



Аграрен университет – Пловдив, Научни трудове, т. LX, кн. 1, 2016 г.  
Кръгла маса *Специализирани видове туризъм – предизвикателства и перспективи*  
Agricultural University – Plovdiv, Scientific Works, vol. LX, book 1, 2016  
Round table *Special forms of tourism – challenges and prospects*



**РОЛЯТА НА ЕКСКУРЗОВОДА В ИНТЕРКУЛТУРНАТА  
КОМУНИКАЦИЯ ПРИ ОРГАНИЗИРАНИЯ КУЛТУРЕН ТУРИЗЪМ  
ROLE OF THE TOUR GUIDE IN THE INTERCULTURAL  
COMMUNICATION WITHIN ORGANIZED CULTURAL TOURISM**

**Христина Недялкова  
Hristina Nedialkova**

Икономически университет – Варна  
University of Economics – Varna

**E-mail: [hnedjalkova@ue-varna.bg](mailto:hnedjalkova@ue-varna.bg)**

**Abstract**

The report examines a set of eighteen observations of groups visiting Southern Italy, escorted in the course of three days by tour guides. The main role of the tour guide during the itinerary is one of cultural interpreter, helping the group to enjoy fully the additional advantages of the local society. Conveniently, the tourist guides/tour leaders are divided in two classes according to their intercultural competences and the tour operator sends fewer and more experienced tour guides to work simultaneously, this permitting a direct observation on the different outcomes due to tourist guiding. The findings from the a somewhat liberal verbal questioning by the organizers at the end of the tour, as well as those from the direct observation of the group behaviour and satisfaction are compared with the insights from other local professionals: museum and national park guides, boat crews, local and foreign coach drivers, restaurant and hotel professionals, baristi and others. The different kind of verbal information that the more experienced tour guides gave regarded local food and drinks, etiquette, tipping, coffee drinking, time and space orientation, hierarchy and rules (or their absence) and the extent of the private sphere. Their groups expressed more satisfaction at the end of the tour and the interculturally prepared tour guides were preferred by all other professionals.

**Key words:** tourist guiding, tour leader, tour guide, intercultural communication, Italy.

**ВЪВЕДЕНИЕ**

Предмет на изследване в алтернативния туризъм е и ролята на екскурзОВОДА за формиране на подходящ модел на поведение на туристите и за намаляване на негативите чрез интерпретация (Randall & Rollins, 2009).

Интеркултурната комуникация в туризма е сравнително нова теория (Reisinger, 2004; Yaneva, 2008), като България има чудесен, но неусвоен

потенциал за културен туризъм, включително и заради „липсващо трайно, удовлетворяващо и приятно преживяване“ (Neshkov, 2012). Интеркултурната комуникация навлиза в практиката без да е била преосмислена напълно.

Обект на изследване в настоящия доклад са организирани турове на немскоезични групи от Австрия в регион Кампания, Италия, с придружител водач и други специализирани гидове. Предмет на изследване е ролята на екскурзовода-водач като посредник в интеркултурната комуникация на чужденците и местните, в динамиката на адаптацията на групата, както и степента на удовлетвореност на гостите. Наблюдаваните екскурзоводи са с дългогодишен стаж, но различна степен на интеркултурна подготовка.

Докладът анализира степента на удовлетвореност на групите според наблюденията проведени от туроператора, както и с полуструктурирани интервюта със специалисти от бранша.

Цел на доклада е намирането на нови отправни точки за анализ на ролята на екскурзовода в интеркултурната комуникация, а също и подготвянето на статистически изследвания и приложими практики.

## **МАТЕРИАЛИ И МЕТОДИ**

Наложително е преосмисляне на ролята на екскурзовода В южната част на Италия то е извършено и там, за разлика от северната, екскурзоводът не е просто служител, а културен пратеник и оторизиран просветител на гостите. През 1985 г. Cohen, цитиран в Randall & Rollins (2009) спомага за анализа на ролята екскурзоводите и за съвременната методика за изследване със статията *The tourist guide: The origins, structure and dynamics of a role*.

В днешно време екскурзоводът е и PR-специалист на дестинацията, той образова и забавлява, а наред с другите си класически роли е усвоил и публичното говорене (Pond, 1993). Екскурзоводът „повишава качеството на туристическия продукт“, влияе на комуникацията и на самата придружавана група като вид общност (Yaneva in Ribov et al. 2007), а добре подготвените кадри са част от мениджмънта на дестинацията (Marinov, 2015). Все повече се налага виждането за ролята на екскурзовода като посланик на дестинацията (Weier, 2007), свързана с виждането за културния туризъм като конструкция на „нова идентичност“, както и на целенасочената екскурзоводска интерпретация (Ashworth & Larkham, 2013).

В нашата литература съществуват подробни теоретични критерии за оценка на ролята на екскурзовода (Neshkov et al., 2008, Yaneva, 2008). При алтернативния туризъм интерпретацията на екскурзоводите е предмет на изследване, например с въпросници, тест за хомогенност на групите, директно наблюдение. Randall & Rollins (2009) базират модела си на адаптирания от Weiler & Davis (1993) модел на Cohen (1985). В него изследваните роли на екскурзовода са: инструментална и социална, за интеракция, на мотиватор за отговорно поведение, както и най-вече като интерпретатор. Подобно е при Howard et al. (2001).

Друга водеща ос на анкетиране при разговорите с професионалисти са векторите на културните измерения на Hofstede (1991): властова дистанция, индивидуализъм срещу колективизъм, феминитет срещу маскулинитет, избягване на несигурността срещу толерантност към непредвидимото, дългосрочна срещу краткосрочна ориентираност. Очаквано е разминаване с профила за Италия спрямо посоченият на страницата [geert-hofstede.com](http://geert-hofstede.com), поради регионалните различия във федералната държава, както и историята на Двете Сицилии – мост между противоречиви култури. (Fretigne, 2009).

В този доклад се разглежда ролята на екскурзовода като водач и интерпретатор на векторите на културните различия.

В настоящото изследване са включени директни наблюдения над групи в един и същ вид организирано пътуване с обща цена с елементи на културен туризъм, които отговарят на дефиницията на McKercher & Cros (Buhalis, 2006) достъп до традиции и обичаи, гости с ограничено познание и желание за активна консумация на преживявания. Всяка една от групите е проучвана в края на пътуването от туроператора за степен на удовлетворение. Наблюденията над групите се разглеждат и през призмата на вижданията на различни професионалисти в Италия, регион Кампания, получени в следствие на неструктурирани интервюта проведени през месец април 2016 г.

В проведеното изследване се прави сравнение на две категории екскурзоводи – добре и слабо интеркултурно подготвени. Туровете са пътуване – почивка от шест нощувки и три дена с активна програма. Не са разпространени писмени въпросници и групите не са били информирани за наблюдението върху тях. На открито интервю се съгласяват предимно професионалисти извън конкретните договорни сфери на работа.

В изследването са включени наблюдения над общо 18 групи, по 9 наблюдения са извършени над групата от културно подготвени екскурзоводи (общо трима) и групата на интеркултурно неподготвените (общо трима). Групите са хомогенни по състав, възраст и пол, доходи, но от различни региони на Австрия. При пристигане се наблюдават сходни очаквания за преживяване. Туроператорът разпределя паралелно движещите се групи към екскурзоводи от двата вида, с цел намаляване на риска, което дава възможност за паралелно наблюдение над сходни групи, с идентична програма и природни условия, но с различно подготвен екскурзовод. Времето, което се пада на посещение на паркове и музеи с техни гидове е един ден, последният половин ден от общо трите с програма е трансферен. Основната характеристика на ролята на екскурзовода при наблюдавания тур е интеркултурната. Поради краткото време, екскурзоводите успяват главно да поднесат основна информация и да се концентрират върху известни конфликтни точки и интеркултурни разлики, за да се преодолее евентуално неразбиране за преживяването.

За културно подготвени екскурзоводи в изследването се приемат определените като такива от туроператора и техните колеги, включително и

други специалисти по веригата – хотелиери, ресторантьори, планински водачи, екскурзоводи в музеи, шофьори. Всички отговарят на профила: богат опит в туризма, работа в повече от една държава, добро познаване на местния и чуждия език, повече от един работен език, дипломатичност, грижа за представителността на дестинацията и грижа за доброто представяне на групите им. Всички те имат и достъп до повече от една култура поради семейната си история. Също така притежават добронамерена откритост и кураж в трудни ситуации. Търсени и уважавани специалисти с добра логистика, култура, аниматорски способности.

Другите трима екскурзоводи притежават някои от горепосочените качества, но по общо мнение проявяват сериозни пропуски в някои отношения. Например: слабо разбиране на същността на екскурзоводската работа и преекспониране на количеството на говорене за сметка на качествената и правилно съобразена беседа, пропуски в логистиката и добрата координация с другите участници, избягване на риск. Тези екскурзоводи са професионалисти с дългогодишен опит, които ясно осъзнават пропуските си, но ги компенсират с манипулативни техники: прекалено властен и силен глас, агресивна проксемика, преекспониране на майчинската роля или ролята на „слабата жена“, властен втрещен поглед над тъмни очила. Те са възприемани от колегите си като „резервни екскурзоводи“ – израз в Южна Италия на мека критика към липсата на стремеж за пълноценна лидерска роля. Тези екскурзоводи са имали достъп до различни култури, но предпочитат да възприемат света през призмата на общи клишета.

Трите източника на информация за преживяването на групите в следствие на намесата на екскурзовода са: изследването на туроператора във вид на устно неформално интервю след края на частта с придружител за неговите собствени маркетингови цели; директните наблюдения над групата и споделените впечатления пред екскурзоводи и техни колеги; информацията от полуструктурираните интервюта е от останалите специалисти от бранша.

## **РЕЗУЛТАТИ**

Според вида на източника на информация, се наблюдават 1) общи резултати – източник е туроператорът и самите организирани туристи; и 2) конкретни причини – източник професионалисти и колеги на мястото на провеждане на тура.

1. Общи резултати. Степента на удовлетвореност според туроператора, съвпада с очакваното изпълнение според категоризацията на екскурзоводите. Всички групи изразяват задоволство от пътуването, но при интеркултурно подготвените екскурзоводи се наблюдават и силни емоции, чувство за изключително добро преживяване, обещание за завръщане и хвалби за качествата на професионалистите, като елемент на успешното пътуване. При втората група коментарите са по-сдържани, учтиви и без добавени детайли, изразява се обща благодарност за самият тур.

Тези резултати съвпадат с директното наблюдение над паралелно извършваните пътувания. Гостите от групите на „търсените специалисти“ се открояват с видимо добро настроение, чувство за чудесно преживяване. Те използват положителни квалификации. Езикът на тялото изразява откритост, гостите се смесват с местните хора, заговарят ги като задават прости въпроси, пият кафе на крак на бар плота, усмихват се и правят комплименти, чувстват се приети, и са усвоили оставянето на бакшиш с усмивка. Те са видимо приети с удоволствие, получават комплименти и малки подаръци на внимание. Другата паралелно движеща се група не се смесва с местните, гостите издават неувереност и са скупчени с гръб към околната среда. Главите се клатят в негативна емоция, повече мълчат и наблюдават с леко иронично изражение. Следят с тревога къде е екскурзоводът. Предприемат много плахи опити да се смесят с местните и поръчват само типични за собствената им дестинация неща, като например капучино следобед. Някои консумират само напитки, които могат да купят в автобуса си. Те използват негативни изрази и въздишат често.

Във всяка от посочените организирани групи, независимо от кого са придружени, около една десета не отговаря на правилото на мнозинството.

2. Според проведените интервюта с професионалистите и колегите на място, причините за различните резултати е ролята на екскурзовода като интерпретатор и представител на дестинацията. Потвърждение за добра работа е изразът „една хубава групичка“ – която предава очакванията на заинтересованите колеги за добре организирана и ведра група, която е наясно с логистиката, общите правила – писани и неписани, с изразен интерес и уважение към дестинацията. Прието е, че водачът подготвя групата за срещата с другите специалисти, той е техен просветител и има смелостта да подготви групата чрез следните основни културни обяснения:

2.1. *Регионалните правила са различни и обикновено не са задължителни.* Severgnini (2011) започва книгата си за италианците с „обичаме изключенията повече от правилата“. Италия е федерална държава, а неписаните обичаи дори на Кампания се отличават от град на град. Една от основите оси на конфликт е преодоляването на очакването на немскоезичните групи за съществуващи ясни правила. Това се постига и конкретни примери и с видимото спокойствие на самият водач пред обратите на съдбата. Обяснява се например толерантността във времето – приемлива променлива за повечето австрийски групи. Групите се инструктират, че програмата, която може да бъде обсъждана, е само програмата за деня; че ще бъде определено времето за престой едва когато дестинацията е достигната, понеже самото пристигане на място не е сигурно събитие.

2.2. *„Идеята, че можеш да превземеш всички с усмивка“* (Severgnini, 2011). В Кампания усмивката е част от добрия тон. Според самите австрийски гости, усмивката се свързва по-скоро с покана за романтично приключение. „Наистина е така, у вас човек може да прави комплименти и да се усмихва просто така, колко прекрасно, докато у нас това вече не е възможно“, споделя атрактивна австрийска дама. Вероятно заради италианските песни и Ромео и

Жулиета, много от немскоезичните групи пристигат с нагласата за приключение. Фантастичните очаквания на групите от „усмивката“, дори и тази на водача, могат да бъдат предмет на отделно изследване. Интеркултурно подготвените екскурзоводи приемат риска от първоначален присмех и обясняват етикецията на обществото.

2.3. „*Не ме потупвайте приятелски, няма да ви разбере*“. Групите цитират с насмешка думите на екскурзовода, но в същото време оставят ръка разстояние между себе си и местните хора при разговор. Много от туристите са били забелязани да държат ръцете си хванати зад гърба, в близост до екскурзоводи, за да не се поддадат на първоначалния си рефлекс. В райони на Австрия, хората докосват събеседника с ръка по рамото, а в израз на още по-голяма симпатия го потупват сравнително силно и многократно с опакото на ръката. Първоначалното обяснение на екскурзовода, че подобно докосване има агресивен характер на юг се посреща с разочарование, но в рамките на деня е усвоено. Тази практика се посочва като особено полезна от местни шофьори на автобуси.

2.4. „*Входът е свободен, както и дарението*“ – посреща служител на църква в Кампания гостите си и им показва скрити редки картини. „Моля ви кажете на групата, че един малък знак на благодарност не е задължителен, но е възможен!“, „За един малък бакшиш групата може да използва услугите ми!“, са други магически формулировки в Кампания, които отварят широко вратите. Интеркултурно подготвените екскурзоводи обясняват същността така: „бакшишът не е просто израз на вашето задоволство, той е и форма на приключване на едно запознанство, без него ритуалът не е завършен“. Самите професионалисти в туризма остават един на друг бакшиш, наречен *mancia*, като заплащането на услугите дори е по-малко важно от самото ритуално приключване. *Mancia* се оставя понякога дори с молба и е израз на уважение към работата на другия. Ритуалът в кафенето изглежда примерно така (когато се консумира на крак): кафето се поръчва на касата, където струва 90 цента. Касиерът връща 10 цента от 1 евро, за които гостът благодари. С касовата бележка, клиентът отива на бар-плота и обяснява какво е поръчал и поставя касовата бележка с 10-те цента върху бележката, а понякога добавя още малко. Групите, които не разбират принципа на „ритуала“, получават по-малка част от услугите, на които биха могли да се наслаждат.

2.5. Дистанцията в обществото и важността на личната сфера се обясняват на групите с примера на спуснатите щори и малките прозорци. Групите се инструктират да не задават прекалено лични въпроси, също така да се съобразят с европейските правила за заснемане на хора само при очевидно съгласие.

2.6. Целенасочено използване на информация, според нуждите на групата. „Прекалено много се говори“, споделя дългогодишен шофьор, който смята, че екскурзоводите прекаляват с разтеглянето на информацията, използването на ирелевантни факти във времето и пространството, несъобразяването с възможностите на групата. Екскурзоводите-специалисти

предават на групата най-необходимата информация, отказвайки се от парадирание с широка обща култура. В никакъв случай не налагат гласа си и знанието си насила, колеги се намесват за да прекъснат подобно поведение. Показателно е мнението на капитан Нелло (с кораб Надир), че интеркултурно подготвените екскурзоводи не си измислят допълнителни фантастични истории, споделят вярна и точна информация, а също така осигуряват програма с повече действие и преживяване.

2.7. Други елементи на интерпретация са „тук и сега“, „скритите ценности“, разликите между Юга и Севера, културната смесица между най-доброто от цивилизациите, артистичността на поведението и кухнята, малките удоволствия в живота и оптимизма, моралните норми, оставени още от норманите. Уточнява се, че първият медицински университет изобщо, както и първият държавен в Европа, са основани в Кампания.

### ИЗВОДИ

От настоящото изследване могат да се направят следните изводи:

- Анкетирането на туристите показва по-голяма степен на положително преживяване и адаптиране към новата дестинация, ако са придружени от интеркултурно подготвен екскурзовод.

- В Кампания, благодарение на своите традиции за избор на най-доброто от културите, се е развило практическо разбиране за измеренията на интеркултурната комуникация. Там ролята на екскурзовода е на лидер, интерпретатор и оратор, с отговорност към групата и към дестинацията. Не само екскурзоводът е водач и носител на идеи, но цялата система на туризма разчита на тази негова роля и го подпомага с уважение и добронамереност.

- Изследването на удовлетвореността на групите в туризма, отвъд обичайните въпросници, може да бъде коригирано с мнението на специалисти от практиката.

- Ролята на екскурзовода като културен възпитател и пратеник, е важна при бъдещето увеличение на туристите от дестинации с различна култура, като например Китай, посочен от McKercher & Cros (Buhalis, 2006).

- При разглежданите екскурзоводи се наблюдава по-голяма степен на емоционална ангажираност с дестинацията на приемащата и посрещашата държава при интеркултурно подготвените екскурзоводи.

- Групите подобно на Теорията на Le Bon се разглеждат от професионалистите в туризма в Кампания като живи организми с назначена глава – водачът. Всяко девиантно поведение е за негова сметка, всяка положителна проява – негово лично постижение.

- От посочените по-горе примери се оказва, че изведените за Италия вектори на интеркултурни различия не се отнасят напълно за Кампания – регион с: 1) висока степен на несигурност; 2) важна роля на ценностите и грижата за ближния (феминитет); 3) неприемане на повечето авторитети, но ясна йерархия; 4) съобразен с колективните очаквания индивидуализъм; и 5) пълноценна концентрация върху „тук и сега“.

- Необходимо е допълнително изследване за намирането на възможни интеркултурни решения-мостове, тъй като интеркултурната комуникация наред с културният елемент в туризма е вече задължително условие за успех.

Тези изводи могат да бъдат основа на бъдещи изследвания и приложени в обучението на екскурзоводи с насоченост в интеркултурната комуникация.

#### RERERENCES

- Ashworth, G., P. Larkham*, 2013. Building A New Heritage (RLE Tourism).
- Buhalis, D., C. Costa*, 2006. Tourism Business Frontiers : Consumers, Products a. Industry. Oxford: Elsevier.
- Frétigné, J.*, 2009. Histoire de la Sicile: Des origines à nos jours.
- Hofstede, G.*, 1991. Cultures and organizations: software of the mind. London, New York: McGraw-Hill. // <geert-hofstede.com/italy.html> (10.05.2016).
- Howard, J., B. Smith, R. Thwaites*, 2001. Investigating the role of the Indigenous tour guide. // *Journal of Tourism Studies*, Vol. 12, Issue 2.
- Yaneva, M.*, 2008. Ekskurzovodsko obsluzhvane. S.: Univ. izd. „Stopanstvo”.
- Marinov, S.*, 2015. Menidzhmant na turisticeskata destinatsia. Varna: Nauka i ikonomika.
- Neshkov, M., K. Trendafilov, V. Kazandzhieva*, 2008. Ekskurzovodstvo. Varna: Nauka i ikonomika.
- Neshkov, M.*, 2012. Turisticheska politika: Istoricheski transformatsii, savremenno sastoyanie i nasoki za razvitie v Bulgaria. Varna: Nauka i ikonomika.
- Pond, K. L.*, 1993. The professional guide: Dynamics of tour guiding. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Randall, C., R. B. Rollins*, 2009. Visitor perceptions of the role of tour guides in natural areas. // *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 17, No. 3, May, 357–374.
- Reisinger, Y.*, 2004. Cultural differences in Tourism // *Tourism. An International Interdisciplinary Journal, Croatia*, Vol. 52, 3–5.
- Ribov, M.*, 2007. Osnovi na turizma. Chast 1. S.: Univ. izd. „Stopanstvo”.
- Severgnini, B.*, 2008. La testa degli italiani. Milano: BUR Saggi.
- Weier, M.*, 2007. Gäste professionell führen: Ein Leitfaden für die Tourismuspraxis. Stuttgart: Gmeiner-Verlag.