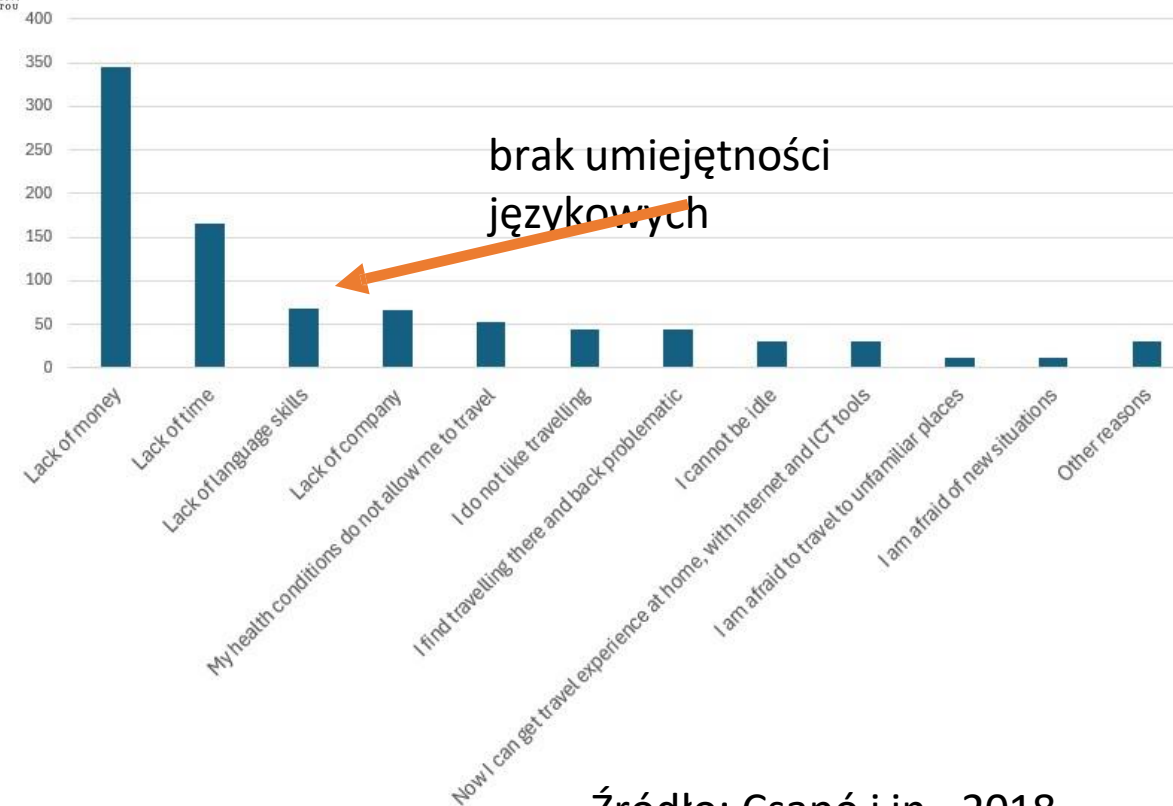
Erasmus+



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Bariery w komunikowaniu się
i językowe – wstępne rozważania

Powody rezygnacji z podróży turystycznych wśród
respondentów na Węgrzech, 2018



Źródło: Csapó i in., 2018



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



Bariery w komunikowaniu się i językowe – wstępne rozważania

Na świecie istnieje ponad 7 000 języków, co sprawia, że bardzo prawdopodobne jest, iż język turysty będzie różnił się od języka gospodarza.

Połowa światowej populacji posługuje się zaledwie 23 językami. Języki można rozróżniać na podstawie liczby osób, które mówią nimi jako ojczystym językiem lub językiem nauczonym. Choć mandaryński chiński jest najczęściej używanym ojczystym językiem na świecie, to angielski był najczęściej używanym językiem na świecie w 2023 roku. Angielski stał się obecnie jednym z najważniejszych języków globalnych – językiem biznesu, technologii oraz turystyki.





Erasmus+



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Najbardziej rozpowszechnione języki na świecie w 2024 roku

Język	Liczba osób mówiących tym językiem (w milionach)	Liczba rodzimych użytkowników (w milionach)
Angielski	1.452	372.9
Mandaryński	1.118	929
Hindi	602	343.9
Hiszpański ¹	548	474.7
Francuski	280	79.9
Standardowy arabski ²	274	0
Bengalski	272.7	233.7
Rosyjski	258.2	154
Portugalski ³	257.7	232.4
Urdu	231.3	70.2

¹ Hiszpański jest drugim najbardziej rozpowszechnionym językiem pod względem liczby rodzimych użytkowników.

² Standardowy arabski (MSA) to jedyny język, który nie ma rodzimych użytkowników: arabski składa się z niezliczonych dialektów, a wszyscy użytkownicy języka arabskiego mówią w wersji lokalnej. Media (gazety, filmy, telewizja) używają MSA, który jest również językiem akademickim wykorzystywanym w literaturze i polityce.

³ Najbardziej rozpowszechniony język na półkuli południowej.

Źródło: www.berlitz.com



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA





Erasmus+



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Najbardziej rozpowszechnione języki na świecie w 2024 roku

Język	Liczba osób mówiących tym językiem (w milionach)	Liczba rodzimych użytkowników (w milionach)
Indonezyjski ⁴	199	43.6
Niemiecki	134.6	75.6
Japoński ⁵	125.4	125.3
Nigeryjski ⁶	120.7	4.7
Marathi	99.1	83.1
Telugu	95.7	82.7
Turecki	88.1	82.2
Tamili ⁷	86.4	78.4
Chiński Yueh	85.6	85.2
Wietnamski	85.3	84.6

⁴ Nie jest językiem ojczystym większości – bardziej drugim językiem służącym do wzajemnego porozumiewania się w kraju, w którym używa się ponad 200 języków.

⁵ Pierwszy język na liście, którym posługują się tylko mieszkańcy jednego kraju. 99% Japończyków używa tego języka jako ojczystego.

⁶ Do 2050 roku Nigeria stanie się czwartym najbardziej zaludnionym krajem na świecie, więc język pidgin może awansować w rankingu.

⁷ Z ponad 5000-letnią historią, jest uznawany za najstarszy żywy język na świecie.

Źródło: www.berlitz.com



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



Najczęściej używane języki w Internecie, 2024

Język angielski jest dominujący w globalnej komunikacji, a brak jego znajomości stanowi istotną przeszkodę w dostępie do informacji i skutecznym porozumiewaniu się.

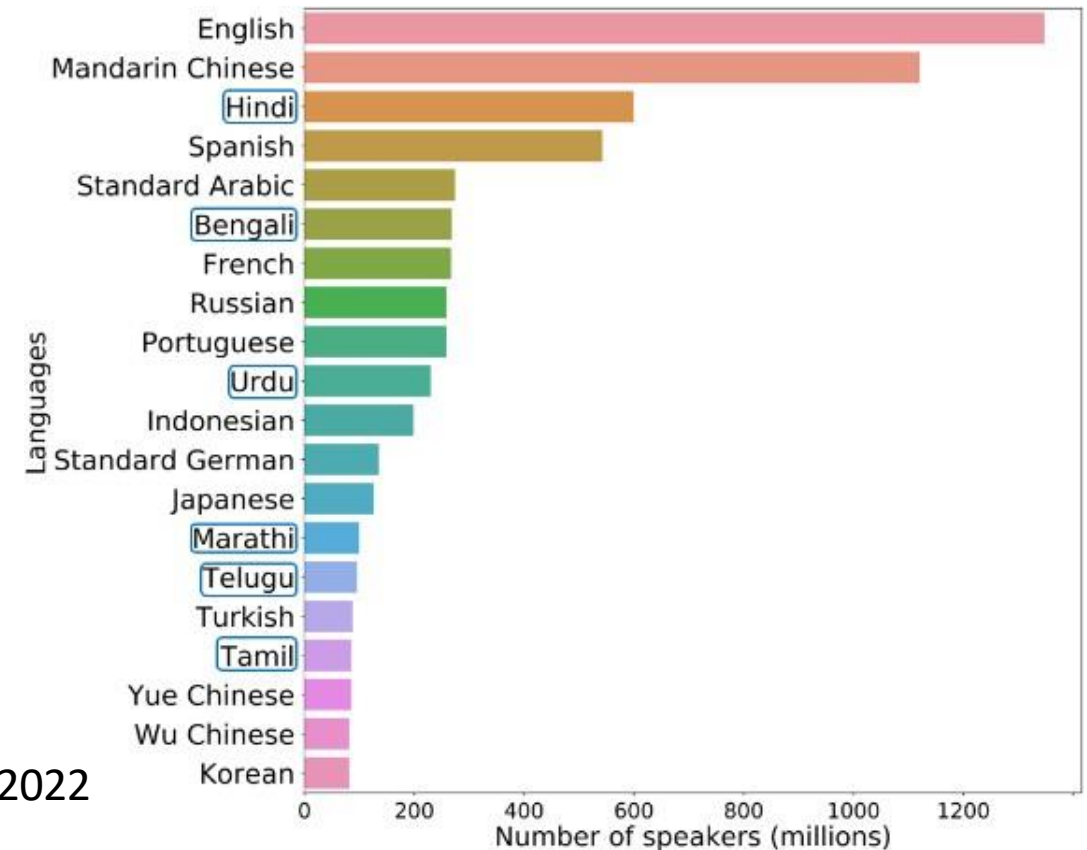
Obecnie na świecie istnieje ponad 1 miliard stron internetowych, z czego 18% to strony aktywne (<https://siteefy.com>). Z tych 10 milionów najczęściej odwiedzanych stron, aż 53% jest w języku angielskim, podczas gdy chiński stanowi jedynie 1,8%.

Istnieje także duża luka w przypadku języka hiszpańskiego, który jest ojczystym językiem dla prawie pół miliarda osób, ale tylko 5,1% stron internetowych jest w tym języku.

Warto również zauważyć, że choć niemiecki jest drugim najczęściej używanym językiem w Internecie, w mowie na żywo nie znajduje się nawet w pierwszej dziesiątce.



Najczęściej używane języki na świecie



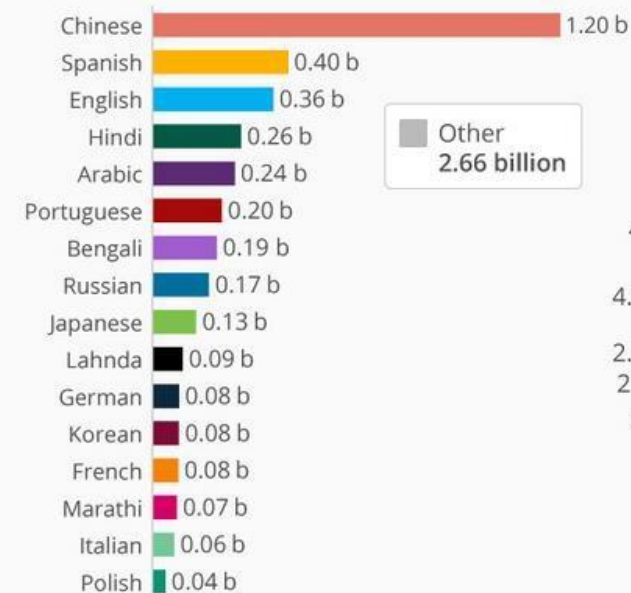
Źródło: Dey i inni. 2022

Najczęściej używane języki na świecie, 2024

Źródło: www.statista.com

Languages Most Used on the Web vs. IRL

Number of first-language speakers (estimates in billions)



Percentage of websites using various content languages*



* top 10 million websites
Sources: w3techs.com, Ethnologue

Mashable statista



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



Bariery językowe w turystyce

Bariery w komunikowaniu się pojawiają się, gdy turysta odwiedza kraj, w którym nie rozumie języka lokalnej ludności. Problem ten może występować nawet w obrębie jednego kraju, szczególnie w państwach, gdzie używa się kilku języków lub występują znacznie różniące się wersje, dialekty tego samego języka. W takich krajach, jak Papua Nowa Gwinea i Indonezja, gdzie używa się odpowiednio 840 i 711 języków (<https://www.statista.com>), bariera językowa może wystąpić nawet bez konieczności podróży za granicę.



Bariery językowe w turystyce

Angielski jest językiem, którym turyści posługują się lub przynajmniej rozumieją w większości popularnych miejsc turystycznych. Problem pojawia się, gdy ani turysta, ani mieszkańcy danego miejsca nie znają wzajemnie swojego języka, ani nie posługują się wspólnym językiem, takim jak np. angielski.

Postęp technologiczny może pomóc w pokonywaniu barier językowych, ale wiąże się z koniecznością posiadania odpowiednich zasobów finansowych, dostępu do internetu oraz czasu na tłumaczenie – co samo w sobie stanowi dodatkową przeszkodę.

Tablice informacyjne o budynkach czy atrakcjach turystycznych są zazwyczaj napisane w kilku językach, jednak ich przetłumaczenie na wszystkie języki jest niemal niemożliwe.



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



Bariery językowe w turystyce

Problem ten wpływa na różne typy turystów w różny sposób. Według podejścia Cohena, które wyróżnia dwa podstawowe typy turystów: zinstytucjonalizowanych i niezinstytucjonalizowanych (Cohen, 1984), turyści masowi, zarówno zorganizowani, jak i indywidualni, często żyją w „bańce środowiskowej” swojej własnej społeczności. Z tej „bańki” obserwują i doświadczają obcości otoczenia gospodarza.

Bańka ta obejmuje nie tylko znajome środowisko, jedzenie i inne usługi, ale także komponent językowy, który stanowi istotny element poczucia komfortu i bezpieczeństwa turysty.



<https://www.feg-touristguides.com/stga.php>

Typy turystów wg Cohena

Turyści uczestniczący w masowej turystyce zorganizowanej polegają na zorganizowanym systemie turystyki, gdzie problemy językowe występują rzadziej. Natomiast turyści organizujący wyjazdy indywidualnie są bardziej samodzielni i w większym stopniu polegają na swoich umiejętnościach językowych.

Organised mass tourist – zorganizowany turysta masowy, zachowujący własne przyzwyczajenia,

Individual mass tourist – indywidualny turysta masowy – podróżujący według własnego uznania, ale po utartych szlakach,

Explorer – turysta „odkrywca”, nastawiony na poznanie lokalnego środowiska, ale nie rezygnujący z własnych przyzwyczajeń,

Drifter – turysta „wędrowiec” nastawiony na maksymalną integrację z kulturą odwiedzanego kraju, skłonny do rezygnacji z własnych przyzwyczajeń



Turyści zinstytucjonalizowani Cohena i ich komunikacja

Większość lub wszyscy pracownicy obiektów turystycznych, którzy mają kontakt z turystami, posługują się stosunkowo wysokim poziomem znajomości języków obcych. Jest to zazwyczaj wymagane przy zatrudnieniu w hotelach, restauracjach, sklepach z pamiątkami, biurach podróży czy wypożyczalniach samochodów. W krajach o rozwiniętej turystyce przynajmniej część personelu jest wielojęzyczna, co pozwala im na komunikację z turystami z różnych krajów pochodzenia w języku gości.



Turyści zinstytucjonalizowani Cohena i ich komunikacja

Wycieczki z przewodnikiem do głównych atrakcji turystycznych są organizowane w grupach językowych, aby każdy turysta mógł być oprowadzany w zrozumiałym dla siebie języku. Turyści zinstytucjonalizowani rzadko decydują się na wyjście poza swoją bańkę środowiskową, a nawet jeśli to zrobią, towarzyszy im przewodnik. Zwykle nie napotykają problemów komunikacyjnych z lokalnymi mieszkańcami, które wymagałyby jakiejkolwiek minimalnej adaptacji językowej.



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



Komunikacja turystów niezinstytucjonalizowanych według Cohena

Prawdziwi odkrywcy i podróżnicy (czyli turyści niezinstytucjonalizowani, posiadający znaczące doświadczenie podróżnicze) w ograniczonym stopniu lub prawie wcale nie korzystają z usług świadczonych przez biura turystyczne (w tym z pośredników językowych – przewodników, pilotów wycieczek, tłumaczy) i są w związku z tym bardziej narażeni na obcość środowiska gospodarzy niż typowy turysta masowy.

Nie szukają ochrony w bańce turystycznego obiektu i znajdują się daleko poza peryferiami systemu turystycznego, w obrębie którego funkcjonuje turysta masowy. W zamian za bardziej autentyczne doświadczenie, podejmują wyższy poziom ryzyka w indywidualnej podróży.



Komunikacja turystów niezinstytucjonalizowanych według Cohena

Oprócz mediatorów formalnych – przewodników, biur podróży itp. – istnieją również mediatorzy nieformalni, niemający obowiązków mediatorów; Ich rola jest często niewidoczna, ale bardzo subiektywna i ważna. Do nieformalnych mediatorów zaliczają się media, przyjaciele, krewni, pamiątki, fotografie, a także pracownicy branży turystycznej, inni turyści i członkowie lokalnej społeczności (Marinovic – Simić, 2018).

Inne typy mediatorów językowych, takie jak samozwańczy lokalni przewodnicy, taksówkarze i inni kręcący się w pobliżu hoteli i oferujący swoje usługi, mogą być jeszcze bardziej nieuczciwymi mediatorami niż zawodowi przewodnicy w pośredniczeniu w komunikacji między turystami a mieszkańcami – tzn. mogą nie promować usług bez barier, ale są bardziej skłonni do tworzenia barier językowych, a nawet utrudniania innym dostępu poza barierami językowymi (Cohen – Cooper, 1986).



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



Narzędzia niwelowania barier – strona podaźowa

W turystyce międzynarodowej stosuje się różne narzędzia mające na celu redukcję barier kulturowych i językowych. Należą do nich m.in. certyfikacje stosowane przez operatorów turystycznych oraz organizacje zarządzające destynacjami, a także wykorzystanie znaków, obrazków i piktogramów zamiast pisemnej komunikacji. Ważnym elementem jest także edukacja lokalnych mieszkańców oraz zachęcanie społeczności do aktywnego uczestnictwa w turystyce. Osoby zaangażowane w turystykę są znacznie bardziej skłonne do nauki języka obcych turystów niż ci, którzy nie mają z turystyką kontaktu. Piktogramy, na przykład w restauracjach, mogą pomóc w unikaniu problemów związanych z alergiami i nietolerancjami pokarmowymi, jednak niestety wciąż nie zostały one w pełni zestandardyzowane.





Piktogramy stosowane w turystyce

https://www.shutterstock.com/hu/search/tourism-symbols?image_type=illustration

Narzędzia do niwelowania barier – strona popytu, czyli turyści

Komunikacja niewerbalna, czyli komunikacja bez słów (np. ton głosu, gesty, postawa, dotyk i wzrok), może być stosowana zarówno celowo, jak i nieświadomie. Dekodowanie wiadomości w komunikacji niewerbalnej wymaga znajomości kultury, sytuacji i okoliczności zarówno nadawcy, jak i odbiorcy.

W interakcjach turystycznych, gdy osoby z różnych kultur spotykają się, mogą wystąpić bariery, jeśli nie znają nawzajem swoich tradycji i zwyczajów (Marinovic & Simić, 2018). Na przykład, niektóre gesty, które w jednym miejscu na świecie mogą być pozytywne, w innym mogą być uznane za bardzo obraźliwe, a nawet drobne zmiany, takie jak kierunek, w którym obraca się dłoń, mogą znacząco zmienić znaczenie gestu.



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



Komunikacja niewerbalna – źle wykonany gest



Podczas wizyty w Australii w 1992 roku, prezydent George H.W. Bush, próbując wyrazić przyjazne nastawienie wobec grupy protestujących na rzecz pokoju w Canberze, nieświadomie wykonał gest, który w brytyjskiej i australijskiej kulturze odpowiada pokazaniu środkowego palca. Bush, przejeżdżając limuzyną, wykonał gest "V dla zwycięstwa" (znany także jako gest pokoju), kierując wewnątrz dłoni do siebie, co jest typowe w Stanach Zjednoczonych. W Australii i Wielkiej Brytanii, aby wyrazić pokój, gest powinien być wykonany z dłonią skierowaną na zewnątrz. W przeciwnym przypadku, gest z wnętrzem dłoni skierowanym do wewnątrz ma w tych krajach negatywne znaczenie, odpowiadając amerykańskiemu "pokazaniu środkowego palca".

<https://historycollection.com/17-mishandled-international-events-throughout-history/>



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



Narzędzia do niwelowania barier – strona popytu (turyści)

Komunikacja pisemna może pomóc zredukować nieporozumienia, szczególnie jeśli zarówno turysta, jak i gospodarz mają przynajmniej podstawową znajomość języka drugiej strony. Pisanie pozwala przezwyciężyć trudności związane z akcentem czy szybkim tempem mowy, które mogą utrudniać rozmowę.

Chociaż nauka angielskiego wydaje się być oczywistym rozwiązaniem, które umożliwia komunikację międzynarodową, w tym również w turystyce, nie każdy ma motywację ani możliwość, aby się go nauczyć.

Wybór wakacji w kraju, gdzie mówi się w znanym języku, może ułatwić komunikację, jednak ogranicza to wachlarz dostępnych miejsc podróży.



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



Narzędzia do niwelowania barier – strona popytu (turyści)

Nauka języka kraju docelowego rzadko jest podejmowana przez turystów, którzy odwiedzają dany kraj na kilka dni, tygodni lub maksymalnie rok. Zamiast tego, bardziej powszechną i prostszą praktyką jest korzystanie z rozmówek lub uproszczonych słowników, które pozwalają na zdobycie podstawowych umiejętności komunikacyjnych.

Coraz częściej wykorzystywane są aplikacje, w tym językowe (np. Google Translate, Duolingo, iTranslate, Memrise, Busuu), a także aplikacje ułatwiające podróżowanie, które eliminują potrzebę bezpośredniej komunikacji, takie jak planery podróży (np. Citymapper, MAPS.ME, Roadtrippers, Google Maps) czy usługi transportowe typu Uber.

Jednak zbyt duża zależność od aplikacji może stanowić problem, gdyż użytkownik staje się podatny na sytuacje takie jak rozładowana bateria telefonu, jego awaria, uszkodzenie lub kradzież, brak sygnału, brak połączenia internetowego czy wysokie koszty roamingu.



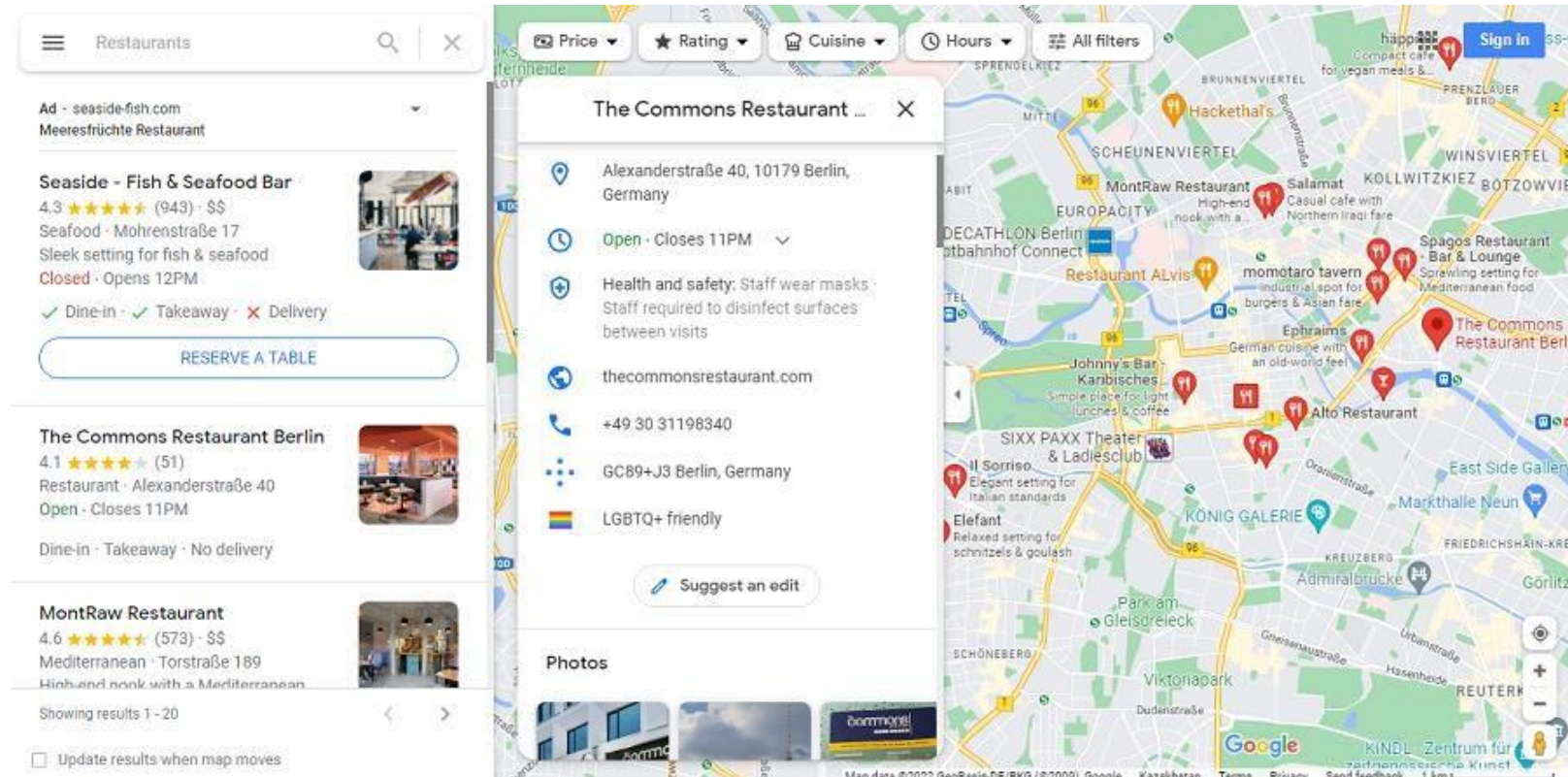


Erasmus+



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Znajdowanie restauracji za pomocą Google Maps



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Narzędzia do niwelowania barier – strona popytu (turyści)

Zapisz się na kurs dla początkujących: w popularnych destynacjach turystycznych lokalni pracownicy, którzy wielokrotnie spotykali się z turystami borykającymi się z barierami językowymi, są przyzwyczajeni do radzenia sobie z ich potrzebami. Często oferują kursy dla początkujących, w których uczestnicy mogą nauczyć się najczęstszych zwrotów i pytań, takich jak te przydatne w restauracji czy zapytania o lokalizację toalety.

Naucz się podstawowych zasad wymowy: jest to często pomijany aspekt nauki języka, jednak niezwykle istotny. Mówienie z niewłaściwym akcentem lub intonacją może utrudnić zrozumienie, dlatego warto zwrócić uwagę na prawidłową wymowę, aby uniknąć nieporozumień.



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



Narzędzia do niwelowania barier – strona popytu (turyści)

Szukaj sytuacji, w których musisz używać języka: najlepszym sposobem na przyzwyczajenie się do radzenia sobie z barierami językowymi jest stopniowe zaczynanie używania języka: na przykład, wychodząc na obiad lub robiąc zakupy samodzielnie. Zapoznaj się z listą najczęstszych słów autorstwa Gabriela Wynera (<https://625words.com/>): guru językowy stworzył listy 625 najczęściej używanych słów – Adler wymienia ich 200 (Adler, 1980, cytowane przez Cohen & Cooper, 1986).



<https://625words.com/>



Narzędzia do niwelowania barier – strona popytu (turyści)

Nie martw się, jeśli nie udało ci się idealnie porozumieć – wychodzenie ze strefy komfortu jest już osiągnięciem. Zamiast traktować niedoskonałość swoich umiejętności językowych jako przeszkodę, zobacz to jako siłę, że w ogóle potrafisz się komunikować.

Język ciała przekracza wszelkie granice i kultury. Na przykład gesty, takie jak kiwanie głową przy pytaniu o kawę, mogą pomóc w komunikacji. Wykorzystaj te niewerbalne sygnały, aby skutecznie porozumiewać się.

Pamiętaj, aby utrzymywać telefon naładowany i z dostępem do danych – smartfon to doskonałe narzędzie w trudnych sytuacjach (np. aplikacje tłumaczeniowe, mapowe). Jednak nie polegaj wyłącznie na technologii.



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



Zapewnienie dostępności informacji i komunikacji w turystyce

Komunikacja w turystyce to nie tylko kwestia języka, ale także skutecznego wykorzystywania technologii informacyjno-komunikacyjnych (ICT), zwłaszcza w coraz bardziej zdigitalizowanej branży. Cyfryzacja usług turystycznych zmienia strukturę sektora, obniżając bariery wejścia i ułatwiając porównanie cen, co jest korzystne dla konsumentów. Równocześnie rewolucjonizuje kanały sprzedaży online, optymalizując koszty i zwiększając efektywność produkcji, co przynosi korzyści dostawcom usług (Gutierriz i in., 2023).



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



Zapewnienie dostępności informacji i komunikacji w turystyce

Wykorzystanie technologii informacyjnej w turystyce eliminuje wiele barier, w tym te związane z brakiem informacji czy trudnościami językowymi. Rezerwacje online, takie jak zakwaterowanie, loty czy wynajem samochodów, mogą być dokonywane w ojczystym języku, co upraszcza komunikację. Technologie te ułatwiają także podejmowanie decyzji, na przykład poprzez opinie użytkowników, które stanowią cenne źródło wskazówek. Dodatkowo, platformy rezerwacyjne umożliwiają łatwe filtrowanie opcji według określonych kryteriów, takich jak dostępność, co zmniejsza niepewność związaną z podróżą.



Zapewnienie dostępności informacji i komunikacji w turystyce

Na stronie jednego z największych pośredników w zakresie zakwaterowania, booking.com, dostępność dla wózków ortopedycznych może być ustawiona jako kryterium zawężenia wyników wyszukiwania. Przewijając stronę w dół, można znaleźć informacje takie jak:

- Dostępność obiektu,
- Dostępność pokoju.



Opis cech dostępności obiektu i pokoju na booking.com

Dostępność obiektu:

Toaleta z uchwytyami

Podwyższone WC

Obniżona umywalka

Linka alarmowa w łazience

Pomoc wizualna (alfabet Braille'a)

Pomoc wizualna (dotykowe oznakowanie)

Wskazówki dźwiękowe

Dostępność pokoju:

Znajduje się na parterze

Wyższe piętra dostępne windą

Dostępny dla wózków ortopedycznych

Toaleta z uchwytyami

Przystosowana wanna

Prysznic bez progów

Prysznic przystosowany dla osób na wózkach

Podwyższone WC

Obniżona umywalka

Linka alarmowa w łazience

Krzesło prysznicowe



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



Zapewnienie dostępności informacji i komunikacji w turystyce

Zarządzanie turystyką jest obecnie ściśle związane z technologią informacyjną, dlatego odpowiednie umiejętności cyfrowe stały się kluczowe dla firm turystycznych. Cyfryzacja oraz rozwój Web 4.0 redefiniują miejsca pracy, wprowadzając nowe wymagania i kompetencje. Również cyfrowa świadomość konsumentów staje się coraz ważniejsza. Historia zdaje się powtarzać: każda nowa innowacja tworzy również nowe bariery. Osoby, które nie potrafią korzystać z najnowszych narzędzi informacyjno-komunikacyjnych, mogą znaleźć się w niekorzystnej sytuacji, zwłaszcza gdy planowanie i realizacja podróży stają się zależne wyłącznie od tych rozwiązań.



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



Zapewnienie dostępności informacji i komunikacji w turystyce

Najważniejsze umiejętności cyfrowe po stronie podaży obejmują marketing i komunikację online, obsługę mediów społecznościowych, MS Office, systemy operacyjne oraz monitorowanie opinii online (Carlisle et al., 2021). Największe luki kompetencyjne występują w zakresie sztucznej inteligencji, robotyki, rzeczywistości rozszerzonej i wirtualnej oraz programowania.



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



Zapewnienie dostępności informacji i komunikacji w turystyce

Wraz z rosnącym samodzielnym organizowaniem podróży przez turystów, umiejętności cyfrowe stają się kluczowe, zarówno dla pracowników, jak i konsumentów. W przeciwieństwie do wcześniejszych lat, kiedy podróże były organizowane przez agencje turystyczne, teraz wielu usługodawców deleguje zadania na turystów, takie jak np. odprawy samoobsługowe na lotniskach. Brak umiejętności obsługi technologii cyfrowych może skutkować trudnościami w korzystaniu z takich rozwiązań, nawet jeśli dostępne są poradniki online (np. dotyczące odprawy samoobsługowej), które wymagają przynajmniej podstawowych kompetencji cyfrowych.



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA





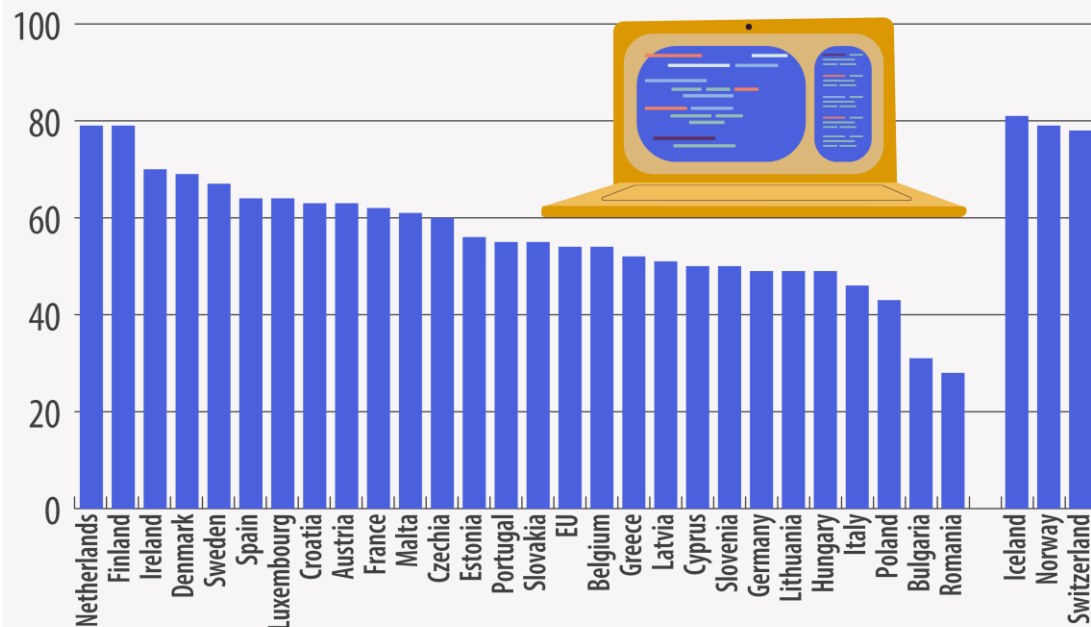
Erasmus+



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

People with at least basic overall digital skills in 2021

(% of people aged 16-74)



Overall digital skills refer to five areas: information and data literacy skills, communication and collaboration skills, digital content creation skills, safety skills and problem solving skills. To have at least basic overall digital skills, people must know how to do at least one activity related to each area. For more information on the types of activities related to each skill, consult the metadata file.

ec.europa.eu/eurostat

Procent osób z przynajmniej podstawowymi umiejętnościami cyfrowymi, UE i EOG, 2021

Choć można by oczekiwać, że większość populacji Unii Europejskiej jest cyfrowo biegła, w 2021 roku tylko nieco mniej niż dwie trzecie osób w wieku 16-74 lata miało przynajmniej podstawowe umiejętności cyfrowe. W około jednej trzeciej krajów Unii odsetek ten był poniżej 50%. (<https://data.europa.eu>).



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Zapewnienie dostępności informacji i komunikacji w turystyce

Wzrost wykorzystania sztucznej inteligencji i darmowych algorytmów tłumaczeń, które łatwo można stosować na platformach cyfrowych, może ułatwić turystykę. Jednak te technologie, choć obiecujące, wciąż są dalekie od ideału i małoprawdopodobne, by osiągnęły doskonałość w najbliższej dekadzie (Csepeli, 2020). Nawet jeśli to nastąpi, nadmierne uzależnienie od nich może prowadzić do nowych problemów, związanych np. z awariami technicznymi czy brakiem sygnału.



Zapewnienie dostępności informacji i komunikacji w turystyce

Przykładem zapewnienia dostępności są strony internetowe o prostym i intuicyjnym układzie, z głównie wizualną strukturą, umożliwiającą łatwe zrozumienie kluczowych informacji przez OzN intelektualnymi. Niestety, takie rozwiązania są rzadko spotykane na całym świecie i zazwyczaj występują tylko na stronach organizacji pozarządowych wspierających OzN. (<https://topdisabilitywebsites.co.uk>).



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



Zapewnienie dostępności informacji i komunikacji w turystyce

Koncepcja łatwej dostępności, połączona z kreatywnością, mogłaby zostać wdrożona na stronach internetowych branży turystycznej, przyciągając OzN funkcjonalnymi oraz pomagając pokonać bariery językowe, bez potrzeby korzystania z narzędzi tłumaczących.



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



Zapewnienie dostępności informacji i komunikacji w turystyce

Szybki rozwój cyfryzacji, mimo ogromnych możliwości, generuje również zagrożenia, takie jak dehumanizacja, która może prowadzić do zniekształceń i nierówności doświadczeń turystycznych. Dotyczy to nie tylko osób z potrzebą klasycznej dostępności, ale także starszych podróżnych, tzw. "srebrnych podróżników" powyżej 65. roku życia.



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA

