



Politika kao turistička destinacija »

Naizgled mali incident pokrenuo je veliku ideju i Nikolas Vud, novinar koji je desetak godina pratio ratove i krize na Balkanu, osnovao je turističku agenciju čiji putnici ne idu u pohode kulturnim znamenitostima, već dubljem shvatanju politike i aktuelnih događaja u svetu

Piše: Aleksandra Ajdanić

Bio je mart 2004. godine i Nikolas Vud samo što se sa Kosova preselio u Sloveniju. Još se nije ni raspakovao, a stigle su vesti o nasilju koje se preko noći razbukvalo, dečacima koji su se udavili u Ibru, protestima u Mitrovici... Sasvim dovoljan razlog da se odmah vrati nazad. U metežu, najgorem od okončanja rata, najzatečeniji su bili upravo predstavnici međunarodne zajednice - kako je

to Nikolasu i rekla portparolka UN. "Taj ponor među njima - političara i međunarodnih birokrata i stvarnih

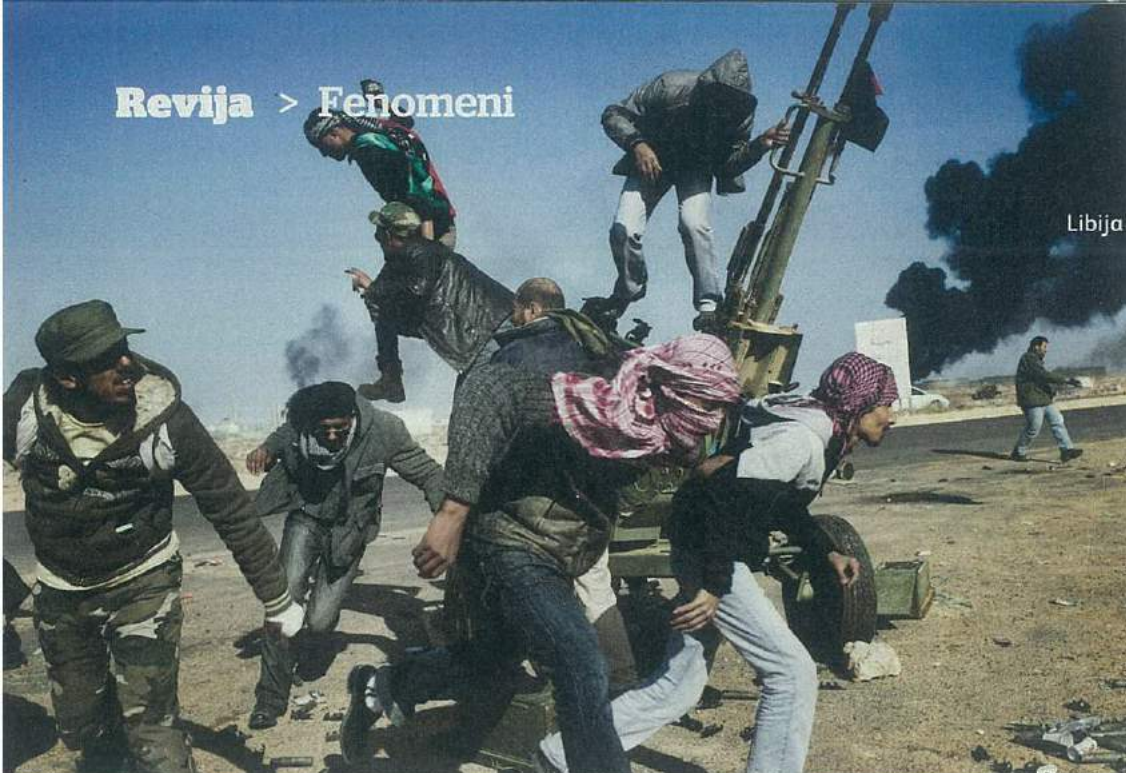
Biografija

Nikolas Vud je deset godina izveštavao sa Balkana počev od 1999. Radio je za britanske medije - BBC, Gardijan, Observer, kao i američki Vašington post i emisiju "60 minuta" CBS-a, i Njujork tajms (2003-2008). Bavio se i drugim spoljnopolitičkim temama poput evropskih integracija, ratnih zločina i pravde. Po povratku u Britaniju osniva Political Tours 2009.

zbivanja u regionu nad kojima su upravo oni imali ogromnu moć - bili su pokretačka ideja posla kojim se sada bavim. Pitao sam se u tom trenutku, pomalo idealistički, kako bih i toj portparolki i drugima poput nje mogao da pružim uvid u stvarnost", kaže Nikolas.

Pet godina pošto mu je ta misao prošla kroz glavu, osnovao je Political Tours, turističku agenciju čije destinacije određuju aktuelni svetski događaji. Kada se posle burnih godina vratio kući u Britaniju razradio je ideju i 2009. krenuo u avanturu. Nepune tri godine kasnije njegova agencija je već sasvim ozbiljan biznis. Nikolas se sada ne bavi klasičnim novinarstvom jer nema vremena. Žali se da mu nedostaje pisanje, ali ovaj posao ga ceolog uzima. Jednog dana, možda...

PUT U ZNANJE: "Imam zaista mnogo posla. Pre nekoliko nedelja vratio sam se sa ture koju sam vodio u Libiju. Za tri dana idem u Kinu, a ovog vikenda intenzivno radim na



Libija

pripremnim sastancima članova grupe koja ide u Severnu Koreju... Pokušavam iznad svega da nađem vremena za porodicu", priča Nikolas Vud za Novi magazin, dok njegova mlađa kćerka veselo čavrlja s njegovog krila, tražeći očevu pažnju. "Tolike godine sam u novinarstvu fokusiran na spoljnu politiku i lako mi je da organizujem bilo koju turu, iako je i to veliki rad. Ali ovaj posao ima i komercijalnu stranu, sve to oko marketinga, prodaje... To mi je mnogo veći izazov", dodaje.

Prve dve godine po osnivanju agencija je radila sa institucijama i nevladinim sektorom. Bilo je relativno jednostavno, jer su klijenti tačno znali šta im je potrebno od svake ture. Primera radi, urednici spoljnopolitičke rubrike u španskim medijima imali su organizovanu turu na Kosovo. Poslednjih godinu dana Nikolas je odlučio da sve ubaci u veću brzinu - agencija je prerasla u tur-kompaniju pa su putovanja preko Political Toursa sada praktično svima dostupna. U ponudi su sada grupne ture na destinacije koje organizuje sama kompanija, tzv. prilagođene ture za institucije, kompanije ili univerzitetske grupe koje imaju specifična interesovanja ili poručene ture za manji broj ljudi koji ne žele da idu sa grupnim turama, ali žele pomoć eksperta - vodiča u kraćem vremenskom intervalu. Naručene ture smo radili u Turskoj, Gruziji,

Za grupne, opšte ture, ako idemo u Srbiju, recimo, ne tražimo susrete sa Tadićem ili Jeremićem, već sa njihovim savetnicima ili portparolima

5.000€

libijska tura "Posle revolucije", juni 2012.

imamo zahteva za Srbiju i Kosovo... Ali ne radimo to često, bilo bi prenaporno", priča Nikolas.

"Ljudi koji vide naš sajt i našu ponudu shvate da je ovo što mi radimo vrlo ozbiljno. Mi se ne bavimo klasičnim turizmom, niti je ovo neka vrsta voajerstva, kao što neki pomisle. Ne vodimo ljude u ratne zone, u bedu, ne izlažemo ljudsku patnju pogledima radoznalih. Mi omogućavamo dublji uvid u opštu situaciju u zemlji u koju idemo. Kada čovek ide na ta mesta sam ili preko običnih turističkih agencija može videti i naučiti mnogo

Mačka sa Kosova

Nikolasova kćerka nije bila jedina nestrpljiva tokom našeg razgovora. I jedna mačka je negodovala što nema njegovu pažnju. "Ovu mačku sam doneo sa sobom sa Kosova. Ne znam da li je albanska ili srpska, možda čak romska, ali prilično je svesna svoje teritorije", kaže Nikolas uz smeh, ciljano se igrajući rečima. "Izvesno je da ima kosovski etnicitet, slovenski mentalitet i pasoš, a trenutno živi u Velikoj Britaniji".

toga, ali ne na nivou koju mi dajemo. Naš adut je pristup - insistiram na sagledavanju kompleksnosti problema ili situacije, nudimo nijanse, senzitivni pristup u kojem ništa nije i ne sme da bude crno-belo, kao što je u kratkim naslovima u medijima koji više nemaju novca kao nekada za izveštavanje sa lica mesta, pa daju samo neku kratkoročnu sliku i perspektivu. Nama je cilj da do saznanja naši klijenti dođu postepeno i sa suštinskim razumevanjem", objašnjava naš sagovornik.

NJANSIRANI PRISTUP: Svaka tura počinje vrlo bazičnim susretom sa lokalnim stanovništvom, upoznavanjem s njihovim svakodnevnim problemima: kakvo je obrazovanje, kako zarađuju za život, kako provode vreme, kakva su im očekivanja. Ne polazi se od istorije ili nedavno okončanog rata ili aktuelnih političkih konflikata. "Tragamo za suštinom problema, a ona je uvek u socio-ekonomskoj sferi. Primera radi, uzimmo Kosovo. Čim se pomene svi se koncentrišu na rat, a osnovni problem dole su ekonomija i infrastruktura. Mi ne polazimo s pričom o ratu. Tek kada se kroz inicijalne razgovore dođe do zaključka o pravim problemima, onda se vraćamo u sedamdesete, pa idemo tragom pitanja šta bi bilo da je Kosovo tada bilo razvijeno kao ostatak Jugoslavije. I tada povedemo našu grupu u elektrane. Ili recimo Tripoli. Već posle prva dva dana kroz razgovore sa prosečnim porodicama i predstavnicima lokalne vlasti uvideli smo da je njihov glavni svakodnevni problem smeće: niko ga ne odnosi sa ulica, gomila se, zaraze se šire. Na kraju nedelje, kad smo sve to ponudili našim putnicima, sledili su sastanci s političarima, bankarima...".

Princip je uvek isti - svi sastanci se ugovaraju unapred, a oni najvažniji planiraju se za sam kraj ture, kad putnici već steknu uvid u realnost svakodnevice. Zahvaljujući svom dugogodišnjem radu u novinarstvu i iskustvu ljudi s kojima radi, Nikolas kaže da imaju mnogo kontakata širom sveta, ali da ih vrlo pažljivo

koriste. "Za grupne, opšte ture, ako idemo u Srbiju, recimo, ne tražimo susrete sa Tadićem ili Jeremićem, već sa njihovim savetnicima ili portparolima. Susreti s najvišim predstavnicima vlasti organizuju se samo u slučaju tura visokog profila (obično zatvorenih), ali tada je agencija u ulozi profesionalnih konsultanata i pravi posebne aranžmane", objašnjava Nikolas.

"Na grupnim turama pokušavamo da u ponudu uključimo i ponešto specifično za klijente, za njihovu profesiju, ali to ne diktira našu ponudu jer na ovim putovanjima grupe imaju do 16 ljudi koji dolaze sa svih strana, iz najrazličitijih profesija, rasponi godina su neverovatni... Ono što je takođe bitno to je da ti ljudi istovremeno uče jedni od drugih, mere sopstvena i profesionalna i lična iskustva sa drugima iz grupe", dodaje sagovornik Novog magazina.

TURE KAO ČASOPIS: "Vrlo nam je bitno da ljudi koji žive u regionu ili zemlji u koju idemo vode naše ture jer oni najbolje znaju lokalne prilike. Ne volim da stranci to rade, ali nekada je dobro uz lokalnog vodiča imati recimo bivšeg ili sadašnjeg dopisnika iz regiona, jer to unosi dodatnu dimenziju, tu internacionalnu perspektivu. Svaka politika, uostalom, ima i lokalni i globalni aspekt, pa je kombinacija najbolja moguća ponuda. Činjenica je da ovaj posao ima i svoju komercijalnu stranu, pa neke ture prosto zahtevaju da uz njih ponudite i neka velika imena, pa i to imamo kad zatreba. Evo, sada u maju šaljem turu u Bosnu, ići će i Kejt Ejdi, nekadašnji dopisnik iz regiona, i to će privući veliki broj ljudi", detaljno objašnjava Nikolas.

Kaže nam i da je izbor destinacija vezan za aktuelna događanja, da Balkan i dalje intrigira ljude, ali da više nije na vrhu interesovanja. Severna Koreja i Turska u ovom trenutku su hit u njegovoj turističkoj agenciji. "To što sam vodio ture na Kosovo i u Bosnu je zato što sam deset godina radio i praktično živio tamo. To je region koji mene zanima, koji dobro pozna-



Kosovo

Zvali su me iz CNN-a za intervju i kada sam video najavu za emisiju pobesneo sam - nazvali su ovo "turizmom ratnih zona". To senzacionalistički zvuči, ali mi to ne radimo

jem. Tamo smo išli posle ratova, kada su konflikti okončani. Ni u Libiju nismo išli dok je bilo opsadno stanje. Pre neki dan zvali su me iz CNN-a za intervju i kada sam kasnije video najavu za emisiju pobesneo sam - nazvali su ovo što radim 'turizmom ratnih zona'. To senzacionalistički zvuči, ali mi to ne radimo. Ne vodimo ljude tamo gde je i kada je opasno. Ako negde i postoji nagoveštaj mogućih bezbednosnih problema, kao što je recimo bilo u Libiji, imamo tim koji brine o tome", insistira na ovim detaljima direktor Political Toursa.

Ono što Nikolas Vud želi to je da njegove političke ture prerastu u

2.900€

tura "Mladićeva ostavština", Bosna i Srbija, maj 2012.

Tura "Mladićeva zaostavština"

9 - 17. maj, tura po Bosni i Srbiji
Luj Sel, bivši američki diplomata, vodiće ovu devetodnevnu turu uz pomoć Kejt Ejdi, poznate britanske novinarku, vodećeg dopisnika BBC, koja je izveštavala sa svih ratnih poprišta poslednjih par decenija, uključujući i rat u Bosni.

neku vrstu magazina uživo, jer njegove ture su ekvivalent vestima - morate da znate o čemu je reč, da istražite problem da biste mogli da ga saopštite, da pišete o njemu. "Kao što jedan časopis ne može da objavi sve bitne teme u jednom broju, tako ni mi ne možemo da organizujemo ture na sve aktuelne lokacije u toku jedne godine. Nameravam da napravim i turu vezanu za predsedničke izbore u SAD ili za pitanje nezavisnosti Škotske, za finansijsku krizu u Britaniji - to je veoma bitna tema jer to se direktno tiče naših života i želim da ljudi razumeju zašto je ta kriza nastala i šta se događa... Tu je Rusija, Južna Amerika, to planiramo za iduću godinu. Moramo da balansiramo. Ne možemo biti svuda."

Fotografski zapisi sa tura već su na sajtu. Nikolas želi da uskoro pravi i filmove, opet kao deo informativne ponude svoje turističke agencije-časopisa. Ima li konkurencije, pitamo ga, jer su mnogi novinari bili u situaciji da pomažu kolegama iz drugih krajeva sveta, pa kad vide da ovaj koncept prolazi možda će i sami poželeti da započnu sličnu agenciju. "Siguran sam da će biti toga. Meni je zanimljivije to što neke klasične turističke agencije pokušavaju da imitiraju ovo što mi radimo, ne znajući zapravo da to nije šetnja sa novinari-ima okolo-naokolo...", osmehuje se Nikolas. ☞