
INTERCULTURAL DIALOGUE: A TOOL FOR KNOWLEDGE SHARING AND A DRIVING FORCE FOR TOURISM DEVELOPMENT

Teodora Kiriakova-Dineva

South-West University “Neofit Rilski”, Blagoevgrad, Bulgaria, teodora.kiriakova@swu.bg

Vyara Kyurova

South-West University “Neofit Rilski”, Blagoevgrad, Bulgaria, vvasileva@swu.bg

Abstract: International relations and good connections within the overall communication process are factors which become increasingly competitive for all types of economic activities, the management of these activities and as concerning the topicality of this paper, the practice of hospitality and tourism. For tourism, as being one of the world’s leading types of tourism flows nowadays, which generates the largest tourist activities and thus the most economic profit, is the international tourism. This fact is extremely valid for countries located in a multinational and multicultural geographic region, such as the countries on the Balkans. A better understanding and good relations among the neighboring countries could be achieved when including a knowledge sharing on culture and common values for all spheres of social life, including tourism. International tourism offers a good solution for this matter. Additionally, the scope of international tourism offers many specific forms for travel, leisure and hospitality, found in all different kinds of mass tourism, alternative, individual and combined tourism practice. In postulating the various forms of tourism, the authors consider that it is relevant to seek an answer to the question of the motivation for undertaking a travel or holiday. Tourism science has answered this question without explicitly identifying the reasons that generate travels in a hierarchical way. Tourism science presents a priori the major drivers of travel choices, distinguishing different types and form of tourism. In this way, the science of tourism implicitly presents a wide range of different tourism activities. Of course, some of them are defined as basic (e.g. cultural tourism, recreational tourism, spa tourism, sports tourism), others - as secondary tourism (pilgrimage, sea tourism, wellness tourism), and others - provide an opportunity for integrated forms tourism (sea spa tourism, mountain wellness tourism) and so on.

In addition to the main types, specific tourist activities occur, and there is undoubtedly another additional activity, for which, however, there is no separate type of tourism. This is communication. This particular kind of accomplishing tourism does not yet exist as a tourism form, i.e. there is still no kind of so called communicative tourism, but the need to communicate with foreign cultures and sharing cultural knowledge is an important aspect in determining the choice of travel and vising, that concerning the formation of main types of tourism. This paper will consider the intercultural dialogue as a knowledge sharing in the field of tourism. Firstly, the role of intercultural dialogue in cultural assets in tourism will be considered. The area where this meeting will take place will be examined. This zone will be identified as a knowledge sharing zone. Last but not least, some features will be highlighted, both in terms of the dialogue between cultures in tourism and in terms of sharing the common cultural space in international and in general aspect.

Keywords: international tourism, intercultural dialogue, knowledge sharing, model

МЕЖДУКУЛТУРНИЯТ ДИАЛОГ: ИНСТРУМЕНТ ЗА СПОДЕЛЕНО ЗНАНИЕ И ПРЕДПОСТАВКА ЗА РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА

Теодора Кирякова-Динева

Югозападен университет „Неофит Рилски”, Благоевград, България,

teodora.kiriakova@swu.bg

Вяра Кюрова

Югозападен университет „Неофит Рилски”, Благоевград, България, vvasileva@swu.bg

Резюме: Международните отношения и добрите връзки в цялостния комуникационен процес са фактори, които имат все по-голямо значение както за всички видове икономически дейности, така и по отношение на гостоприемството и туризма. Туризмът е един от водещите икономически сектори и генерира най-мощните потоци от пътници в глобалния свят в наши дни, което допринася за повече печалби, особено по отношение на международния туризъм. Този факт е изключително валиден в страни, намиращи се в многонационален и мултикултурен географски регион (например държавите на Балканите). По-добро

разбиране и добри отношения между засегнатите страни биха могли да бъдат постигнати, ако се включат споделянето на знанието (за културата и общите ценности) във всички сфери на социалния живот. Добро решение за това дава межкултурният диалог.

В допълнение, международният туризъм предлага разнообразни начини на пътуване, прекарване на свободно време и гостоприемство, които се съдържат и във всички различни видове форми на масови туризъм, алтернативен туризъм, индивидуални и интегрирани туристически практики, с което могат да се очакват различни форми на споделяне на знанието. Постулирайки различните форми на туризъм, изглежда релевантно да се потърси отговор на въпроса за мотивацията за предприемане на дадено пътуване или почивка. Туристическата наука е дала отговор на този въпрос, без изрично йерархически да определи причините, генериращи пътуванията. Науката на туризма представя *a priori* основните групи на движещи сили за пътуване като обособява различните видове туризъм. По този начин науката за туризма имплицитно представя широк спектър от видове туристически дейности. Разбира се, някои от тях се определят като основни (например културен туризъм, рекреационен туризъм, спа туризъм, спортен туризъм), други като вторични видове туризъм (поклоннически туризъм, морски туризъм, уелнес туризъм), а трети представят възможност за интегрирани форми на туризъм (морски спа туризъм, планински уелнес туризъм и така нататък). Наред с обособените специфични туристически дейности и активности, несъмнено се извършва още една допълнителна дейност, за която обаче няма обособен вид туризъм. Това е комуникацията, а нуждата от общуване с чуждите култури и споделянето на знанието за културата е важен аспект за предприемането на пътуване и посещение при по-голяма част от видовете туризъм.

В настоящия доклад е разгледан межкултурният диалог като споделяне на знание в сферата на туризма. На първо място е изведена ролята на межкултурния диалог при срещите на културите в туризма. Представена е и зоната, в която се осъществява тази среща. Тази зона се идентифицира и като зона за *knowledge sharing*. Не на последно място са открити някои особености, както по отношение на диалога между културите в туризма, така и по отношение на споделяне на общото културно пространство в международен план.

Ключови думи: Международен туризъм, межкултурен диалог, споделяне знание, модел

1. УВОД

Споделянето на знанието в контекста на глобализацията, на сложните социални процеси и явления, и съпроводено с общочовешкото споделяне на ценности, е процес, който винаги е съпътствал човечеството. Споделяне на знанието се открива на всички нива на израстването на отделната личност, във всички нива на общностите и в целия житейски цикъл на организациите. Пред споделянето на знание не могат да бъдат поставени граници, тъй като самото знание не познава граници. В тази връзка характеристиките на споделянето на знание могат да се разгледат в концептуален аспект и във връзка с развитието на межкултурните връзки в международния туризъм. Като основна причина за избора на дадената тематика е нарастващото значение за управление на знанието в мултикултурна среда.

От друга страна, културното многообразие лесно може да бъде открито в почти всички сфери на човешката дейност в глобален мащаб, а и навсякъде, където съществуват специфични процеси и явления. Наред с това межкултурният диалог може да се приеме за инструмент, чрез който всяка култура (включително и организационна) прокламира своята индивидуалност, от една страна, а от друга - е готова да общува с всяка друга култура. Тези процеси са свързани също така и със способността за общуване и межкултурна и чуждоезикова комуникация, но в по-голяма степен се основават на способността за постигане на диалогичност. В този смисъл, може да се каже, че диалогичността, като свойство на човешката личност има много общи черти със споделяне на знанието. Следователно метафората „диалог между културите“ характеризира комуникативното пространство на културата, но също така може да бъде съотнесено към всяка една човешка и организационна дейност и процес (включително и в обхвата на международния туризъм). Затова е изключително важно да се определят предизвикателствата пред споделяне на знанието в туристическата дейност, а и за да се разкрие ролята на диалога между културите като инструмент, който способства межкултурните връзки.

В този контекст могат да се очертаят следните въпроси, чиито отговори ще зададат рамките на феномените, които са от интерес за нашето изследователско търсене:

1. Начин, място и време за опознаване на другата култура в туризма (регионално различна, суб-култура в рамките на националната, културата на приемната страна, т.е другата, “чуждата” култура).
2. Начин на провеждане на диалога за съпоставяне и установяване на различие между двата основни вида култури - културата на туризма и културата като човешкия продукт въобще.
3. Принос на межкултурния диалог за споделяне на знанието между посетители (туристи) и домакини.

Така очерганите от нас опорни точки отчасти се припокриват с въпроси, социално значими в контекста на съвременните туристически процеси, от една страна, но от друга свидетелстват, че културните общности и самата комуникация се намират не само в постоянно взаимодействие, но и се намират в процес на постоянно споделяне на знанието.

2. МЕЖДУКУЛТУРНИЯТ ДИАЛОГ – ИНСТРУМЕНТ НА МЕЖДУНАРОДНАТА СОЦИАЛНА СЦЕНА И В ТУРИЗМА

Терминът диалог като цяло се отнася до всяка една комуникативна страна на общуването, а богатството на дефинициите за диалога са многобройни и могат да се съпоставят с богатството на дефиниции за комуникацията и човешкото общуване въобще. Някои автори свързват особеностите на комуникацията с диалога между културите и с мултикултурализма (Вевере и Саникова, 2018), а други я разглеждат като управленски инструмент за процесите в организациите (Кургова, 2017). За да разшири тази линия на анализ, настоящия доклад включва по-обширния аспект на управление на знанието, и по-точно разглежда междукултурния диалог в контекста на споделеното знание в контекста на международния туризъм. Имайки предвид, че общуването в туризъм съблюдава в най-голяма степен принципите на взаимното разбиране и приемане на другостта, схващанията за приемане самообитността и характеристиките на националната култура, включително учтивост, използване на езика и стереотипизирането се приемат за елемент на споделеното знание (Сава, 2017; Хаджиева и Манова, 2018; Кал и др., 2004; Каращранова и др. 2015; Левунлиева, 2013). Допълнително, всяка една специфика в културата се отразява в други нейни съставни характерни черти в даден контекст в рамките на суб-културата, например спецификите на корпоративната култура (Ямашита, 2018), спецификите на организационната култура (Кюрова и Коюнджийска-Давидкова, 2018), спецификите на правната култура (Стойкова, 2016) и др.

По подобен начин, според нас, междукултурният диалог е налице винаги тогава, когато участниците в комуникацията могат в реципрочен ред да черпят информация от споделеното знание. В този смисъл, като универсален диалог може да се определи всяко речево взаимодействие и качество на суверенната личност, прилагаща универсалната общочовешка памет, спазвайки национално-исторически норми и традиции, споделяйки общи за обществото цели и споделяйки знанието за своя свят със света на „другостта“. Допълнително, понятието „диалог“ се ползва и помага за разбирането на много и различни схващания в науките, които формират пространството не само на комуникацията, но и на културата. Той има отношение и към проявяването на сензитивност в различни контексти (Неагу и др., 2017). В такъв случай много често изследователите се концентрират върху основни положения, някои сред които са културният империализъм, културният диспозиционализъм, и не на последно място – диалогът между културите, или още междукултурният диалог, допринасящ за междукултурния плурализъм. Развитието на диалога между културите се счита за едно от най-важните предизвикателства на XXI век.

Междукултурният диалог смекчава негативните аспекти от срещата между културите, от ефектите на глобализацията, като същевременно полага основите за мирни взаимоотношения. Междукултурният диалог способства преодоляването на недоразумения, възникнали при неразбирането, породено от пропуски в общуването между лица, принадлежащи към различни култури (Кирякова-Динева, 2016). Много са гледните точки, които разглеждат неговата същност. Някои от основните акценти се откриват при определяне на ролята му като инструмент на международната сцена.

Както е известно, Европейската комисия определи 2008 година като Европейска година на междукултурния диалог, като заедно с това беше публикувана Бялата книга за междукултурния диалог, основен документ потвърждаващ значението на културното многообразие и междукултурното образование като основни ценности на Европейския съюз. Допълнително, правната рамка, която обхваща междукултурния диалог включва над 20 основни регулиращи документа. По отношение на туризма, междукултурният диалог има огромно значение, стимулиращо отношенията и взаимодействията между гости и домакини.

По-ранни проучвания (вж. Кирякова-Динева, 2016; Kiryakova-Dineva & Kitkova, 2017) показват, че междукултурният диалог в туризма е явление, реализиращо се при условия на културно многообразие, където културата на домакина приема културите на гости, произхождащи от повече от една единствена изходна култура. При осъществяването на туристическата дейност, освен предлагането на услуги и тяхното потребление, се осъществява и диалог, генериран в специфична контактна зона, т.н. *зона на междукултурен диалог*, в която се срещат представители на неограничен брой култури. В това отношение интерес представлява моделът на контактната зона в туризма, който онагледява този вид връзки (вж. Фиг. 1).

Фиг. 1 Модел на контактната зона в туризма



Източник: Кирякова-Динева, 2016:80

Както е видно от така представения модел, межкултурният диалог в туризма се осъществява в обхвата на няколко различни и застъпващи се видове култури – изходната култура на туристите, културата на туристите (в качеството им на гости), културата на страната домакин (приемната култура) и туристическата култура на домакините. Според този модел истинското взаимодействие между културите се осъществява в едно ограничено пространство, което е идентифицирано като зона на межкултурен диалог. Контактната зона също така способства директните връзки между културите на взаимодействащите си култури. Допълнително, контактната зона в туризма е специфичен конструкт, който се оформя под въздействието на дадени условия, реализирани между туристите, домакините и туристическите ресурси (вж. Кирякова-Динева, 2016:76-81). Според нас тази зона следва да се разглежда и като зона за споделяне на знанието, тъй като в нея се осъществяват многообразие от двупосочни процеси, които касаят трансфера на знанието между културите.

3. СПОДЕЛЯНЕ НА ЗНАНИЕТО – СЪВРЕМЕНЕН ИМПЕРАТИВ И НЕОБХОДИМОСТ

Концепцията за знанието се определя като основно конкурентно предимство не само в сферите като образование, където то е основен конструкт, но и е от критично значение в дългосрочен план за индивида, организацията и системите. Знанието може да бъде придобито, съхранено, управлявано, разпространявано. Не на последно място основна характеристика на знанието е, че то може да бъде споделяно.

Масингхам приема, че знанието е основен ресурс, и че споделяне на знанието е най-важното свойство на организацията (Масингхам, 2020:323). Много изследователи насочват своето внимание към ролята за споделяне на знанието. В едно свое изследване Гаал и др. (2014) посочват, че споделянето на знанието се открива въз основа на неговата основна роля, която е управление на знанието (*knowledge management*). Авторите открояват триадата, която определя цикъла на управление на знанието и която се състои от следните компоненти: 1) улавяне и създаване на знанието (*knowledge capture and/or creation*), 2) споделяне и разпространение на знанието (*knowledge sharing and dissemination*), 3) придобиване и прилагане на знанието (*knowledge acquisition and application*). В допълнение, Гупта и Говиндараян (2000) открояват пет основни характеристики при споделяне на знанието, два от които според нас са особено релевантни за всяка туристическа дейност. Това са желанието на източника на знание за споделяне и богатството от от канали за предаване на знанието. Така посочените две основни характеристики имат отношение и към идентифицираната от нас зона на межкултурен диалог. Межкултурният диалог и споделянето на знанието имат общи черти, които касаят сложността на явленията, произтичащи както от разликите при срещата между културите, така и при нуждата от споделяне знанието, засягащо невидимите страни на културата, които могат да доведат до пречка и неудовлетвореност при потреблението на туристическия продукт.

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

С нарастването и интензивирането на потоците в обхвата на международния туризъм се открива ролята на межкултурния диалог като инструмент, който утвърждава значението на културното многообразие,

приемането на другостта и съхранението на културната на личността. Межкултурният диалог се осъществява в специфично обособена зона за взаимодействие на няколко вида култури. Едновременно с това, в международния туризъм тази зона може да бъде разгледана и като зона за споделяне на знанието. Межкултурният диалог е средство за успешно постигане на благоприятни международни връзки при преодоляване на различията между културите, но също така може да бъде и инструмент за споделено знание, което касае споделяне на общото културно пространство в международен план.

Разгледаните въпроси за межкултурния диалог в международния туризъм потвърждават неговото значение. Туризмът може да се разглежда и като форма за споделяне на културно пространство. Въпросите за взаимовръзката на диалога между културите и споделяне на знанието потвърждават схващането, че туризмът е не само индустрия, не е нито само проява на консуматорското общество. Туризмът поставя цел и е много повече от просто едно пътуване към тази цел. Туризмът е пътуване към другата култура и заедно с това - споделяне на знанието.

ЛИТЕРАТУРА

- Кирякова-Динева, Т. (2016). Межкултурният диалог в туризма. Университетско издателство “Неофит Рилски”.
- Кюрова, В. & Коюнджийска-Давидкова, Бл. (2018). Организационната култура и иновации в читалищата, В: Развитие на човешкия потенциал за иновативна социо-културна среда, Университетско издателство “Неофит Рилски”, 120-141.
- Gaál, Z., Szabó, L. & Obermayer-Kovács (2014). Personal Knowledge sharing: Web 2.0 Role Through the Lens of Generations. ECKM2014-Proceedings of the 15th European conference on Knowledge Management, 362-370.
- Gupta, A.K. and Govindarajan, V. (2000) Knowledge Flows within Multinational Corporations. *Strategic Management Journal*, 21, 473-496.
- Handjieva, E. & Manova, R. (2018). To tug at (someone’s) heartstrings. *Bulgarski ezik i literatura-Bulgarian language and literature*, 60 (6), 687-696.
- Kahl, T., Vyslonzil, E., & Woldan, A. (2004). Herausforderung Osteuropa. Die Offenlegung stereotyper Bilder. Oldenbourg Wissenschaftsverlag.
- Karashtranova, E., Iliev, G., Borisova, N., Chankova, Y. & Atanasova, I. (2015). Evaluation of the Accuracy of the BGLemmatizer. *Proceedings of the Sixth International Scientific Conference – SWU, FMNS*, 152-156.
- Kiryakova-Dineva, T. & Kitkova, M. (2016). Intercultural dialogue: A prerequisite for successful tourist adaptation. XII International May Conference on Strategic Management IMKSM 2016, 593-603.
- Kyurova, A. (2017). Communication as a managerial tool for the processes in organizations. *Entrepreneurship*, 5 (2), 61-69.
- Levunlieva, M. (2013). The process aspects of communication as a phenomenon and as a concept. *Foreign language education*, 173-183.
- Massingham, P. (2020). Knowledge Management: Theory in Practice. Sage
- Neagu, A.M., Suciuc, M.C. & Dascalu, M.I. (2017). Intercultural dialogue and intercultural sensitivity application of ISS-15 Scale, *INTED2017 Proceedings*, 3770-3777.
- Sava, D. (2017). Überlegungen zu einem neuen zweisprachigen phraseologischen Wörterbuch Deutsch–Rumänisch. *Lexikos*, 27(1). 457-477.
- Stoykova, P. (2016). Legal culture in the context of globalization. *Postmodernism problems*, 6 (3), 207-220. [in Bulgarian: Стойкова, П. (2016). Правната култура в условията на глобализация. *Проблеми на постмодерността*. 6 (3), 207-220.
- Yamashita, H. (2018). Competitiveness and Corporate Culture. *Competitiveness and Corporate Culture*, 118–134.