

Dezvoltarea metodei educaționale inovatoare a turismului ACCESIBIL în Europa Centrală

2022-2-HU01-KA220-HED-000099410



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



9. Problema barierelor lingvistice și de comunicare și a accesibilității



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



Barierile de comunicare și lingvistice - considerații preliminare

Nu doar obstacolele fizice/corporale ne pot împiedica să călătorim, ci există și bariere de comunicare și lingvistice care pot împiedica o experiență turistică reușită și binecuvântată. Limba permite exprimarea emoțiilor, împărtășirea sentimentelor, povestirea și comunicarea de mesaje și cunoștințe complexe. Limba este cel mai mare intermediar al nostru, permițându-ne să ne conectăm și să ne înțelegem reciproc - dar ne poate și separa unii de alții. În plus față de "deficiențele" fizice - mobilitate, vedere, auz etc. - există și o dimensiune cognitivă a dizabilității, iar cei care nu pot comunica pot fi incluși în grupul celor cu dizabilități.



Barierile de comunicare și lingvistice - considerații preliminare

Depășirea barierelor lingvistice este esențială pentru sectorul turismului
Cohen și Cooper: "Barierile lingvistice sunt, după cum știe toată lumea, un obstacol important în calea comunicării transculturale". (Cohen & Cooper, 1986)
Studiile au arătat că barierele lingvistice afectează alegerea destinației și deciziile de cheltuieli ale turiștilor (Cohen & Cooper, 1986).

Prin urmare, industria turismului ar trebui să depună eforturi mari pentru a depăși barierele lingvistice dintre gazde și turiști (Gillovic et al., 2018).



Barierile de comunicare și lingvistice - considerații preliminare

Turiștii sunt foarte conștienți de această dificultate, care are un impact semnificativ asupra alegerii destinației, a pregătirii pentru călătorie, a amplitudinii și conținutului interacțiunii lor cu localnicii și a calității experienței lor (Cohen - Cooper, 1986).

Un sondaj efectuat în 2018, în perioada premergătoare pandemiei Covid-19, pe un eșantion de peste 3 000 de rezidenți maghiari cu vârste cuprinse între 15 și 74 de ani (Csapó et al., 2018), a inclus o analiză a comportamentului de călătorie al populației maghiare, inclusiv a motivelor pentru care nu călătoresc: pe lângă faptul că persoanele care nu călătoresc nu dispun de una sau mai multe dintre cele trei condiții de bază ale turismului (motivație, venit discreționar, timp liber), lipsa competențelor lingvistice este, de asemenea, o barieră serioasă considerată de multe persoane.



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



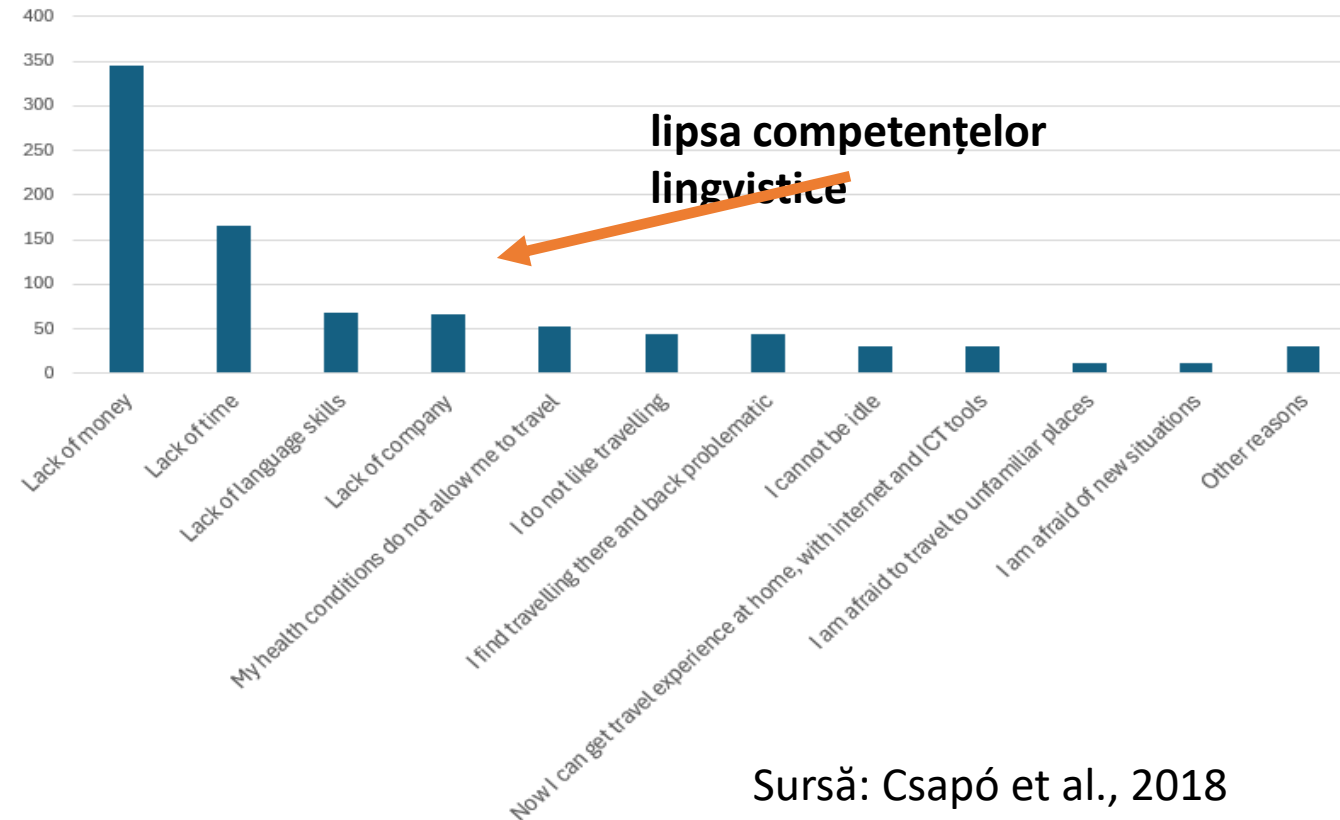
Barierile de comunicare și lingvistice - considerații preliminare

Bariera lingvistică este adesea doar mentală; este posibil să călătorești chiar și fără cunoștințe lingvistice (turism intern sau utilizarea de gadgeturi), chiar dacă experiența va fi ceva mai redusă (ceea ce nu se poate spune nici măcar despre o călătorie internă). În cazul abandonului clasic, principalul motiv este lipsa mijloacelor financiare, dar reticența față de călătorii poate fi cauzată și de lipsa competențelor lingvistice. Printre răspunsurile specifice la întrebarea "Care sunt motivele pentru care nu călătoriți?", lipsa banilor și lipsa de timp se situează pe primul și al doilea loc, în timp ce celelalte motive sunt neglijabile, dar lipsa cunoștințelor lingvistice se află pe locul al treilea, puțin înaintea lipsei de companie.



Barierile de comunicare și lingvistice - considerații preliminare

Motivele pentru care nu
călătoresc respondenții la un
sondaj prin chestionar în
Ungaria, 2018



Sursă: Csapó et al., 2018



Barierile de comunicare și lingvistice - considerații preliminare

Cu mai mult de 7 000 de limbi vii în lume, este foarte probabil ca limba turistului să fie diferită de cea a gazdei.

Jumătate din populația lumii folosește "doar" 23 de limbi.

Distincție între limbi în funcție de numărul de persoane care le vorbesc ca limbă maternă sau ca limbă învățată: deși chineza mandarină este cea mai răspândită limbă maternă din lume, cea mai răspândită limbă din lume în 2023 era engleza.

Engleza este în prezent singura limbă din lumea reală și limba afacerilor, a tehnologiei și a turismului.





Erasmus+



ACCESSIBLE

THE DEVELOPMENT OF THE INNOVATIVE
EDUCATIONAL METHOD OF ACCESSIBLE TOURISM
IN CENTRAL EUROPE



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

Cele mai răspândite limbi în lume, 2024

Limba	Numărul total de vorbitori (milioane)	Numărul de vorbitori nativi (milioane)
Engleză	1.452	372.9
Mandarin	1.118	929
Hindi	602	343.9
spaniolă ¹	548	474.7
franceză	280	79.9
(Standard modern) Arabă ²	274	0
Bengaleză	272.7	233.7
Rusă	258.2	154
portugheză ³	257.7	232.4
Urdu	231.3	70.2

¹ Spaniola este a doua cea mai răspândită limbă în ceea ce privește numărul de vorbitori nativi

² Araba modernă standard (MSA) este singura limbă care nu are vorbitori nativi: Araba este alcătuită din nenumărate dialecte și toți vorbitorii de arabă vorbesc de fapt o versiune locală. Mass-media (ziare, filme, televiziuni) utilizează MSA, de asemenea o limbă academică utilizată în literatură și politică

³ Cea mai răspândită limbă din emisfera sudică



Sursă: www.berlitz.com
ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA





Erasmus+



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

Cele mai răspândite limbi în lume, 2024

Limba	Numărul total de vorbitori (milioane)	Numărul de vorbitori nativi (milioane)
Indoneziană ⁴	199	43.6
germană	134.6	75.6
Japonia ⁵	125.4	125.3
Nigerian pidgin ⁶	120.7	4.7
Marathi	99.1	83.1
Telugu	95.7	82.7
Turcă	88.1	82.2
Tamil ⁷	86.4	78.4
Yueh Chineză	85.6	85.2
vietnameză	85.3	84.6

⁴ Nu este limba maternă a majorității - este mai degrabă o a doua limbă pentru înțelegerea reciprocă într-o țară cu peste 200 de limbi utilizate

⁵ Prima limbă din listă vorbită într-o singură țară. 99% dintre japonezi sunt vorbitori nativi

⁶ Până în 2050, Nigeria va fi a patra cea mai populată țară din lume, astfel încât limba pidgin poate avansa în clasament

⁷ Cu peste 5000 de ani de istorie, este cea mai veche limbă vie din lume

Sursă: www.berlitz.com



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



Cele mai utilizate limbi pe internet, 2024

Engleza este și mai dominantă: necunoașterea limbii engleze, în prezent singura limbă adevărată a lumii, este, de asemenea, o dizabilitate în materie de informare și comunicare. În prezent, în lume există peste 1 miliard de site-uri web, 18% dintre acestea fiind active (<https://siteefy.com>)

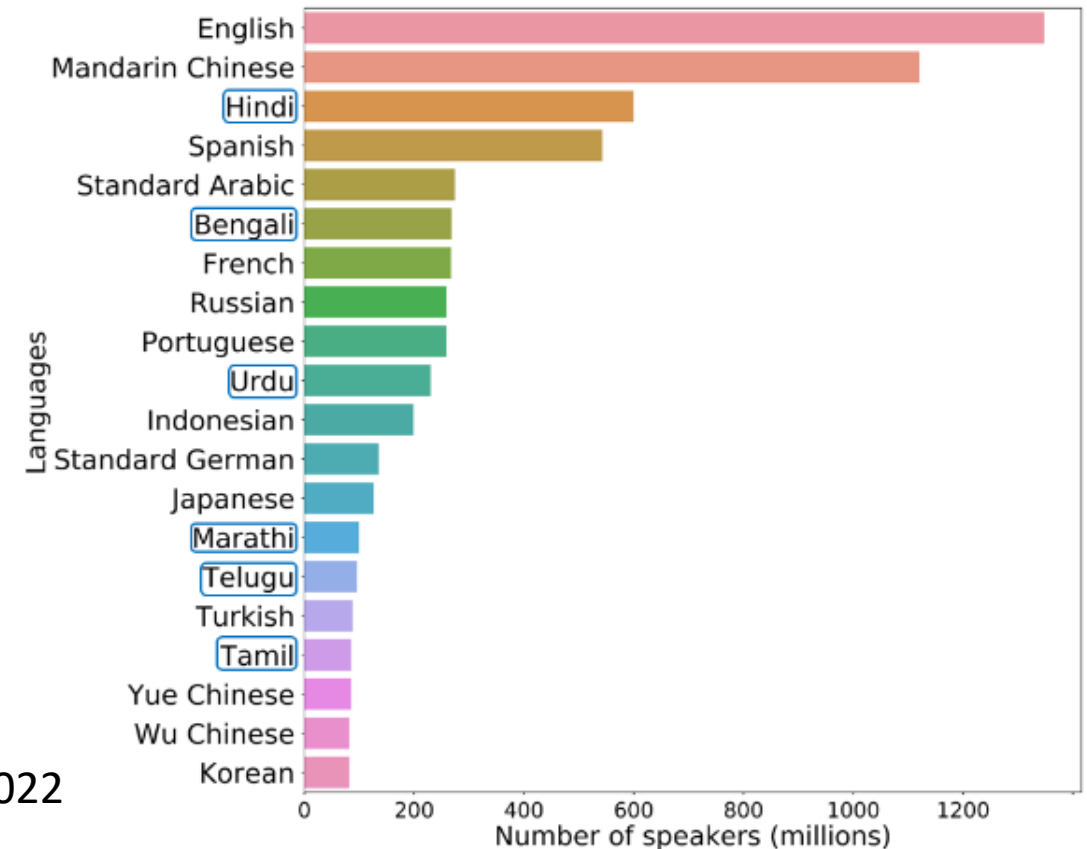
53% din cele mai vizitate 10 milioane de site-uri din lume sunt în limba engleză, în timp ce chineza reprezintă doar 1,8%

Un decalaj mare și în cazul limbii spaniole: prima limbă a aproape o jumătate de miliard de persoane, față de 5,1% din site-urile web în această limbă.

De asemenea, este interesant de observat că, în timp ce germana este a doua cea mai vorbită limbă online, în vorbirea live nu se află nici măcar în primele zece.



Cele mai răspândite limbi în lume, 2024



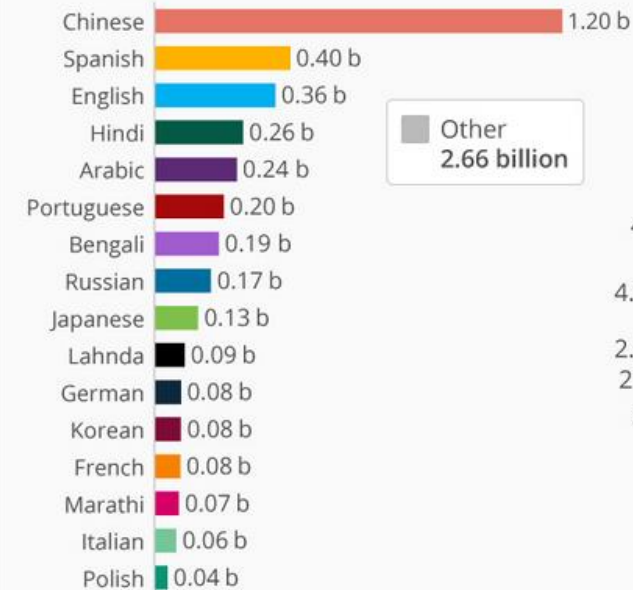
Sursă: Dey et al. 2022

Limbile cele mai utilizate pe internet, 2024

Sursă: 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



Barierile de comunicare apar atunci când un turist vizitează o țară și nu înțelege limba populației locale.

În țările cu mai multe limbi sau versiuni foarte diferite, dialecte ale aceleiași limbi, această problemă poate apărea în interiorul granițelor, chiar și fără a călători în străinătate - există țări în lume în care se vorbesc zeci, chiar sute de limbi, recordurile fiind deținute de Papua Noua Guinee și Indonezia, cu nu mai puțin de 840 și, respectiv, 711 limbi (<https://www.statista.com>).

Bariere lingvistice în turism



Barriere lingvistice în turism

Engleza este limba vorbită sau cel puțin minim înțeleasă în majoritatea destinațiilor. Problema apare atunci când turistul sau localnicii nu cunosc limba celuilalt sau o a treia limbă, precum engleza.

Progresele tehnologice ajută la depășirea barierelor de comunicare, dar acestea necesită resurse financiare adecvate, acces la internet și timp de traducere - o altă sursă de barieră.

Semnele cu informații de bază despre clădiri sau atracții sunt de obicei scrise în mai multe limbi. Este aproape imposibil să le traducem pe toate în toate limbile.



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



Barriere lingvistice în turism

Problema afectează în mod diferit diferitele tipuri de turiști. În abordarea lui Cohen, în care cele două tipuri de bază de turiști sunt turiștii instituționalizați și cei neinstituționalizați (Cohen, 1984), turiștii de masă organizați și individuali trăiesc de obicei în bula ecologică a propriei societăți, din siguranța căreia observă și experimentează alienarea mediului gazdă. Această bulă conține o componentă lingvistică în plus față de mediul familiar, mâncare și alte servicii.



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

Tipurile de turiști ale lui Cohen

Turiștii instituționalizați se bazează pe sistemul organizat de turism, unde problemele lingvistice sunt mai puțin frecvente.

Turiștii neinstituționalizați se bazează mai mult pe ei înșiși - și pe propriile lor competențe lingvistice.



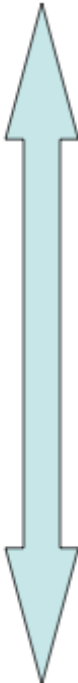
ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



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

The organised Mass Tourist Low on adventurousness, try to maintain “environmental bubble”; purchase ready-made package tour; little contact with local culture or people	Institutionalised tourism Dealt with routinely by the tourism industry	 Familiarity
The individual mass tourist Similar to the above but more flexibility and scope for personal choice is built in; organised tour; “environmental bubble” shields him from the real experience of the destination		
The explorer The trip is organised independently; looking to get off the beaten track; comfortable accommodation, reliable transport, “environmental bubble” is abandoned on occasion	Non-institutionalised tourism Individual travel, shunning contact with the tourism industry except where absolutely necessary	
The drifter No connection to the tourism industry; get as far from home and familiarity; no fixed itinerary; lives with locals, immerse in their culture.		

Turiștii instituționalizați ai lui Cohen și comunicarea lor

Majoritatea sau toți angajații din unitățile turistice care lucrează cu turiști au un nivel relativ ridicat de cunoaștere a limbii: o condiție prealabilă pentru angajarea în hoteluri, restaurante, magazine de suveniruri, agenții de turism și agenții de închirieri auto.

În țările cele mai dezvoltate din punct de vedere turistic, cel puțin o parte a personalului este multilingvă și poate astfel să comunice cu turiștii din toate principalele țări de origine în propria lor limbă.



Turiștii instituționalizați ai lui Cohen și comunicarea lor

Vizitele ghidate la atracțiile majore sunt organizate pe grupuri lingvistice, astfel încât fiecare turist să poată fi ghidat în propria limbă turiștii instituționalizați rareori îndrăznesc să iasă din bula lor ecologică și, chiar și atunci când o fac, sunt însoțiți de un ghid: de obicei, aceștia nu întâmpină practic nicio problemă de comunicare cu localnicii care ar necesita o adaptare lingvistică minimă.



Turiștii neinstituționalizați ai lui Cohen și comunicarea lor

Adevărații exploratori și călători (adică tipul de turist neinstituționalizat, cu experiențe de călătorie semnificative) utilizează în mod limitat sau aproape deloc serviciile oferite de facilitățile turistice (inclusiv utilizarea intermediarilor lingvistici - ghizi, ghizi turistici, interpreți) și, prin urmare, sunt mai expuși la alienitatea mediului gazdă decât turistul de masă tipic.

Aceștia nu caută protecția bulei instituției turistice și se află cu mult dincolo de periferia sistemului turistic în cadrul căruia operează turistul de masă individual. În schimbul unei experiențe mai autentice, aceștia își asumă, de asemenea, un nivel mai ridicat de risc, inclusiv în ceea ce privește limba. Aceștia pot fi asistați de mediatori.



Turiștii neinstituționalizați ai lui Cohen și comunicarea lor

În plus față de mediatorii formali - ghizi, agenții de turism etc. - există și mediatorii informali fără responsabilități de mediator; rolul lor este adesea invizibil, dar foarte subiectiv și important. Mediatorii informali includ mass-media, prietenii, rudele, suvenirurile, fotografiile, precum și lucrătorii din turism, alți turiști și membrii comunității locale (Marinovic - Simić, 2018).

Alte tipuri de mediatorii lingvistici, cum ar fi ghizii locali autoprocamați, șoferii de taxi și alte persoane care stau la pândă în jurul hotelurilor și își oferă serviciile, pot fi mediatorii chiar mai lipsiți de scrupule decât ghizii profesioniști în medierea comunicării dintre turiști și localnici - adică este posibil ca aceștia să nu promoveze servicii fără bariere, ci este mai probabil să genereze bariere lingvistice și alte obstacole care ajung chiar dincolo de barierele lingvistice (Cohen - Cooper, 1986).



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



Instrumente pentru gestionarea obstacolelor - partea ofertei

În turismul internațional, diverse instrumente pentru reducerea barierelor culturale și de comunicare.

Utilizarea certificării de către operatorii de turism și organizațiile de gestionare a destinațiilor, utilizarea semnelor, imaginilor, pictogramelor în locul comunicării scrise, educarea populației locale și încurajarea participării comunității la turism (populația locală interesată de turism este mult mai probabil să învețe limba vizitatorilor decât omologii săi care nu beneficiază de turism) .

Pictogramele dintr-un restaurant vă pot ajuta să evitați problemele legate de alergiiile și intoleranțele alimentare, de exemplu, dar, din păcate, aceste semne nu sunt neapărat standardizate încă.





Erasmus+



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



Pictograme utilizate în turism

Vedeți scaunul cu roțile în linia de sus -
asistență directă pentru cei care nu sunt
doar cu dizabilități lingvistic

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



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



Instrumente de gestionare a barierelor - partea cererii, adică turiștii

Utilizarea comunicării nonverbale, comunicarea fără cuvinte rostite (tonul vocii, gesturi, postură, atingere și vedere), în mod intenționat sau neintenționat.

În comunicarea non-verbală, decodarea mesajului necesită o cunoaștere aprofundată a culturii, situației și circumstanțelor emițătorului și receptorului. Atunci când persoane din țări diferite din punct de vedere cultural se întâlnesc într-o interacțiune turistică, pot apărea bariere dacă acestea nu sunt familiarizate cu cultura celuilalt (Marinovic & Simić, 2018).

De exemplu, unele gesturi ale mâinii pot fi pozitive, dar și extrem de ofensatoare, în funcție de locul de pe glob în care vă aflați și chiar de direcția în care întoarceți palma.



Comunicarea non-verbală - un gest care a mers prost



Președintele George H.W. Bush, în încercarea de a fi prietenos cu un grup de protestatari din Australia, a dat involuntar echivalentul britanic al întinderii degetului mijlociu

Președintele George H.W. Bush, în timpul unei vizite în Australia în 1992, crezând că este prietenos și sprijină un grup de protestatari pentru pace din Canberra, a făcut "V pentru victorie" sau "semnul păcii" în timp ce trecea cu limuzina sa. Din nefericire, el a prezentat simbolul cu palma îndreptată spre interior, așa cum se obișnuiește în Statele Unite - însă în insulele britanice și, de asemenea, în Australia, palma ar trebui să fie îndreptată spre exterior pentru a exprima pacea, gestul prezentat de o palmă îndreptată spre interior semnificând același lucru ca degetul mijlociu întins în cultura americană.

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



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



throughout-history/

Instrumente de gestionare a barierelor - partea cererii, adică turiștii

Comunicarea în scris - în cazul în care turistul sau gazda are cel puțin o cunoaștere minimă a celeilalte limbi, comunicarea scrisă poate reduce unele dintre neînțelegerile care apar odată cu comunicarea verbală (accente, vorbire rapidă) să învețe limba engleză - pare evident că toată lumea ar trebui să învețe cea mai importantă limbă a lumii de astăzi, astfel încât să poată fi limba intermediară în turism (de asemenea), dar nu toată lumea poate avea motivația și oportunitatea de a face acest lucru.

Să meargă în vacanță într-un loc în care se vorbește limba respectivă sau o limbă străină vorbită de turist - dar acest lucru restrânge din nou gama de potențiale destinații.



Instrumente de gestionare a barierelor - partea cererii, adică turiștii

Învățați limba țării de destinație - foarte puțini turiști fac efortul de a învăța limba țării gazdă pentru o călătorie de câteva zile sau săptămâni, cel mult un an. De asemenea, aceasta restrânge gama de potențiale destinații. Este mai obișnuit și mai simplu să achiziționați și să utilizați cărți de limbi străine sau dicționare simplificate ca instrument de asigurare a unor competențe lingvistice minime aplicații: inclusiv cele lingvistice (Google Translate, Duolingo, iTranslate, Memrise, Busuu); alte aplicații care fac comunicarea inutilă, cum ar fi planificatoarele de călătorie (Citymapper, MAPS.ME, Roadtrippers, Google Maps), Uber etc.

Cu toate acestea, dependența de aplicații poate crea, de asemenea, bariere: acestea pot face un utilizator care depinde prea mult de ele vulnerabil în cazul în care telefonul rămâne fără baterie, se strică, este deteriorat sau furat; fără semnal; fără conexiune la internet; roaming costisitor etc.



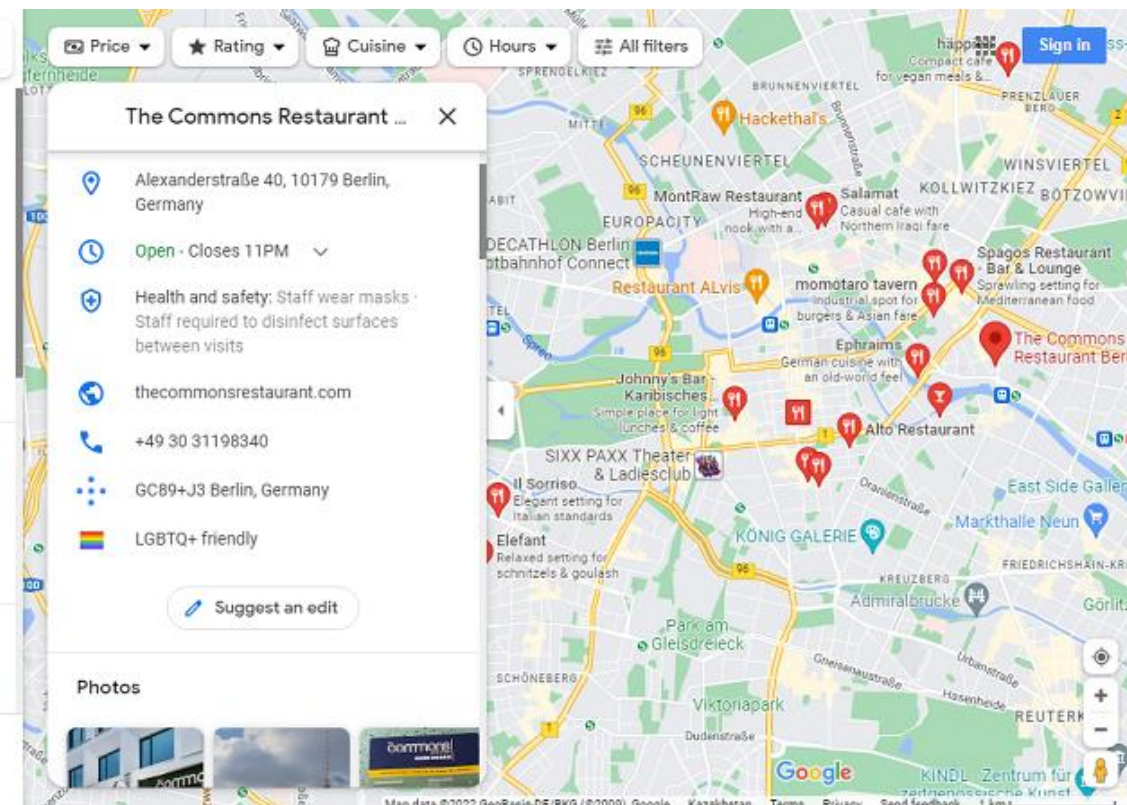
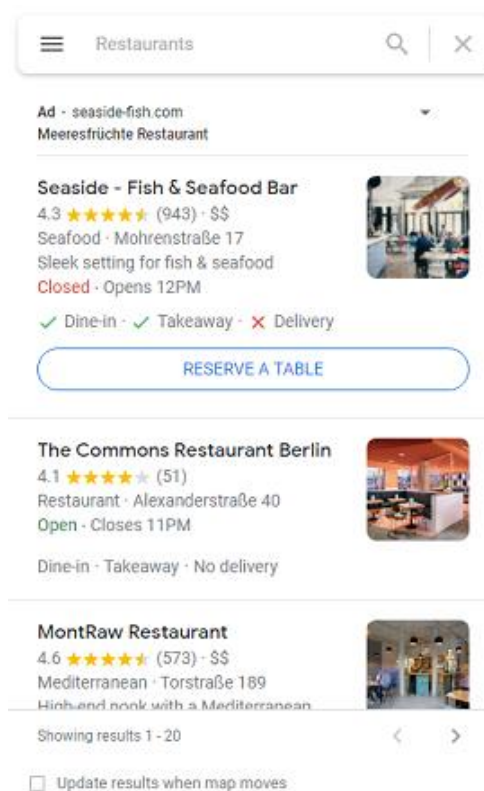


Erasmus+



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

Cum să găsiți un restaurant utilizând 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.

Instrumente pentru gestionarea barierelor - sfaturi practice oferite de portalurile de turism

Înscrieți-vă la un curs pentru începători: localnicii care lucrează în destinații au văzut adesea persoane care se confruntă cu barierele lingvistice, sunt obișnuiți să se ocupe de nevoile turiștilor și organizează adesea cursuri pentru începători. Urmând doar unul sau două cursuri, turiștii pot învăța cele mai comune fraze și întrebări, cum ar fi cum să comande într-un restaurant, să întrebe unde este toaleta etc.

Învățați regulile de bază ale pronunției: acest aspect adesea trecut cu vederea poate fi incredibil de important atunci când învățați o limbă, deoarece vorbirea cu un accent sau o intonație incorectă este puțin probabil să fie înțeleasă.



Instrumente pentru gestionarea barierelor - sfaturi practice oferite de portalurile de turism

Căutați situații în care trebuie să folosiți limba: cel mai bun mod de a vă obișnui să vă confrunțați cu barierele lingvistice este să începeți să folosiți limba puțin câte puțin: de exemplu, ieșind în oraș pentru cină sau făcând cumpărături singur

Consultați lista de cuvinte uzuale a lui Gabriel Wyner (<https://625words.com/>): guru-ul limbii a întocmit liste cu cele mai uzuale 625 de cuvinte - Adler a ajuns la 200 (Adler, 1980, citat de Cohen & Cooper, 1986)

<https://625words.com/>



Instrumente pentru gestionarea barierelor - sfaturi practice oferite de portalurile de turism

Nu vă simțiți inconfortabil dacă simțiți că ați eșuat: acceptați disconfortul, deoarece aventurarea în afara zonei de confort este în sine respectabilă. În loc să vă simțiți reținuți de competențele lingvistice deficitare, considerați că este un punct forte faptul că sunteți capabili să comunicați la orice nivel.

Limbajul corpului ca mijloc de comunicare dincolo de toate granițele, continentele și diferențele culturale. De exemplu, un chelner care ne întreabă dacă mai vrem cafea face de obicei semn din cap spre ceștile goale de pe masă. Folosiți aceste acțiuni și indicii non-verbale și vedeți cât de departe puteți ajunge cu comunicarea non-verbală;

Țineți telefonul încărcat și cu suficient trafic de date: un smartphone este un instrument de încredere care vă poate ajuta să ieșiți din orice situație jenantă care poate apărea (aplicații de hartă, aplicații de traducere etc.). Cu toate acestea, este recomandabil să nu vă bazați prea mult pe tehnologie

(<https://www.gadventures.com/blog/language-travel/>)



Asigurarea accesibilității info-comunicării în turism

Comunicarea în turism nu înseamnă doar utilizarea limbii, ci și exploatarea oportunităților - și evitarea capcanelor - TIC într-o industrie din ce în ce mai digitalizată.

Digitalizarea serviciilor turistice transformă structura sectorului prin modificarea barierelor la intrarea pe piață, facilitarea comparațiilor de prețuri - un beneficiu major în materie de accesibilitate pentru consumatori, partea cererii - și revoluționarea canalelor de vânzare prin internet, optimizarea costurilor și îmbunătățirea eficienței producției - un beneficiu inestimabil pentru partea ofertei, furnizorii de servicii (Gutierriz et al., 2023).



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



Asigurarea accesibilității info-comunicării în turism

Utilizarea tehnologiei informației în turism (de asemenea) pare a fi de natură fundamental lipsită de bariere, deoarece elimină obstacole precum lipsa de informații, barierele lingvistice în unele cazuri (rezervarea de cazare, zboruri, mașini etc. se poate face prin internet fără bariere lingvistice, în propria limbă maternă în majoritatea cazurilor). facilitează în mare măsură luarea deciziilor: de exemplu, atunci când se alege o cazare sau un alt furnizor de servicii, recenziile utilizatorilor pot constitui o orientare în sine (făcând inutilă colectarea de informații despre furnizorii de servicii prin alte canale de comunicare), dar permițând, de asemenea, căutarea unor factori specifici prin intermediul platformelor de rezervare, cum ar fi accesibilitatea, reducând astfel în mare măsură incertitudinea asociată călătoriilor.



Asigurarea accesibilității info-comunicării în turism

Pe site-ul web al celui mai mare mediator de cazare, booking.com, la rubrica "Facilități" se poate introduce doar accesibilitatea în scaun cu roțile ca criteriu de restrângere a rezultatelor căutării, însă un călător mai atent poate derula în jos și găsi o filă "Accesibilitatea proprietății" și o filă "Accesibilitatea camerei", cu nu mai puțin de șapte, respectiv unsprezece aspecte (cu suprapuneri, desigur)

Există informații despre

- (1) accesibilitatea proprietății și
- (2) accesibilitatea camerei



Caracteristici de accesibilitate a proprietății și a camerei pe booking.com

Accesibilitate proprietate:

- Toaletă cu bare de susținere
- Toaletă înălțată
- Chiuvetă coborâtă
- Cablu de urgență pentru baie
- Mijloace vizuale (Braille)
- Mijloace vizuale (semne tactile)
- Ghidare auditivă

Accesibilitatea camerei

- Întreaga unitate este situată la parter
- Etaje superioare accesibile cu liftul
- Întreaga unitate este accesibilă în scaun cu rotile
- Toaletă cu bare de susținere
- Baie adaptată
- Duș Roll-in
- Walk-in duș
- Toaletă înălțată
- Chiuveta inferioară
- Cablu de urgență în baie
- Scaun de duș



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



Asigurarea accesibilității info-comunicării în turism

Managementul turismului a devenit în prezent complet inseparabil de tehnologia informației, astfel încât deținerea competențelor digitale adecvate este de o importanță capitală pentru întreprinderile din turism.

Digitalizarea și Web 4.0 redefinesc locurile de muncă și creează altele noi, necesitând noi competențe și abilități.

Competențele digitale ale consumatorilor devin, de asemenea, din ce în ce mai importante. Istoria pare să se repete din nou: fiecare îmbunătățire creează și noi bariere - cei care nu pot utiliza cele mai recente instrumente de info-comunicare se pot afla într-o situație de dizabilități, de exemplu, dacă planificarea și punerea în aplicare a călătoriei se pot face numai prin intermediul instrumentelor și soluțiilor de info-comunicare.



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



Asigurarea accesibilității info-comunicării în turism

Cele mai importante competențe digitale viitoare din partea ofertei includ competențele de marketing și comunicare online, competențele în domeniul rețelelor sociale, competențele MS Office, competențele în utilizarea sistemelor de operare și competențele în monitorizarea recenziilor online (Carlisle et al., 2021).

Cele mai mari decalaje între nivelurile actuale și cele viitoare de competențe se constată în ceea ce privește inteligența artificială și competențele de robotică, precum și competențele de realitate augmentată și realitate virtuală, dar aceste competențe, împreună cu competențele de programare pe calculator, sunt cele mai puțin importante competențe digitale.



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



Asigurarea accesibilității info-comunicării în turism

Alfabetizarea digitală nu este suficientă pentru angajați, ci este necesară și pentru consumatori. Deoarece din ce în ce mai multe activități de organizare a călătoriilor sunt efectuate de către călători, spre deosebire de deceniile anterioare (când munca grea de organizare a unei călătorii era de obicei încredințată agențiilor de turism profesionale), și din ce în ce mai multe funcții ale furnizorilor de servicii sunt delegate turiștilor, pentru a economisi timp și bani (de exemplu, autocheck in în aeroporturi), alfabetizarea digitală devine o necesitate din ce în ce mai esențială pentru călători, iar lipsa unor astfel de competențe îi face pe călători să fie persoane cu dizabilități, într-un fel.

Se pot găsi ghiduri privind utilizarea unor astfel de soluții de autoservire, de exemplu auto-check in în aeroporturi (www.tripsavvy.com), dar găsirea și utilizarea acestor ghiduri necesită, de asemenea, cel puțin competențe digitale de bază.



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA





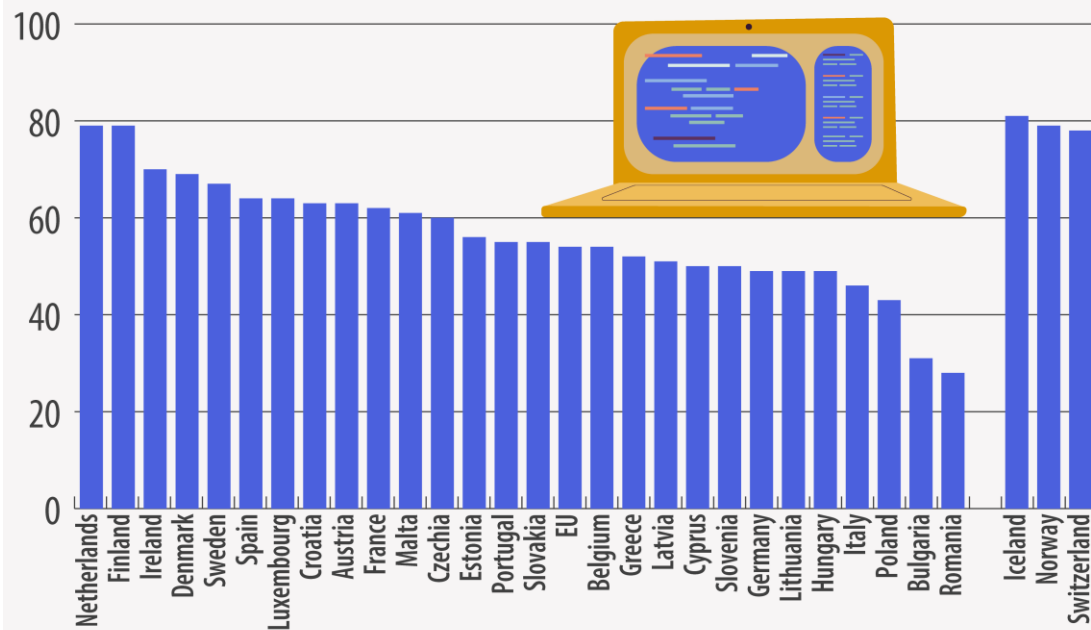
Erasmus+



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



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
IN POZNAŃ



SAPIENTIA
HUNGARIAN UNIVERSITY
OF TRANSYLVANIA



Proporția persoanelor cu cel puțin competențe digitale de bază, UE și SEE, 2021

Ne-am aștepta ca majoritatea populației din Uniunea Europeană să fie alfabetizată digital, însă realitatea este că, în 2021, mult mai puțin de două treimi din populația totală a Uniunii în vârstă de 16-74 de ani avea cel puțin competențe digitale de bază, iar în aproximativ o treime din țările în cauză acest procent a rămas sub 50% (<https://data.europa.eu>)

Asigurarea accesibilității info-comunicării în turism

Actorii din lumea călătoriilor comunică aproape exclusiv în limba (limbile) națională (naționale) a (ale) țărilor sau aproape exclusiv în limba engleză - însă ființele umane în căutare de experiențe turistice sunt extrem de diverse și în ceea ce privește educația. Dacă majoritatea nu poate folosi engleza, prima limbă de transfer din lume, cel puțin la un nivel minim, aceștia se vor confrunta cu o serie de obstacole care vor afecta (sau ar putea afecta) calitatea experienței lor turistice. Apariția așa-numitei inteligențe artificiale, a algoritmilor de traducere gratuită care pot fi utilizați cu relativă ușurință pe platformele digitale ar putea ușura lumea călătoriilor, dar, pe de o parte, aceștia sunt departe de a fi perfecți și este puțin probabil să devină astfel în următorul deceniu (Csepeli, 2020) și, chiar dacă vor deveni astfel, dependența excesivă de aceștia ar putea chiar crea obstacole suplimentare în călătorii (în caz de defecțiuni tehnice, lipsă de semnal etc.).



Asigurarea accesibilității info-comunicării în turism

Un exemplu pentru asigurarea accesibilității este conceptul așa-numitelor site-uri web ușor de utilizat și ușor de înțeles: dezvoltarea unei structuri cu adevărat ușor de înțeles și de gestionat, în principal vizuală și grafică, care face ca mesajele centrale și informațiile pe care furnizorul site-ului web le consideră importante să fie ușor de înțeles și accesibile persoanelor cu dizabilități mentale.

Din păcate, acest tip de soluție de accesibilitate, care include elemente de accesibilitate, are un domeniu de aplicare foarte limitat în aproape toate regiunile lumii.

În plus, acolo unde este disponibilă, aceasta face parte aproape exclusiv din paginile online ale ONG-urilor care reprezintă grupul de persoane cu dizabilități în cauză (<https://topdisabilitywebsites.co.uk>).



Asigurarea accesibilității info-comunicării în turism

Conceptul de accesibilitate ușoară, combinat cu o anumită creativitate, ar putea fi pus în aplicare, de exemplu, ca un strat de site-uri operate de industria turismului pentru a atrage vizitatori și a pune la dispoziție servicii. Acest lucru ar fi necesar, în primul rând, pentru a permite unui nou segment de persoane cu dizabilități funcționale să devină potențiali călători în lumea turismului și, în al doilea rând, pentru a facilita depășirea lacunelor lingvistice menționate mai sus (de obicei în limba engleză), fără a fi nevoie de alte ajutoare digitale de traducere.



Asigurarea accesibilității info-comunicării în turism

Fluxul de informații care se extinde și se adâncește rapid, creat de digitalizare, pe lângă o bogăție de oportunități aproape neexploatare, generează cel puțin la fel de multe surse de pericol.

Impersonalizarea, de exemplu, poate genera în multe cazuri distorsiuni și inegalități de experiență care pot împiedica dezvoltarea unei atitudini autentice de călător și a dorinței de a deveni călător.

Acest lucru este valabil nu numai pentru persoanele care au o nevoie puternică de accesibilitate clasică, ci și, de exemplu, pentru generația de peste 65 de ani, așa-numita "generație de argint a călătorilor",.

