

## Research Paper

# Tour Guides' Language Proficiency Level and Their Capability in Creating Memorable Experiences: Tour Guides and Foreign Tourists' Perspectives in Focus

Zahra AhmadpourKasgari<sup>\*1</sup> , Atiyeh Arabi<sup>2</sup> 

<sup>1</sup> Assistant professor, TEFL, Department of English language teaching and literature, faculty of literature and foreign languages, University of Mazandaran, Babolsar, Iran. ([z.ahmadpour@umz.ac.ir](mailto:z.ahmadpour@umz.ac.ir))

<sup>2</sup> Assistant professor, French literature, Department of English language teaching and literature, faculty of literature and foreign languages, University of Mazandaran, Babolsar, Iran. ([a.arabi@umz.ac.ir](mailto:a.arabi@umz.ac.ir))



© The Author(s)

publisher: University of Mazandaran



[10.22080/jtpd.2024.27651.3917](https://doi.org/10.22080/jtpd.2024.27651.3917)

**Received:**

August 7, 2024

**Accepted:**

September 2, 2024

**Available online:**

October 21, 2024

**Keywords:**

Language skill level, creating memorable experiences, tour guides, foreign tourists.

## Abstract

**Context and Purpose:** Memorable experiences are considered one of the effective factors in tourists revisiting tourist destinations. This study investigated the relationship between tour guides' language proficiency level and their capability to create memorable experiences, focusing on tour guides' and foreign tourists' perspectives.

**Design/methodology/approach:** This research adopted a mixed-methods design in which both quantitative and qualitative data were collected and analysed. A questionnaire was used to collect quantitative data, and semi-structured interviews were used for qualitative data. The participants comprised 23 tour guides and 65 foreign tourists.

**Findings:** The results of the quantitative section indicated that there is a significant difference between the memorable experiences of tourists who were guided by people with high language proficiency compared to those who were guided by tour guides with basic language skills. The results of the thematic analysis of tour guides revealed five themes encompassing understanding historical and cultural commonalities, language barriers and their impact, storytelling and language mastery, feedback reflecting language effectiveness, and language proficiency as a tool for connection. The results of the thematic analysis of tourists demonstrated six themes constituting communication effectiveness, tour enjoyment experience, emotional impact, adaptability and flexibility, perceived professionalism, challenges, and barriers.

**Conclusion:** The results of this research corroborate that the language proficiency of tour guides is an essential component in effective tour guiding. The results of this research highlight the need for continued investment in language training for tour guides. By doing this, the tourism industry can ensure that tourists end their trips not only with more knowledge but also with precious memories.

**Originality/value:** By highlighting the role of language skills of tour guides, this research helps to understand the role of the important element of language in creating memorable experiences for tourism managers.

**\*Corresponding Author:** Zahra AhmadpourKasgari

**Address:** Department of English language teaching and literature, faculty of literature and foreign languages, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.

**Email:** [z.ahmadpour@umz.ac.ir](mailto:z.ahmadpour@umz.ac.ir)

**Tel:** 09112119533



## Extended Abstract

### 1. Introduction

Tourism encompasses the multifaceted experience of visiting, observing, learning, enjoying, and engaging in activities distinct from the quotidian life of tourists. Memorable experiences for tourists are those that are selectively curated from their overall experiences and can be vividly recalled following their journey. As travel becomes increasingly accessible, there has been a notable surge in the demand for proficient tour guides. Tour guides function as intermediaries between tourists and the local culture, history, and environment, facilitating not only the dissemination of knowledge but also the generation of unforgettable experiences. A pivotal factor that affects the efficacy of tour guides in fulfilling this role is their language proficiency. Consequently, it is imperative to comprehend how language proficiency influences the quality of guided tours, which holds significance for both tour operators and destination managers. Although prior research, has explored various dimensions of tour guiding, such as training programs and professional development, there remains a paucity of studies specifically addressing the interaction between language skills and experiential quality from the perspectives of both guides and tourists.

### 2. Research Methodology

This study adopted a mixed-methods design to address the research objectives. In so doing, both quantitative and qualitative data were collected and analysed. The instruments of the study included IELTS, memorable tourist experiences scale, and semi-structured interviews. The participants comprised a group of 23 tour guides and 65 foreign tourists. Initially, the 23 tour guides took

the IELTS test and were divided into two groups based on their language proficiency level. Next, the tourists were asked to fill out the memorable tourist experiences scale. Following that, 18 tour guides and 24 tourists participated in semi-structured interviews. To analyse the quantitative data, an independent samples t-test was used. As for the qualitative data, thematic-content analysis was performed.

### 3. Research Findings

The results of the independent samples t-test indicated a significant difference between the memorable experiences reported by tourists who were guided by tour guides with high language proficiency compared to those who were guided by individuals with basic language skills. The results of the thematic analysis of tour guides revealed five themes encompassing understanding historical and cultural commonalities, language barriers and their impact, storytelling and language mastery, feedback reflecting language effectiveness, and language proficiency as a tool for connection. The results of the thematic analysis of tourists demonstrated six themes constituting communication effectiveness, tour enjoyment experience, emotional impact, adaptability and flexibility, perceived professionalism, challenges, and barriers.

### 4. Conclusion

The results underscore the critical role that language proficiency plays in shaping tourist experiences, aligning with previous research that emphasizes the importance of effective communication in the tourism sector. In conclusion, this study reinforces the notion that language proficiency is a fundamental component of effective tour guiding. The significant differences in memorable experiences between tourists



guided by proficient versus basic speakers highlight the need for ongoing investment in language training for tour guides. By doing so, the tourism industry can ensure that visitors leave with not only knowledge but also cherished memories of their journeys.

### **Funding**

There is no funding support.

### **Authors' Contribution**

The authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work

### **Conflict of Interest**

Authors declared no conflict of interest.

### **Acknowledgments**

We are grateful to all the persons for scientific consulting in this paper.



علمی پژوهشی

## سطح مهارت زبان راهنمایان تور و توانایی آن‌ها در خلق تجربیات به‌یادماندنی: بررسی دیدگاه‌های راهنمایان تور و گردشگران خارجی

زهرا احمدپور کاسگری\*<sup>۱</sup> ID، عطیه اعرابی<sup>۲</sup> ID

<sup>۱</sup> استادیار آموزش زبان انگلیسی، گروه زبان و ادبیات انگلیسی، دانشکده ادبیات فارسی و زبانهای خارجی، دانشگاه مازندران، بابلسر، مازندران، ایران  
<sup>۲</sup> استادیار زبان و ادبیات فرانسه، گروه زبان و ادبیات انگلیسی، دانشکده ادبیات فارسی و زبانهای خارجی، دانشگاه مازندران، بابلسر، مازندران، ایران



© نویسندگان

ناشر: دانشگاه مازندران



[10.22080/jtpd.2024.27651.3917](https://doi.org/10.22080/jtpd.2024.27651.3917)

### چکیده

**زمینه و هدف:** امروزه، تجربیات به‌یادماندنی به‌عنوان یکی از عوامل مهم و مؤثر در بازدید مجدد گردشگران از مقاصد گردشگری محسوب می‌شود. این پژوهش به بررسی ارتباط سطح مهارت زبان راهنمایان تور و توانایی آن‌ها در خلق تجربیات به‌یادماندنی با تمرکز بر دیدگاه‌های راهنمایان تور و گردشگران خارجی در ایران می‌پردازد.

**روش‌شناسی:** پژوهش حاضر از نظر هدف، توصیفی-اکتشافی، از نظر مخاطب، یک پژوهش بنیادی و بر اساس نحوه گردآوری داده‌ها از نوع پژوهش آمیخته (کمی-کیفی) است. جمع‌آوری داده‌های کمی از طریق پرسش‌نامه و داده‌های کیفی با استفاده از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته انجام شد. جامعه آماری این پژوهش در بخش کمی ۶۵ نفر گردشگر و در بخش کیفی ۱۸ نفر راهنمای تور و ۲۴ نفر گردشگر خارجی بودند.

**یافته‌ها:** نتایج بخش کمی نشان داد که بین تجربیات به‌یادماندنی گزارش شده توسط گردشگرانی که تحت راهنمایی افرادی با تسلط زبانی بالا قرار داشتند، در مقایسه با کسانی که توسط راهنمایان تور با مهارت‌های زبانی پایه راهنمایی شدند، تفاوت معنی‌داری وجود دارد. همچنین نتایج تحلیل محتوای بخش کیفی پژوهش پنج مضمون را از دیدگاه راهنمایان تور نشان داد که شامل: درک اشتراکات فرهنگی و تاریخی، موانع زبانی و تأثیرات آن‌ها، داستان‌گویی و تسلط بر زبان، بازخورد منعکس‌کننده اثربخشی زبان و مهارت زبانی به‌عنوان ابزاری برای ارتباط مؤثر بودند. نتایج تحلیل مضمون از دیدگاه کنشگران در قالب شش مضمون، اثرگذاری ارتباطی، تجربه لذت از تور، تأثیر عاطفی، سازگاری و انعطاف‌پذیری، حرفه‌ای بودن و چالش‌ها و موانع مورد بررسی قرار گرفت.

**نتیجه‌گیری و پیشنهادها:** نتایج این پژوهش مؤید این مطلب است که تسلط زبانی راهنمایان تور یک جزء اساسی در راهنمایی مؤثر در گردشگری می‌باشد. یافته‌های این پژوهش نیاز به سرمایه‌گذاری مداوم را در آموزش زبان برای راهنمایان تور برجسته می‌کند. با انجام این کار، صنعت گردشگری می‌تواند اطمینان حاصل کند که گردشگران نه تنها با دانش بیشتر بلکه با خاطرات گرانبهایی سفرهای خود را به پایان می‌رسانند.

**نوآوری و اصالت:** این پژوهش تلاش دارد با برجسته‌نمودن نقش مهارت زبانی راهنمایان تور در این حوزه، به درک نقش عنصر مهم زبان در خلق تجربیات به‌یادماندنی برای مدیران گردشگری کمک کند و با تولید ادبیات جدید در این ارتباط، رویکرد پژوهشگران را در توجه به موضوعات بین رشته‌ای تحت تأثیر قرار دهد.

تاریخ دریافت:

۱۷ مرداد ۱۴۰۳

تاریخ پذیرش:

۱۲ شهریور ۱۴۰۳

تاریخ انتشار:

۳۰ مهر ۱۴۰۳

کلیدواژه‌ها:

سطح مهارت زبان، خلق تجربیات به یادماندنی، راهنمایان تور، گردشگران خارجی.

\* نویسنده مسئول: زهرا احمدپور کاسگری

آدرس: گروه زبان و ادبیات انگلیسی، دانشکده ادبیات و زبان های خارجی، دانشگاه مازندران

ایمیل: [z.ahmadpour@umz.ac.ir](mailto:z.ahmadpour@umz.ac.ir)  
تلفن: 09112119533

## ۱ مقدمه

تجربیات به‌یادماندنی گردد (Phaiboonnugulkij, 2018). علاوه بر این، زبان به‌عنوان ابزاری برای ایجاد ارتباط و اعتماد عمل می‌کند که عناصر حیاتی در ارتقای تجربه کلی گردشگر هستند (Ling & Wimolkasem, 2023). راهنمایی که می‌تواند به وضوح و به طور جذاب ارتباط برقرار کند، بیشتر احتمال دارد که تأثیری ماندگار بر مخاطبان خود بگذارد و در نتیجه باعث ایجاد تجربیات به‌یادماندنی گردد.

بر اساس مطالعات مختلف، گردشگران اغلب تجربیات خود را بر اساس کیفیت تعامل با راهنمایان خود ارزیابی می‌کنند (Hwang & Lee, 2019؛ Ren et al., 2024؛ Leong et al., 2024). وقتی راهنمایان دارای مهارت‌های زبانی قوی هستند، می‌توانند محیطی ایجاد کنند که باعث بهبود تعامل، کنجکاوی و ارتباط مؤثر می‌گردد (Ormond & Vietti, 2022). این تعامل نه‌تنها تجربه گردشگر را غنی، بلکه به درک و قدردانی آن‌ها از مقصد گردشگری نیز کمک می‌کند (Pu et al., 2023). برعکس، کمبود تسلط زبانی می‌تواند منجر به سوءتفاهم‌ها، ناامیدی و در نهایت تجربه‌ای نامطلوب برای گردشگران شود. بنابراین، درک اینکه چگونه تسلط زبانی راهنمایان تور بر کیفیت تورهای راهنما تأثیر می‌گذارد، برای اپراتورهای تور و مدیران گردشگری امری ضروری است.

در حالی که مطالعات قبلی (Ap & Wong, 2021؛ Weiler & Ham, 2001؛ Hughes & Ballantyne, 2002) جنبه‌های مختلف راهنمایی تور، از جمله برنامه‌های آموزشی و توسعه حرفه‌ای را بررسی کرده‌اند، تعداد کمی به طور خاص بر تعامل بین مهارت‌های زبانی و کیفیت تجربی گردشگری از دیدگاه هر دو گروه راهنمایان و گردشگران تمرکز کرده‌اند. بنابراین، این مطالعه قصد دارد این شکاف را با ارائه شواهد تجربی پر کند که نتایج آن می‌تواند به غنی‌سازی برنامه‌های آموزشی برای راهنمایان تور منجر شده و رضایت گردشگران را افزایش دهد. علاوه بر این، این تحقیق به ادبیات موجود در

در عصر جهانی‌شدن، صنعت گردشگری نقش محوری در ترویج تبادل فرهنگی و توسعه اقتصادی ایفا می‌کند (Setiawati et al., 2024؛ Sutono et al., 2024). گردشگری صنعتی است که به‌شدت بر تجربه متمرکز است و گردشگران به‌عنوان مصرف‌کنندگان این صنعت مایلند برای تجربیاتی که از آن لذت می‌برند، هزینه کنند (Liu et al., 2024). گردشگری تجربه‌ی بازدید، مشاهده، یادگیری و لذت بردن به گونه‌ای متفاوت از زندگی عادی گردشگران است (Diaz-Soria, 2018). تجربیات به‌یادماندنی گردشگران، به تجربیاتی اطلاق می‌شود که توسط گردشگران از تجربه سفر ایجاد می‌شوند و می‌توانند پس از سفر به یاد آورده شوند (Kim et al., 2012). علاوه بر این، کلید دستیابی به مزیت رقابتی پایدار برای صنعت گردشگری، توانایی ارائه تجربیات منحصر به فرد، استثنایی و به‌یادماندنی برای گردشگران است (Kutlu & Ayyıldız, 2021). علاوه بر این، امروزه خلق تجربیات به‌یادماندنی برای گردشگران بسیار پیچیده بوده و به عوامل متعددی بستگی دارد.

با دسترسی بیشتر به سفر، تقاضا برای راهنمایان تور ماهر به طور قابل توجهی افزایش یافته است (Modi, 2023). راهنمایان تور به‌عنوان پل ارتباطی بین گردشگران و فرهنگ، تاریخ و محیط محلی عمل می‌کنند و نه‌تنها انتقال دانش را تسهیل می‌کنند، بلکه ایجاد تجربیات به‌یادماندنی را نیز ممکن می‌سازند (Wyatt et al., 2024؛ Karacaoğlu, 2024). یکی از عوامل حیاتی که بر اثربخشی راهنمایان تور در این نقش تأثیر می‌گذارد، تسلط زبانی آن‌هاست (Gani & Damayanti, 2018؛ Hurombo, 2016). برای راهنمایان تور، تسلط به زبان مخاطبان خود برای ارتباط مؤثر ضروری است. این امر به راهنمایان تور اجازه می‌دهد تا بینش‌های تاریخی را به اشتراک گذاشته، به بیان داستان‌های مرتبط با محیط گردشگری پرداخته و به سؤالات گردشگران به گونه‌ای پاسخ دهند که باعث ایجاد



ذهنی افراد، عمدتاً حافظه، اتفاق می‌افتند (Larsen, 2007). در حالی که تجربیات گردشگری در محل لحظه‌ای هستند و ممکن است احساسات گذرا را فراهم کنند (Kim, 2009)، تجربیات ذخیره شده در خاطره از اهمیت زیادی برخوردارند؛ زیرا گردشگران اغلب به تجربیات سفر خود بعد از اتمام سفر در غالب خاطرات فکر می‌کنند (Neal et al., 1999). بنابراین خاطره یک سفر بسیار حایز اهمیت می‌باشد؛ زیرا جذابیت خاصی دارد و پاداش ذاتی‌ای را در لحظات بازگو کردن داستان سفر تجسم می‌بخشد (Neumann, 1999) و به باززیستن یک رویداد مدت‌ها پس از وقوع آن کمک می‌نماید (Gilbert & Abdullah, 2004). بنابراین، تجربیات به‌یادمانی می‌تواند فرآیند پاداش ذاتی سفر و باززیستن خاطره سفر را در گردشگران ارتقا داده و منجر به بازدید مجدد از مقاصد گردشگری قبلی گردد.

یکی از عواملی که افراد را به سفر تشویق می‌کند، نیاز به اطلاعات است. برای مثال، بسیاری از افراد در پاسخ به نیاز به کسب و درک اطلاعات جدید درباره مکان‌هایی که بازدید می‌کنند (به‌ویژه از نظر جغرافیا، تاریخ، زبان و فرهنگ) سفر می‌کنند (Kim & Ritchie, 2014). بر اساس نظر Pine & Gilmore (1998)، مشارکت یا درگیری به دو شکل فعال و غیرفعال اتفاق می‌افتد. در مشارکت غیرفعال، فرد رویداد را به عنوان ناظر یا شنونده تجربه می‌کند. در مشارکت فعال، فرد نقش فعالی را در اجرا یا فعالیت‌هایی که تجربه فراهم می‌کند، ایفا می‌کند (Pine & Gilmore, 1998). از آنجاکه تجربه‌های به‌یادماندن بر انتخاب مقاصد تأثیر گذاشته‌اند، این موضوع برای کسب‌وکارهایی که می‌خواهند رقابت و پایداری مقصد را تضمین کنند، بسیار مهم است. اگر تجربه‌های به‌یادماندن در مقصد برای گردشگران فراهم شود، احتمال اینکه گردشگران دوباره به این مقصد مراجعه کنند، بیشتر خواهد بود (Zhang et al., 2018; Raissifar & Akhavan Anvari, 2023). (Soleymani et al., 2023). Aslan, (2018) دریافت

مطالعات گردشگری کمک خواهد کرد و شکاف موجود در درک اینکه چگونه تسلط زبانی می‌تواند بر ایجاد تجربیات به‌یادماندن تأثیر بگذارد نیز پر خواهد نمود. با توجه به مطالب فوق، پژوهش حاضر بناست به این سؤالات پاسخ دهد، ۱- آیا بین تجربیات به‌یادماندن گردشگرانی که راهنمایان تور آن‌ها مهارت زبانی پایه و پیشرفته دارند تفاوت وجود دارد؟ ۲- دیدگاه راهنمایان تور در مورد ارتباط مهارت زبانی راهنمایان تور و خلق تجربیات به‌یادماندن برای گردشگران چیست؟ ۳- دیدگاه گردشگران در مورد ارتباط مهارت زبانی راهنمایان تور و خلق تجربیات به‌یادماندن برای گردشگران چیست؟.

## ۲ ادبیات پژوهش

### ۲٫۱٫۱ تجربه‌های به‌یادماندن گردشگری

اهمیت تجربه‌های به‌یادماندن گردشگران در تأثیر خاطرات گذشته بر تصمیم‌گیری گردشگران ناشی می‌شود (Chandralal & Valenzuela, 2013). پژوهشگران متعددی تأکید کرده‌اند که خاطرات گذشته، مهم‌ترین عاملی هستند که باعث می‌شود یک گردشگر به یک مقصد خاص بازگردد (Chen & Chandralal & Valenzuela, 2013). بر اساس نظر هوچ و دیتون (۱۹۸۹)، گردشگران بیشتر به نتیجه‌گیری‌های خود از تجربیات گذشته توجه می‌کنند. بنابراین، کسب اطلاعات از تجربیات گذشته گردشگران بسیار حایز اهمیت می‌باشد. نکته مهم این است که گردشگران تجربیات گذشته را به‌عنوان منابع اطلاعاتی قابل اعتماد و معتبر قلمداد می‌کنند و در نهایت، تجربیات گذشته تأثیر زیادی بر تصمیم‌گیری‌های آینده گردشگران دارند (Hoch & Deighton, 1989). مطالعات گردشگری بر اهمیت تجربه‌های به‌یادماندن به‌عنوان خاطرات تأکید می‌کنند؛ زیرا خاطرات گردشگر مهم‌ترین منبع اطلاعاتی برای او هنگام اتخاذ تصمیم بازگشت و انتشار دهان به دهان اطلاعات مقصد قبلی گردشگری است (Oh et al., 2007). از دیدگاه دینامیک، تجربیات گردشگری از طریق فرآیندهای

است که بر کیفیت تجربیات گردشگران تأثیر می‌گذارد؛ زیرا به طور مستقیم بر عواملی مانند ارتباط، درک و سطح درگیری تأثیر دارد. یکی از نقش‌های اصلی راهنمایان تور، تسهیل ارتباط بین گردشگران و محیط محلی است. تسلط زبانی به راهنمایان این امکان را می‌دهد که اطلاعات را به وضوح و دقت منتقل کنند که این مسأله برای درک زمینه‌های فرهنگی، تاریخی و اجتماعی مکان‌هایی که گردشگران از آن‌ها بازدید می‌کنند، ضروری است. (Phaiboonnugulkij, 2018)

نتایج تحقیقات، (Fan et al., 2022)؛ Stylidis, 2022) نشان می‌دهد که ارتباط مؤثر به طور قابل توجهی درک و قدردانی گردشگران را از مقصد افزایش می‌دهد. زمانی که راهنمایان دارای سطح بالایی از تسلط زبانی باشند، می‌توانند روایت‌های مربوط به مقصد و گردشگری را به وضوح بیان کنند و گردشگران را در بحث‌های معنادار درگیر نمایند و بدین ترتیب تجربیات کلی آن‌ها را از سفر غنی‌تر سازند (Ling & Wimolkasem, 2023). علاوه بر این، تسلط زبانی به راهنمایان این امکان را می‌دهد که سبک‌های ارتباطی خود را برای برآورده کردن نیازهای گروه‌های مختلف تطبیق دهند. گروه‌های مختلف ممکن است با زبان و فرهنگ مقصد آشنایی متفاوتی داشته باشند؛ بنابراین، یک راهنمای تور با سطح زبانی بالا می‌تواند توضیحات و تعاملات خود را متناسب با گردشگران تنظیم کند (Hwang & Lee, 2019). این تطبیق نه تنها درک گردشگران را بهبود می‌بخشد، بلکه حس تعلق به مقصد را نیز تقویت می‌کند که برای ایجاد تجربیات مثبت سفر عصری حیاتی است. (Fan et al, 2022)

یکی از اهداف مهم گردشگری تبادل فرهنگی به طور ذاتی در فعالیت گردشگری نهفته است و تسلط زبانی نقش حیاتی در تسهیل فرآیند تبادل فرهنگی ایفا می‌کند. راهنمایانی که دارای سطح زبانی مناسب باشند، می‌توانند شکاف‌های فرهنگی را پر کرده و تعاملات عمیق‌تری بین گردشگران و محلی‌ها ایجاد کنند (Karacaoğlu, 2024). یک

که تجربیات خلاق تأثیر مثبتی بر وفاداری به مقصد دارند. (Ali et al., 2014) پیشنهاد کردند که چهار بعد تجربه مشتری شامل سرگرمی، آموزش، زیبایی‌شناسی و فرار از روزمرگی می‌تواند خاطرات گردشگران را توسعه دهد که در نهایت بر رفتارهای وفاداری آن‌ها تأثیر می‌گذارد. همچنین رابطه قوی مثبت بین تجربه‌های به یادماندنی و قصد بازگشت گردشگران محلی یافت شده است و مطالعات مشابه نشان داده‌اند که تجربه‌های به یادماندنی تأثیر مثبتی بر رفتار گردشگران و وفاداری دارد (Duman & Mattila, 2018؛ Chen & Rahman, 2018؛ Mahdzar et al., 2015؛ 2005).

(Zargham Borojni, Behmanesh, 2012) در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که عناصر تاریخ و فرهنگ، هزینه و مهمان‌نوازی در خلق تجربیات به یادماندنی تأثیر بسزایی دارند. علاوه بر این نتایج نشان داد که ابعاد احساس، انتظارات، نتیجه و یادآوری به ترتیب نقش پررنگ‌تری در خلق تجربیات به یادماندنی گردشگری برای گردشگران فرهنگی بازدیدکننده از ایران داشته‌اند. (Soleymani et al., 2023) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که مؤثرترین عامل در خلق تجربیات به یادماندنی مثبت عامل اصالت و اعتبار و همچنین عامل مدیریت محیطی نامناسب مؤثرترین عامل در خلق تجربیات به یادماندنی منفی بود.

## ۲،۲ اهمیت سطح مهارت زبانی

### راهنمایان تور

با تحول صنعت گردشگری، درک عواملی که به تجربیات به یادماندنی کمک می‌کنند به طور فزاینده‌ای اهمیت یافته است (Wyatt et al., 2024). یکی از عواملی که می‌تواند بر تجربیات به یادماندنی گردشگران تأثیر بگذارد، سطح مهارت زبانی راهنمایان تور است. مهارت زبانی به عنوان یک عنصر حیاتی شناخته می‌شود که نه تنها بر ارتباطات زبانی بلکه بر ارتباط عاطفی بین راهنمایان تور و گردشگران تأثیر می‌گذارد (Gani & Damayanti, 2018). تسلط زبانی در راهنمایان تور، عاملی مهم



تجربه‌ نهایی که مصرف‌کنندگان خدمات به دنبال آن هستند، در نظر گرفته می‌شوند (Tung & Ritchie, 2011). در واقع، پس از اقامت لوکس در یک مقصد خاص، تنها چیزی که برای گردشگر باقی می‌ماند، خاطره‌ وی از آن تجربه است

(Braun-LaTour Grinley, & Loftus 2006). Larsen (2007) تجربیات گردشگری را به‌عنوان رویدادهای گذشته، شخصی و مرتبط با سفر قلمداد می‌کند که به اندازه کافی قوی هستند تا وارد حافظه بلندمدت شوند و طبق نظر Csikszentmihalyi, (1990)، در درازمدت، چنین تجربیات به‌یادماندنی ممکن است به حس شادی و لذت عمیق کمک کنند که برای مدت طولانی در خاطره گردشگر می‌ماند و به یک نشانه در حافظه تبدیل می‌شود.

Kim et al., (2012) هفت عامل را به‌عنوان عوامل اصلی ساختار تجربیات گردشگری به‌یادماندنی شناسایی کرده‌اند. به گفته آن‌ها، این هفت عامل شامل لذت‌گرایی، تجدید قوا، فرهنگ محلی، معنا، دانش، درگیری و نوآوری است. مصرف لذت‌گرایانه نشان می‌دهد که گردشگران به دنبال سرگرمی، تفریح، برانگیختگی، خیال‌پردازی، تحریک حسی و لذت هستند (Holbrook & Hirschman, 1982). لذت‌گرایی بخشی جدایی‌ناپذیر از تجربیات فراغتی است و عاملی مهم در تعیین رفتارهای آینده و همچنین رضایت گردشگران محسوب می‌شود (Duman & Mattila, 2005). تجدید قوا به حس آرامش و نو شدن اشاره دارد (Zhang et al., 2018). تجدید قوا یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های اساسی فعالیت‌های گردشگری است. تجربه احساس تجدید قوا باعث افزایش یادآوری تجربیات گذشته می‌شود (Kim, 2010).

Kim & Ritchie, (2014) فرهنگ محلی را به‌عنوان تعامل اجتماعی با مردم محلی، زندگی آن‌ها و محیطشان تعریف کرده‌اند. Chandralal & Valenzuela (2013) نشان داده‌اند که نزدیک بودن به زندگی محلی، شرکت در مراسم فرهنگی محلی و چشیدن غذاهای محلی کمک می‌کند تا

راهنمای تور با سطح تسلط زبانی بالا قادر است داستان‌ها، اصطلاحات و ارجاعات فرهنگی را به گونه‌ای مؤثر با گردشگران به اشتراک بگذارد و بدین ترتیب روایت غنی‌تری ایجاد کرده که درک گردشگران را از فرهنگ محلی افزایش می‌دهد (Wyatt et al., 2024). علاوه بر این، مهارت‌های زبانی به راهنمایان این امکان را می‌دهد که گردشگران را تشویق کنند تا با جوامع محلی با شیوه‌ای معنادارتر درگیر شوند. تأثیر تجمعی تسلط زبانی بر ارتباطات و تبادل فرهنگی در نهایت بر رضایت گردشگران تأثیر می‌گذارد (Weiler & Walker, 2014). مطالعات قبلی مانند (Sulaiman Al Jahwari et al., & Lee, 2019; Weiler, B., & Black, 2015; Weiler & Walker, 2014) نشان داده‌اند که گردشگرانی که راهنمایان خود را به‌عنوان ارتباط‌دهندگان توانمند تلقی می‌کنند، احتمال بیشتری دارد که سطوح بالاتری از رضایت از تورهای خود گزارش دهند. این رضایت نه تنها ناشی از لذت‌بردن از یادگیری درباره مقصد است، بلکه از احساس ارزشمندی و درک شدن در طول سفر نیز ناشی می‌شود. علاوه بر این، تعاملات مثبت تسهیل‌شده توسط راهنمایان با سطح مهارت زبانی بالا می‌تواند منجر به توصیه‌های مثبت دهان به دهان و بازدیدهای مجدد شود (Hwang & Lee, 2019).

### ۲،۳ چارچوب نظری

تجربه گردشگری شامل تمامی مواردی است که یک گردشگر در یک مقصد به‌عنوان تجربه، از جمله رفتار و ادراک، شناخت و احساسات، چه به صورت بیان‌شده و چه ضمنی، از سر می‌گذراند (Oh et al., 2007). تجربیات نمایانگر یک پیشنهاد اقتصادی متمایز نسبت به کالاها، محصولات و خدمات هستند؛ زیرا تجربیات اساساً منحصر به فرد و اصولاً به یادماندنی هستند (Pine & Gilmore, 1998). با این حال، تجربه گردشگری یک ساختار پیچیده است (Neuhof et al., 2014) که ذاتاً شخصی می‌باشد. امروزه، تجربیات به‌یادماندنی به‌عنوان



پژوهش برای جمع‌آوری داده‌های کمی به منظور بررسی تفاوت بین تجربیات به‌یادماندنی گردشگرانی که راهنمایان تور آن‌ها مهارت زبانی پایه و پیشرفته دارند، از پرسش‌نامه تجربیات به‌یادماندنی که توسط Kim et al. (2012) ساخته و اعتبارسنجی شده است، بهره گرفته شد. همچنین برای جمع‌آوری داده‌های کیفی به منظور بررسی دیدگاه راهنمایان تور و دیدگاه گردشگران در مورد ارتباط مهارت زبانی راهنمایان تور و خلق تجربیات به‌یادماندنی برای گردشگران از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته بهره گرفته شد. برای جمع‌آوری داده‌های کمی، ۶۵ نفر از گردشگران خارجی که بر اساس نمونه‌گیری آسان و در دسترس انتخاب شدند، به سؤالات پرسش‌نامه تجربیات به‌یادماندنی پاسخ داده‌اند. در بخش کیفی، مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۱۸ نفر از راهنمایان تور و ۲۴ نفر از گردشگران خارجی انجام شده است. در بخش کیفی، نمونه‌گیری به صورت هدفمند بوده است. دلیل هدفمند بودن نمونه‌گیری برای مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته شامل نمودن ۹ نفر از راهنمایان تور با سطح مهارت زبانی پایه و ۹ نفر با سطح زبانی پیشرفته می‌باشد تا از این طریق از دیدگاه‌های هر دو گروه از راهنمایان تور در مورد ارتباط مهارت زبانی راهنمایان تور و خلق تجربیات به‌یادماندنی برای گردشگران به صورت همگن (Campbell et al., 2020) بهره گرفته شود. به همین منوال، از ۲۴ نفر گردشگر خارجی، ۱۲ نفر از گردشگران از بین افرادی که راهنمای تور آن‌ها دارای سطح زبانی پایه بودند انتخاب شدند و ۱۲ نفر دیگر از بین گردشگرانی که راهنمای تور آن‌ها دارای سطح زبانی پیشرفته بودند، انتخاب گردیدند تا دیدگاه‌های هر دو گروه از نظر روش‌شناسی به صورت همگن در نتایج کیفی منعکس شوند و احتمال جهت‌گیری در رسیدن به نتایج کاهش یابد. تعداد نمونه بخش کمی با توجه به سطح اشباع داده‌های کیفی بدین منظور، در ابتدا برای هر گروه از شرکت‌کنندگان بخش کیفی یعنی راهنمایان تور و گردشگران ۱۵ نفر در نظر گرفته شدند. منتهی، نتایج تحلیل مضمون

خاطرات مثبت در ذهن گردشگران ایجاد شود. سبک زندگی مردم محلی و دانش آن‌ها درباره فرهنگ محلی به طور قابل توجهی تجربیات گردشگری به‌یادماندنی را افزایش می‌دهد (Tung & Ritchie, 2011). همان‌طور که Zhang et al. (2018) بیان کرده‌اند، معنا به تحقق فیزیکی و معانی عاطفی/روحانی ناشی از یک تجربه گردشگری اشاره دارد. تجربه گردشگری معنادار مثبت به‌یادماندنی منجر به توسعه و تغییر شخصی گردشگر می‌شود (Kim et al., 2012). پس از بازگشت به خانه، زندگی روزمره می‌تواند به شیوه‌ای کاملاً جدید دیده شود (Tarssanen, 2009). دانش کسب‌شده در نتیجه یادگیری جدید گردشگران به بینش‌ها و نوآوری منتج از تجربه گردشگری اشاره دارد. (Kutlu, & Ayyıldız, 2021)

با عنایت به مطالب فوق‌الذکر دو تئوری بنیادین که می‌توان با استفاده از آن‌ها سازه‌ها و زیر سازه‌های مختلف موجود در ساختار تجربیات گردشگری را تبیین و تفسیر نمود عبارت‌اند از ساخت‌گرایی اجتماعی (Vygotsky, 1978) و نظریه یادگیری تجربی (Kolb & Fry, 1975). ساخت‌گرایی اجتماعی بر تعاملات فرهنگی و اجتماعی تأکید دارد. بر اساس این تئوری بنیادین، تعاملات حادث شده بین افراد در سطح اجتماعی و فرهنگی از طریق زبان، منجر به تجربیات جدید می‌گردد. نظریه یادگیری تجربی بر یادگیری از طریق تجربه و مشارکت فعال تأکید می‌کند. بر اساس این تئوری بنیادین، مشارکت در فعالیت‌های گردشگری و خلق تجربه به واسطه استفاده از زبان حادث می‌گردد. این دو رویکرد نشان می‌دهند که تسلط زبانی چگونه می‌تواند ارتباطات عمیق‌تر و تجربیات غنی‌تری را برای گردشگران فراهم کند.

### ۳ روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق از نوع توصیفی-اکتشافی بوده و به‌عنوان یک پژوهش بنیادی، به تحلیل عمیق موضوع می‌پردازد. روش گردآوری داده‌ها در این تحقیق به صورت آمیخته (کمی-کیفی) انجام می‌شود. در این



### ۳/۱/۲ پرسشنامه تجربیات بهیادماندنی

به منظور جمع‌آوری داده مربوط به تجربه‌های بهیادماندنی از پرسشنامه تجربیات بهیادماندنی که توسط (Kim et al., 2012) ساخته و اعتبارسنجی شده استفاده گردید. این پرسشنامه دارای هفت مؤلفه لذت‌گرایی، تجدید قوا، فرهنگ محلی، معنا، دانش، درگیری و نوآوری می‌باشد. این ابزار دارای ۲۴ آیتم بود و تجربیات بهیادماندنی را بر اساس لیکرت هفت‌تایی مورد ارزیابی قرار می‌دهد. Kim et al., (2012) با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی، تأییدی و آزمون کرونباخ آلفا روایی و پایایی پرسشنامه را مورد بررسی قرار داده و شاخص‌های مورد قبولی را گزارش داده‌اند. شاخص کونباخ الفا برای پرسشنامه تجربیات بهیادماندنی در این مطالعه ۰.۸۱ بود که سطح قابل قبولی می‌باشد.

### ۳/۱/۳ مصاحبه‌های نیمه ساخت‌یافته

به منظور جمع‌آوری دیتای بیشتر در رابطه با تجربیات بهیادماندنی دو سری پرسش برای راهنمایان تور و گردشگران طراحی گردید. به این منظور، ابتدا ادبیات پژوهش مرتبط با تجربیات بهیادماندنی و اهمیت توانایی زبانی راهنمایان تور با دقت مرور گردید. پس از آن دو سری پرسش اولیه طراحی گردید. برای راهنمایان تور و گردشگران هر کدام ۸ پرسش طراحی گردید. سپس، این پرسش‌ها در یک گروه کارشناسی تخصصی متشکل از ۲ نفر دکتری گردشگری و دو نفر دکتری آموزش زبان انگلیسی مورد بررسی قرار گرفتند و نظرات گروه بر روی سؤالات اعمال گردید. بر اساس نظرات گروه تخصصی، لیست پرسش‌هایی نهایی برای هر گروه تهیه گردید. لیست پرسش‌های نهایی شامل پنج پرسش برای راهنمایان تور و پنج پرسش برای گردشگران بود.

اولیه نشان داد که دیتای کیفی هنوز به سطح اشباع نرسیده است و در مصاحبه‌ها با نفرات آخر هنوز مضامین جدیدی قابل کشف هستند. بنابراین، مصاحبه‌ها با اشخاص بیشتری انجام شد و در نهایت تحلیل ابتدایی نتایج مصاحبه با تعداد ۱۸ نفر از راهنمایان تور و ۲۴ نفر از گردشگران نشان داد که مضامین جدید دیگری در مصاحبه‌های بیشتر وجود ندارد و به بیان دیگر انجام مصاحبه‌های بیشتر به کشف مضامین تکراری منجر خواهد شد.

### ۳/۱ ابزار جمع‌آوری داده‌ها

به منظور جمع‌آوری داده‌ها از آزمون آیلتنس، پرسشنامه تجربیات بهیادماندنی و مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته استفاده شد.

### ۳/۱/۱ آزمون آیلتنس

آزمون آیلتنس آزمونی بین‌المللی و معتبر می‌باشد که هر چهار مهارت گفتاری، شنیداری، نوشتاری و درک مطلب را مورد سنجش قرار می‌دهد. بر اساس تحقیقات قبلی این آزمون دارای سطح پایایی و روایی بسیار مطلوبی می‌باشد. در این آزمون، سنجش توانایی گفتاری از طریق مصاحبه با شرکت‌کنندگان به مدت حدود ۱۲ تا ۱۵ دقیقه انجام می‌شود. توانایی نوشتار، وظیفه‌محور بوده و از طریق دو وظیفه نوشتاری سنجیده می‌شود. مهارت‌های درک مطلب و شنیداری نیز هر کدام از طریق ۴۰ پرسش سنجیده می‌شوند. توانایی زبانی برای هر یک از مهارت‌ها بر اساس مقیاس ۰ تا ۹ ارزیابی می‌گردد که نمره ۰ تا ۴ نشانگر سطح پایه، نمره ۴ تا ۶٫۵ مربوط به سطح متوسط، و نمره ۶٫۵ تا ۹ مربوط به سطح پیشرفته می‌باشد.

جدول ۱. ویژگی‌های شرکت‌کنندگان در مصاحبه‌ها

گردشگران (تعداد ۲۴ نفر)			راهنمایان تور (تعداد ۱۸ نفر)				
جنسیت	سن	ردیف	رشته تحصیلی	میزان تحصیلات	جنسیت	سن	ردیف
مؤنث	۴۱	۱	گردشگری	کاردانی	مؤنث	۲۷	۱
مؤنث	۳۵	۲	گردشگری	کارشناسی	مؤنث	۳۱	۲
مؤنث	۴۷	۳	گردشگری	کارشناسی	مؤنث	۳۰	۳
مؤنث	۳۸	۴	ادبیات انگلیسی	کارشناسی	مؤنث	۲۶	۴
مؤنث	۴۹	۵	ادبیات انگلیسی	کارشناسی	مؤنث	۲۹	۵
مؤنث	۲۸	۶	مترجمی زبان انگلیسی	کارشناسی	مؤنث	۳۰	۶
مؤنث	۳۸	۷	مترجمی زبان انگلیسی	کارشناسی	مؤنث	۳۲	۷
مؤنث	۴۵	۸	گردشگری	کارشناسی	مؤنث	۳۱	۸
مؤنث	۵۳	۹	گردشگری	کاردانی	مؤنث	۳۰	۹
مؤنث	۴۰	۱۰	گردشگری	کارشناسی	مذکر	۲۸	۱۰
مؤنث	۳۸	۱۱	آموزش زبان انگلیسی	کارشناسی ارشد	مذکر	۳۲	۱۱
مؤنث	۳۷	۱۲	مترجمی زبان انگلیسی	کاردانی	مذکر	۲۷	۱۲
مذکر	۴۰	۱۳	آموزش زبان انگلیسی	کارشناسی	مذکر	۲۹	۱۳
مذکر	۳۹	۱۴	گردشگری	کارشناسی	مذکر	۳۰	۱۴
مذکر	۴۲	۱۵	گردشگری	کاردانی	مذکر	۳۱	۱۵
مذکر	۴۱	۱۶	گردشگری	کارشناسی	مذکر	۲۸	۱۶
مذکر	۴۸	۱۷	آموزش زبان انگلیسی	کاردانی	مذکر	۲۹	۱۷
مذکر	۳۸	۱۸	گردشگری	کارشناسی	مذکر	۳۰	۱۸
مذکر	۴۵	۱۹					
مذکر	۲۸	۲۰					
مذکر	۴۵	۲۱					
مذکر	۴۷	۲۲					
مذکر	۴۹	۲۳					
مذکر	۵۲	۲۴					

نفر) تقسیم شدند. متعاقباً، از این دو گروه خواسته شد تا از سه یا چهار نفر از گردشگران خود درخواست کنند تا پرسش‌نامه تجارب به‌یادماندنی را پر کنند. تعداد گردشگران گروه راهنمایان تور سطح پایه که اقدام به پر نمودن پرسش‌نامه کردند ۳۵ نفر و این تعداد برای گردشگران گروه زبانی سطح پیشرفته ۳۰ نفر بود. پس از این، ۹ نفر از راهنمایان تور با سطح زبانی پایه و ۹ نفر از

### ۳،۲ روش جمع‌آوری داده‌ها

در ابتدا با تعداد ۴۴ نفر راهنمای تور تماس گرفته شد و از آن‌ها درخواست گردید که در پژوهش حاضر شرکت کنند. از این تعداد، ۲۳ نفر موافقت خود را برای شرکت در این پژوهش اعلام کردند. سپس، این ۲۳ نفر در آزمون آیلتس شرکت کردند. بر اساس نتایج آزمون، راهنمایان تور به دو گروه با توانایی زبانی سطح پایه (تعداد ۱۴ نفر) و سطح پیشرفته (۹)



در مورد داده‌های کیفی، از مراحل تحلیل داده‌های کیفی مطابق با Auerbach & Silverstein (2003) استفاده شد. این مراحل شامل آشنایی با داده‌ها، ارائه کدهای اولیه، جست‌وجوی مضامین در بین کدها، بررسی مضامین، تعریف و برچسب‌گذاری مضامین و تهیه گزارش نهایی بود. محقق و یک دستیار پژوهشی، به منظور ارتقای سطح پایایی تحلیل داده‌های کیفی، به طور مستقل داده‌ها را تجزیه و تحلیل کردند. سپس شاخص همخوانی مطابق با ضریب قابلیت اطمینان Holsti (1996) محاسبه شد که برابر با ۰٫۹۵ بود. این ضریب نشان‌دهنده سطح بالایی از پایایی در تحلیل داده‌ها می‌باشد. به منظور ایجاد قابلیت اعتماد، نتایج تحلیل با ۸ شرکت‌کننده در میان گذاشته شد تا از تفسیر مناسب و درست داده‌ها اطمینان حاصل گردد.

## ۴ یافته‌ها و بحث

### بخش کمی

یافته‌های توصیفی حاصل از یافته‌های بخش کمی نشان داد که از نظر جنسیتی، گردشگران خارجی متشکل از ۲۹ نفر آقا و ۳۶ نفر خانم بودند که در محدوده سنی ۲۷ تا ۵۵ قرار داشتند.

راهنمایان تور با سطح زبانی پیشرفته در مصاحبات نیمه ساختاریافته شرکت کردند. همچنین، تعداد ۱۲ نفر از گردشگران راهنمایان گروه اول و ۱۲ نفر از گردشگران گروه دوم نیز در مصاحبه شرکت کردند.

در پژوهش حاضر، اعتبارسنجی نتایج کمی و کیفی با دقت و رعایت استانداردهای علمی انجام شد. برای اعتبارسنجی نتایج کمی، ابتدا روایی محتوایی پرسش‌نامه با مشاوره کارشناسان حوزه مورد بررسی قرار گرفت و همچنین، پایداری پرسش‌نامه با استفاده از آلفای کرونباخ که مقدار آن بالای ۰٫۷ بود، مورد ارزیابی قرار گرفت. در بخش کیفی، اعتبار نتایج با استفاده از مثلث‌سازی و بازنگری مشارکتی تأمین شد. داده‌ها از چندگروه مختلف، راهنمایان تور و گردشگران، جمع‌آوری و نتایج با مشارکت‌کنندگان به اشتراک گذاشته شد تا صحت تفسیرها تأیید گردد. همچنین، فرآیند تحقیق به‌طور کامل مستند شد تا اعتمادپذیری و تأییدپذیری یافته‌ها تضمین شود. این اقدامات موجب افزایش اعتبار و قابلیت اعتماد نتایج تحقیق گردید.

### ۳٫۳ تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای تجزیه و تحلیل داده‌های کمی، از تحلیل تی مستقل استفاده شد. بدین منظور تی مستقل بین نمرات کسب‌شده گردشگران از هفت مؤلفه پرسش‌نامه تجربیات به‌یادماندنی اجرا گردید.

### جدول ۲. نتایج آمار توصیفی و شاخص‌های کشیدگی و چولگی

ابعاد تجربیات به‌یادماندنی گردشگرانی بر اساس سطح زبان (پایه و پیشرفته) راهنمایان تور	تعداد	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف	چولگی		کشیدگی	
						Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
لذت‌جویی پایه	35	12.00	24.00	15.22	2.38	.77	.39	.82	.77
لذت‌جویی پیشرفته	30	10.00	24.00	17.60	4.02	.19	.42	-1.10	.83
تجدید قوا پایه	35	11.00	21.00	14.11	1.82	.44	.39	.83	.77
پیشرفته تجدیدقوا	30	11.00	23.00	15.90	2.64	.84	.42	1.00	.83
فرهنگ پایه	35	8.00	15.00	11.28	1.67	.31	.39	.35	.77
فرهنگ پیشرفته	30	9.00	19.00	12.60	1.90	1.16	.42	.19	.83
معنا پایه	35	7.00	14.00	10.34	1.55	-.21	.39	-.14	.77
معنا پیشرفته	30	7.00	20.00	12.70	2.83	.02	.42	.46	.83
دانش پایه	35	6.00	14.00	10.22	1.95	-.26	.39	-.48	.77
دانش پیشرفته	30	8.00	19.00	11.63	2.26	.92	.42	.55	.83
درگیری پایه	35	7.00	14.00	10.82	1.77	-.06	.39	-.52	.77
درگیری پیشرفته	30	8.00	21.00	12.40	2.63	.20	.42	.29	.83
نوآوری پایه	35	9.00	18.00	13.02	1.61	.48	.39	.05	.77
نوآوری پیشرفته	30	8.00	23.00	15.06	3.44	.47	.42	.37	.83

راهنمایان تور آن‌ها دارای مهارت زبانی سطح پایه بوده‌اند. بنابراین، می‌توان این گونه استنباط نمود که سطح مهارت زبانی راهنمایان تور بر تجربیات به‌یادماندنی گردشگران تأثیر معنی‌داری داشته است.

در جدول شماره ۱ می‌توان مشاهده کرد که میانگین نمرات گردشگرانی که راهنمایان تور آن‌ها دارای سطح زبانی پیشرفته بوده‌اند برای هر هفت مولفه تجربیات به‌یادماندنی بالاتر از گردشگرانی است که

### جدول ۳. نتایج تی مستقل برای مقایسه میانگین نمرات دو گروه

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
لذت‌جویی	1.934	.124	-2.93	63	.005	-2.37	.80	-3.98	-.758
تجدید قوا	1.703	.159	-3.20	63	.002	-1.78	.55	-2.89	-.67
فرهنگ محلی	.480	.491	-2.96	63	.004	-1.31	.44	-2.20	-.42
معنا	1.386	.134	-4.24	63	.000	-2.35	.55	-3.46	-1.24
دانش	.011	.918	-2.68	63	.009	-1.40	.52	-2.45	-.35
درگیری	.894	.348	-2.85	63	.006	-1.57	.55	-2.67	-.47
نوآوری	1.29	.103	-3.12	63	.003	-2.03	.65	-3.34	-.73

یافته‌های جدول شماره ۳ نشان می‌دهد تمامی مقادیر ارزش معنی‌داری کمتر از ۰٫۰۵ می‌باشند.



به یادماندنی برای گردشگران با ۱۸ نفر از راهنمایان تور با سطح زبانی پایه و پیشرفته مصاحبات نیمه-ساختار یافته انجام شد. جدول شماره ۳ مضامین استخراج شده از مصاحبه‌ها را به همراه درصد آن‌ها برای راهنمایان تور ارائه می‌دهد.

یعنی میان ابعاد تجربیات به یادماندنی و سطح آموزش زبان راهنمایان تور در تمامی ابعاد رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

به منظور بررسی دیدگاه راهنمایان تور در مورد ارتباط مهارت زبانی راهنمایان تور و خلق تجربیات

جدول ۴. مضامین استخراج شده و درصد آن‌ها برای راهنمایان تور

شماره	مضامین	تعداد	درصد
1	درک اشتراکات فرهنگی و تاریخی	۸	44.44%
2	موانع زبانی و تأثیرات آن‌ها	۱۱	61.11%
3	داستان‌گویی و تسلط بر زبان	۸	44.44%
4	بازخورد منعکس‌کننده اثر بخشی زبان	۱۰	55.55%
5	مهارت زبانی به‌عنوان ابزاری برای ارتباط مؤثر	۱۴	77.77%

منعکس‌کننده اثر بخشی زبان، و مهارت زبانی به-عنوان ابزاری برای ارتباط مؤثر بودند. در ادامه، هر مضمون همراه با یک گزیده از مصاحبه ارائه می‌شود:

همان‌گونه که در جدول شماره ۴ مشخص است، نتایج تحلیل محتوا پنج مضمون را از دیدگاه راهنمایان تور نشان داد. این پنج مضمون شامل درک اشتراکات فرهنگی و تاریخی، موانع زبانی و تأثیرات آن‌ها، داستان‌گویی و تسلط بر زبان، بازخورد

جدول ۵. طبقه‌بندی کدهای اولیه ذیل مضامین فرعی و در ادامه استخراج مضامین اصلی از فرعی از دیدگاه راهنمایان تور

ردیف	کدهای اولیه	مضامین فرعی	مضامین سازمان‌دهنده
۱	۱. روایت‌های شخصی از فرهنگ ۲. آداب و رسوم مشترک ۳. جشن‌ها و مراسم فرهنگی ۴. تأثیر فرهنگ محلی بر گردشگران ۵. یادگیری از تجربیات فرهنگی	بیان تجربیات مشترک فرهنگی	
۲	۱. شناخت تاریخ مشترک ۲. آثار تاریخی و فرهنگی ۳. داستان‌های تاریخی محلی ۴. اهمیت حفظ میراث فرهنگی	بیان تاریخ مشترک و میراث فرهنگی	نقش مهارت زبانی در بیان فرهنگ و تاریخ
۳	۱. تبادل فرهنگی با گردشگران ۲. درک تفاوت‌های فرهنگی ۳. ایجاد همدلی و ارتباط ۴. تأثیر تعاملات بر تجربیات گردشگران	برجسته کردن تعاملات بین فرهنگی با مهارت زبانی	
۴	۱. ناتوانی در انتقال مفاهیم ۲. سوء تفاهم‌های فرهنگی	موانع زبانی در ارتباطات	استراتژی‌های ارتباطی مؤثر راهنمایان تور از طریق زبان

		۳. تأثیر محدودیت‌های زبانی بر اعتماد به نفس	
	تأثیرات موانع زبانی بر تجربه گردشگران	۱. کاهش کیفیت تجربیات گردشگری ۲. احساس ناامنی یا سردرگمی گردشگران ۳. محدودیت در تعاملات اجتماعی ۴. نارضایتی از خدمات ارائه شده ۵. تأثیر بر انتخاب مقاصد گردشگری	۵
هم‌افزایی مهارت‌های زبانی و داستان‌گویی در خلق تجربیات	تأثیر تسلط زبانی بر داستان‌گویی	۱. قابلیت انتقال احساسات و عواطف ۲. استفاده از واژگان غنی و متنوع ۳. توانایی در فهم و پاسخ به سؤالات گردشگران ۴. ایجاد ارتباط مؤثر با مخاطب ۵. تسلط بر ساختارهای زبانی و گرامری	۶
	نقش داستان‌گویی در خلق تجربیات به‌یادماندنی	۱. جلب توجه و حفظ علاقه گردشگران ۲. ایجاد ارتباط عاطفی با مکان‌ها و فرهنگ‌ها ۳. انتقال اطلاعات تاریخی و فرهنگی به صورت جذاب ۴. ایجاد حس تعلق و ارتباط با مقصد	۷
ارتباط مهارت‌های زبانی راهنما و نیازهای ارتباطی گردشگران بر اساس بازخورد	بازخورد گردشگران در مورد بهبود مهارت‌های زبانی	۱. نظرات و پیشنهادات گردشگران در مورد ارائه اطلاعات ۲. استفاده از بازخوردها برای بهبود روش‌های ارتباطی ۳. تأثیر مهارت‌های زبانی بر رضایت گردشگران ۴. تأثیر مثبت بازخوردها بر اعتماد به نفس راهنما	۸
	انتقال مؤثر پیام‌های فرهنگی	۱. استفاده از روایت‌های جذاب برای جلب توجه ۲. انتقال مؤثر ارزش‌ها و آداب و رسوم محلی ۳. تأثیرگذاری بر احساسات و تجربیات گردشگران	۹



		۴. استفاده از مثالها و تشبیهات برای درک بهتر	
	تأثیر مهارت‌های زبانی بر ارتباط با گردشگران	۱. توانایی فهم و پاسخ به سؤالات گردشگران ۲. استفاده از زبان غیرکلامی و حرکات بدن ۳. ایجاد فضایی دوستانه و صمیمی ۴. توانایی در توضیح مفاهیم پیچیده به زبان ساده	۱۰
مهارت‌های زبانی و تجربیات گردشگران	تأثیر مهارت‌های زبانی بر فهم و انتقال اطلاعات	۱. استفاده از زبان مناسب برای مخاطب خاص ۲. ایجاد ارتباط بین اطلاعات تاریخی و فرهنگی ۳. تسلط بر اصطلاحات تخصصی مربوط به جاذبه‌های گردشگری	۱۱
	نقش زبان در ایجاد ارتباط عاطفی و فرهنگی	۱. برقراری ارتباط عاطفی از طریق زبان و بیان احساسات ۲. توانایی در ایجاد حس تعلق به مکان و فرهنگ ۳. تقویت شناخت فرهنگی از طریق زبان	۱۲

### مضمون ۱: درک اشتراکات فرهنگی و تاریخی

مهارت تسلط من در صحبت کردن به زبان انگلیسی به صورت روان، این امکان را به من می‌دهد که نکات فرهنگی و تاریخی کشورهای را که گردشگران از آن جا هستند مطالعه کرده و اشتراکات فرهنگی و تاریخی آن‌ها را با ایران پیدا کنم. سپس در برخی مواقع هنگام صحبت کردن در مورد نکات فرهنگی و تاریخی ایران به این اشتراکات ارجاع می‌دهم و همیشه گردشگران از بیان این اشتراکات لذت می‌برند. به نظرم این گونه اشتراکات باعث ایجاد تجربه غنی‌تری برای گردشگران خارجی می‌گردد. مثلاً، وقتی از ضرب‌المثل‌ها ایرانی با ارجاعات فرهنگی کشور گردشگران استفاده می‌کنم، گردشگران احساس نزدیکی بیشتری به فرهنگ ایران می‌کنند. من فکر می‌کنم همین جزئیات کوچک است که تأثیرات ماندگاری ایجاد کرده و تجربه را فراموش‌نشده می‌کند.

### مضمون ۲: موانع زبانی و تأثیرات آن‌ها

بارها به این موضوع فکر کرده‌ام و متوجه شده‌ام که مهارت زبانی‌ام می‌تواند یک تور را موفق یا ناموفق کند. در یکی از تجربیات، با واژگان فنی که به آن تسلط نداشتم، مشکل داشتم و این منجر به سردرگمی گردشگران شد. آن‌ها کاملاً ناراضی به نظر می‌رسیدند. این موضوع به من یاد داد که تسلط بر زبان برای ارتباط مؤثر در تورگردانی چقدر مهم است.

### مضمون ۳: داستان‌گویی و تسلط بر زبان

تسلط و مهارت به زبان انگلیسی به من این امکان را می‌دهد که خاطرات و داستان‌هایی را نقل کنم و از این طریق عمیقاً با گردشگران ارتباط برقرار کنم. برای مثال، در حالی که یک افسانه محلی را بازگو می‌کردم، توانایی‌ام در استفاده از اصطلاحات محاوره‌ای داستان را زنده و قابل فهم می‌کرد. تصورم این است که تسلط بر زبان می‌تواند یک روایت ساده تاریخی



می‌توانم به راحتی با آن‌ها با تسلط بالای زبانی ارتباط برقرار کنم، متوجه می‌شوم که آن‌ها آرام‌تر شده و بهتر با من ارتباط برقرار می‌کنند. همچنین به وضوح از این ارتباط لذت نیز می‌برند. به نظر من این ارتباط حیاتی است؛ زیرا یک تور عادی را به یک تجربه مشترک تبدیل می‌کند که گردشگران مدت‌ها بعد نیز آن را به یاد می‌آورند.

به منظور بررسی دیدگاه گردشگران در مورد ارتباط مهارت زبانی راهنمایان تور و خلق تجربیات به یادماندنی برای گردشگران با ۲۴ نفر از گردشگران مصاحبات نیمه ساختاریافته انجام شد. جدول شماره ۳ مضامین استخراج شده از مصاحبه‌ها را به همراه درصد آن‌ها برای گردشگران ارائه می‌دهد.

و یا محلی را به یک لحظه به یادماندنی برای گردشگران تبدیل کند.

#### مضمون ۴: بازخورد منعکس‌کننده اثربخشی

##### زبان

بعد از هر تور، معمولاً بازخوردهایی درباره مهارت‌های زبانی‌ام دریافت می‌کنم. گردشگران اغلب اشاره می‌کنند که توضیحات واضح و سبک زبانی من، درک و لذت آن‌ها را افزایش داده است. این بازخوردها گویای این مطلب است که مهارت زبانی راهنمای تور به طور مستقیم با تجربیات به یادماندنی گردشگران مرتبط است.

#### مضمون ۵: مهارت زبانی به عنوان ابزاری برای

##### ارتباط مؤثر

سطح بالای تسلط به زبان انگلیسی، تغییر عمده‌ای در ارتباط با گردشگران ایجاد کرده است. وقتی

جدول ۶. مضامین استخراج شده و درصد آن‌ها برای گردشگران

شماره	مضامین	تعداد	درصد
1	اثرگذاری ارتباطی	۱۴	٪۵۸,۳۳
2	تجربه لذت از تور	۱۱	٪۴۵,۸۳
3	تأثیر عاطفی	۱۶	٪۶۶,۶۶
4	سازگاری و انعطاف‌پذیری	۱۵	٪۶۲,۵۰
5	حرفه‌ای بودن	۱۳	٪۵۴,۱۶
6	چالش‌ها و موانع	۱۴	٪۵۸,۳۳

ارتباطی، تجربه لذت از تور، تأثیر عاطفی، سازگاری و انعطاف‌پذیری، حرفه‌ای بودن و چالش‌ها و موانع بود.

همان‌گونه که جدول شماره ۶ نشان می‌دهد، نتایج تحلیل محتوا شش مضمون را از دیدگاه گردشگران نشان داد. این شش مضمون شامل اثرگذاری



جدول ۷. طبقه‌بندی کدهای اولیه ذیل مضامین فرعی و در ادامه استخراج مضامین اصلی از فرعی از دیدگاه گردشگران

مضامین سازمان‌دهنده	مضامین فرعی	کدهای اولیه	ردیف
نقش تسلط زبانی راهنما در تسهیل ارتباطات زبانی	تأثیر مهارت‌های زبانی بر ارتباط مؤثر	۱. توانایی بیان واضح و قابل فهم مفاهیم ۲. استفاده از زبان بدن و حرکات برای تقویت پیام ۳. توانایی ایجاد ارتباط با احساسات و عواطف ۴. پاسخ‌گویی به سؤالات و ابهامات گردشگران به شیوه‌ای مؤثر	۱
	نقش ارتباط در خلق تجربیات مثبت	۱. ایجاد حس اعتماد و راحتی در گردشگران ۲. تأثیر مهارت زبانی بر جذب توجه و علاقه گردشگران ۳. فراهم کردن اطلاعات فرهنگی و تاریخی به شیوه‌ای جذاب ۴. تقویت تعاملات بین‌فرهنگی از طریق ارتباط زبانی مؤثر	۲
ارتباطات زبانی مؤثر و تجربه لذت از تور	کیفیت ارتباطات بین‌فردی	توانایی راهنمایان در ایجاد ارتباط دوستانه و صمیمی توانایی پاسخ‌گویی به نیازهای اطلاعاتی گردشگران مهارت در مدیریت تنش‌ها و چالش‌های ارتباطی	۳
	نقش اطلاعات شخصی، فرهنگی و محلی	۱. آشنایی با آداب و رسوم محلی و انتقال آن به گردشگران ۲. تأثیر اطلاعات فرهنگی بر درک گردشگران از مقصد ۳. استفاده از مثال‌ها و تجربیات شخصی برای ایجاد ارتباط عمیق‌تر	۴
	تأثیر مهارت‌های زبانی بر تجربیات گردشگران	۱. استفاده از اصطلاحات محلی برای ایجاد حس تعلق ۲. تأثیر مهارت‌های زبانی بر فهم عواطف و احساسات گردشگران ۳. نقش زبان در ایجاد تعاملات مثبت بین گردشگران و راهنما	۵
ارتباطات عاطفی و تجربه گردشگری	احساس تعلق و ارتباط عاطفی	۱. تأثیر ارتباط صمیمانه بر احساس راحتی گردشگران ۲. شناسایی نیازها و علایق عاطفی گردشگران ۳. تأثیر تعاملات مثبت بر ایجاد خاطرات خوشایند	۶
	تجربیات احساسی مثبت	۱. احساس شادی و رضایت از تعاملات با راهنمایان	۷

		<p>۲. تأثیر داستان‌گویی و روایت‌های جذاب بر احساسات گردشگران</p> <p>۳. تأثیر محیط و جو دوستانه بر خلق تجربیات احساسی مثبت</p> <p>۴. یادآوری لحظات احساسی در بازگشت به خانه</p>	
	مدیریت احساسات منفی	<p>۱. توانایی راهنمایان در شناسایی و مدیریت احساسات منفی گردشگران</p> <p>۲. استفاده از تکنیک‌های ارتباطی برای کاهش تنش‌ها و اضطراب‌ها</p> <p>۳. تأثیر مثبت حل مشکلات بر احساسات گردشگران</p> <p>۴. ایجاد فضایی امن برای بیان احساسات و نگرانی‌ها</p>	۸
	توانایی در مدیریت تغییرات	<p>۱. واکنش سریع به تغییرات ناگهانی در برنامه سفر</p> <p>۲. توانایی انطباق با شرایط جوی یا محیطی متفاوت</p> <p>۳. ارائه گزینه‌های جایگزین در صورت بروز مشکلات</p> <p>۴. توانایی در برقراری ارتباط مؤثر با گردشگران در شرایط تغییر</p> <p>۵. مهارت در مدیریت انتظارات گردشگران در مواجهه با تغییرات</p>	۹
نقش سازگاری و انعطاف‌پذیری در تجربه گردشگری	تطبیق با نیازها و علایق گردشگران	<p>۱. شناسایی علایق خاص گردشگران و انطباق برنامه‌ها با آن‌ها</p> <p>۲. گوش دادن فعال به نیازها و نظرات گردشگران</p> <p>۳. انعطاف‌پذیری در زمان‌بندی و برنامه‌ریزی تور</p> <p>۴. استفاده از بازخورد گردشگران برای بهبود تجربیات</p>	۱۰
	توسعه مهارت‌های بین‌فرهنگی	<p>۱. توانایی در برقراری ارتباط با افراد از فرهنگ‌های مختلف</p> <p>۲. انطباق با تفاوت‌های فرهنگی و اجتماعی گردشگران</p> <p>۳. شناخت فرهنگ‌های مختلف و تأثیر آن بر تعاملات</p>	۱۱
یکپارچگی حرفه‌ای بودن و بیان مؤثر در خلق تجربیات مثبت	دانش و آگاهی تخصصی	<p>۱. تسلط در بیان اطلاعات تاریخی و فرهنگی مقصد</p>	۱۲



		<p>۲. تسلط زبانی در بیان اطلاعات از جاذبه‌های محلی و ویژگی‌های خاص آن‌ها</p> <p>۳. توانایی در ارائه اطلاعات دقیق و جذاب به گردشگران</p>	
	مدیریت تجربیات گردشگری	<p>۱. توانایی در برنامه‌ریزی و سازمان‌دهی تورها به شکل حرفه‌ای و انتقال مؤثر اطلاعات به گردشگران</p> <p>۲. مدیریت بحران و حل مشکلات به صورت سریع و مؤثر</p> <p>۳. بیان تجربیات شخصی‌سازی شده بر اساس نیازهای گردشگران</p> <p>۴. نظارت بر کیفیت خدمات ارائه‌شده در طول تور و انتقال مؤثر اطلاعات در این زمینه</p>	۱۳
	موانع زبانی	<p>۱. عدم تسلط کافی راهنمایان بر زبان‌های خارجی</p> <p>۲. مشکلات در توضیح واضح اصطلاحات محلی و فرهنگی</p> <p>ناتوانی در برقراری ارتباط با گردشگران به دلیل تسلط زبانی ناکافی</p> <p>۳. استفاده از اصطلاحات تخصصی که برای گردشگران قابل فهم نیست.</p> <p>۴. ایجاد سوءتفاهم به دلیل عدم دقت در بیان مفاهیم</p>	۱۴
مشکلات مؤثر بر تجربیات گردشگران	چالش‌های فرهنگی	<p>۱. عدم توانایی زبانی و چالش در فهم و بیان تفاوت‌های فرهنگی</p> <p>۲. چالش در مدیریت انتظارات فرهنگی گردشگران</p> <p>۳. عدم تسلط زبانی و کمبود توانایی در ارائه توضیحات مناسب درباره فرهنگ محلی</p>	۱۵

### مضمون ۱. اثرگذاری ارتباطی

یادم می‌آید که راهنمای ما چقدر شیوا و واضح صحبت می‌کرد. او همه چیز را به گونه‌ای توضیح داد که فهم آن آسان بود، حتی زمانی که سؤالاتی داشتیم. توانایی او در برقراری ارتباط مؤثر، تور را بسیار لذت‌بخش‌تر کرد. احساس می‌کردم که واقعاً تاریخ و فرهنگ کشور شما را تا حد زیادی از طریق زبان شیوای او جذب کردم و این موضوع تجربه این تور را واقعاً برای من به‌یادماندنی کرد.

### مضمون ۲. تجربه لذت از تور

راهنمای ما شخصیتی بسیار پر جنب‌وجوش داشت و با اشتیاق صحبت می‌کرد. داستان‌گویی او باعث شد که تور زنده به نظر برسد! می‌توانستم احساس کنم که او از آن چه به اشتراک می‌گذارد، لذت می‌برد و آن اشتیاق مسری بود. این تجربه را به چیزی جادویی تبدیل کرد؛ من با احساسی هیجان‌زده و رضایت‌مند ترک کردم و به همین دلیل همیشه آن روز را به یاد خواهم آورد.

### مضمون ۳. تأثیر عاطفی

وقتی راهنمای ما داستان شخصی درباره ارتباط خانوادهاش با جایی که ما بازدید می‌کردیم، به اشتراک گذاشت، واقعاً با من ارتباط برقرار کرد. احساس عمیق عاطفی به آن مکان داشتم و این بیشتر از یک تور شد؛ به بخشی از داستان خودم تبدیل شد. این چیزی است که برای همیشه آن را گرامی خواهم داشت.

### مضمون ۴. سازگاری و انعطاف‌پذیری

راهنمای ما متوجه شد که برخی از ما در پیروی از سرعت تور مشکل داریم. او به سرعت برنامه را تنظیم کرد و زمانی را صرف توضیح مسائل به زبان ساده‌تر کرد. این انعطاف‌پذیری تفاوت زیادی ایجاد کرد؛ اطمینان حاصل کرد که همه از تجربه لذت ببرند و من قدردان این بودم که چگونه او آن را برای همه ما فراگیر کرد.

### مضمون ۵. حرفه‌ای بودن

واقعاً تحت تأثیر دانش راهنمای ما درباره هر جزئیات سایت قرار گرفتم. حرفه‌ای بودن او زمانی درخشان‌تر شد که با اعتمادبه‌نفس و احترام به سؤالات ما پاسخ داد. این احساس را به من داد که در دستان خوبی هستم که به اعتماد و لذت من از تور افزود. این سطح از تخصص چیزی بود که این سفر را فراموش‌نشده کرد.

### مضمون ۶. چالش‌ها و موانع

می‌توانستم ببینم که راهنمای ما کمی در زبان انگلیسی مشکل داشت، به‌ویژه زمانی که سعی می‌کرد حقایق تاریخی پیچیده را توضیح دهد. در حالی که تلاش او را قدردانی می‌کردم، گاهی اوقات ما را گیج می‌کرد. با این حال، اشتیاق و تمایل او برای تعامل با ما جبران آن بود. این یادآور این است که چقدر ارتباط مؤثر برای ایجاد خاطرات ماندگار حیاتی است.

به‌طور کلی، نتایج این تحقیق نشان داد که مهارت‌های زبانی راهنمایان تور نقش اساسی در خلق تجربیات به‌یادماندنی برای گردشگران ایفا

می‌کنند. یافته‌ها حاکی از آن است که گردشگرانی که تحت راهنمایی افرادی با تسلط زبانی بالا قرار داشتند، تجربیات به‌یادماندنی بیشتری را نسبت به گردشگرانی که با راهنمایان تور با مهارت‌های زبانی پایه تعامل داشتند، گزارش کردند. این موضوع تأکیدی بر اهمیت مهارت‌های زبانی در صنعت گردشگری و تأثیر آن بر رضایت و وفاداری گردشگران دارد (Kim et al., 2012; Chen & Rahman, 2018). از منظر راهنمایان تور، درک اشتراکات فرهنگی و تاریخی، داستان‌گویی و تسلط بر زبان به‌عنوان عوامل کلیدی در خلق تجربیات به‌یادماندنی شناسایی شدند. این نتایج با تحقیقات پیشین همخوانی دارد که نشان می‌دهند ارتباط مؤثر و توانایی در انتقال داستان‌ها و اطلاعات فرهنگی می‌تواند تأثیر مثبتی بر تجربه گردشگران بگذارد (Aslan, 2018; Kutlu & Ayyıldız, 2021). همچنین، موانع زبانی و چالش‌هایی که راهنمایان با آن مواجه هستند، می‌تواند به طور مستقیم بر کیفیت تجربه گردشگران تأثیر بگذارد. در بررسی دیدگاه گردشگران، شش مضمون کلیدی شناسایی شد که شامل اثرگذاری ارتباطی، تجربه لذت از تور، تأثیر عاطفی و حرفه‌ای بودن راهنمایان بود. این مضامین نشان می‌دهند که مهارت‌های زبانی نه تنها بر انتقال اطلاعات تأثیر می‌گذارند، بلکه احساسات و تعاملات اجتماعی را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهند (Kim & Ritchie, 2014). زبانی راهنمایان تور می‌تواند به افزایش کیفیت تجربه گردشگران منجر شود.

## ۵ نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی ارتباط سطح مهارت زبان راهنمایان تور و توانایی آن‌ها در خلق تجربیات به‌یادماندنی با تمرکز بر دیدگاه‌های راهنمایان تور و گردشگران خارجی در ایران انجام گردید. این پژوهش با استفاده از طرحی آمیخته که در آن از دو نوع داده کمی-کیفی استفاده شده است، اهداف تحقیق را مورد بررسی قرار داده است. جمع‌آوری داده‌های کمی از طریق پرسش‌نامه و داده‌های کیفی با



راستا می‌باشند. بر اساس این، می‌توان این گونه تفسیر نمود که چون عمده عملکرد راهنمایان تور از طریق زبان نمود پیدا می‌کند، بنابراین توانش زبانی بالاتر به معنای عملکرد مطلوب‌تر از سوی راهنمایان تور می‌باشد که در نهایت منجر به خلق تجربیات به‌یادماندنی‌تر برای گردشگران می‌گردد. نتایج این پژوهش همچنین نتایج مطالعه Karacaoğlu (2024) را نیز در ارتباط با نقش داستان‌گویی راهنمایان تور در انتقال مفاهیم میراث فرهنگی به- عنوان عامل مهمی در خلق تجربیات به‌یادماندنی، تأیید می‌نماید. نکته‌ی حائز اهمیت در این میان فاکتور توانایی زبانی راهنمای تور در انتقال اطلاعات مربوط به میراث فرهنگی از طریق داستان‌گویی می‌باشد. به‌طور کلی، هرچه توانایی زبانی راهنمای تور بیشتر باشد، مفاهیم و اطلاعات مرتبط با میراث فرهنگی و تور به نحوی مطلوب‌تر به گردشگران انتقال می‌یابد که این خود باعث خلق تجربیات به‌یادماندنی‌تری می‌گردد. نتایج مطالعه‌ی اخیر همچنین نتایج مطالعه‌ی Shipton (2024) در ارتباط با نقش مؤثر مهارت زبانی در تورگردانی را نیز تأیید می‌نماید. علاوه بر این، نتایج پژوهش حاضر با نظریات Kim and Ritchie (2014) Kim (2009) در ارتباط با تجربه‌های به‌یادماندنی قابل قیاس می‌باشد. همان‌طور که این محققان بیان داشته‌اند کسب اطلاعات در مورد مقصد گردشگری یکی از عوامل مهم در خلق تجربیات به‌یادماندنی می‌باشد که عمدتاً از طریق تعاملات زبانی حادث می‌شود. در پژوهش حال حاضر این نکته کاملاً آشکار شد که راهنمایان تور با سطح تسلط زبانی در این امر موفق‌تر بوده و در نتیجه توانایی بیشتری در خلق تجربیات به‌یادماندنی برای گردشگران دارند. همچنین، طبق نظر (Weiler & Walker, 2014) تسلط زبانی به‌عنوان ابزاری برای ارتباط، نشان‌دهنده‌ی این است که ارتباط مؤثر روابط بین فردی بین راهنماها و گردشگران را تقویت می‌کند و در نهایت تجربیات به‌یادماندنی را شکل می‌دهد.

استفاده از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته انجام شد. جامعه آماری این پژوهش در بخش کمی ۶۵ نفر گردشگر و در بخش کیفی ۱۸ نفر راهنمای تور و ۲۴ نفر گردشگر خارجی بودند. در پاسخ به سؤال اول پژوهش که آیا بین تجربیات به‌یادماندنی گردشگرانی که راهنمایان تور آن‌ها مهارت زبانی پایه و پیشرفته دارند، تفاوت وجود دارد؟ یافته‌های پژوهش نشان داد که بین تجربیات به‌یادماندنی گزارش‌شده توسط گردشگرانی که تحت راهنمایی افرادی با تسلط زبانی بالا قرار داشتند، در مقایسه با کسانی که توسط راهنمایان تور با مهارت‌های زبانی پایه راهنمایی شدند، تفاوت معنی‌داری وجود دارد. فرضیه دوم این بود که دیدگاه راهنمایان تور در مورد ارتباط مهارت زبانی راهنمایان تور و خلق تجربیات به‌یادماندنی برای گردشگران چیست؟ در پاسخ به این سؤال، یافته‌های پژوهش پنج مضمون را از دیدگاه راهنمایان تور نشان داد. این پنج مضمون شامل درک اشتراکات فرهنگی و تاریخی، موانع زبانی و تأثیرات آن‌ها، داستان‌گویی و تسلط بر زبان، بازخورد منعکس‌کننده اثر بخشی زبان و مهارت زبانی به‌عنوان ابزاری برای ارتباط مؤثر بودند و در نهایت در پاسخ به سؤال سوم که دیدگاه گردشگران در مورد ارتباط مهارت زبانی راهنمایان تور و خلق تجربیات به‌یادماندنی برای گردشگران چیست؟ نتایج این پژوهش، شش مضمون را از دیدگاه گردشگران نشان داد. این شش مضمون شامل اثرگذاری ارتباطی، تجربه لذت از تور، تأثیر عاطفی، سازگاری و انعطاف‌پذیری، حرفه‌ای بودن و چالش‌ها و موانع بود.

به‌طور کلی نتایج تحلیل کمی و نتایج تحلیل کیفی انجام‌شده بر روی محتوی مصاحبه‌ها با راهنمایان تور و گردشگران نشان‌دهنده‌ی عامل مهارت زبانی به‌عنوان عاملی مؤثر بر خلق تجربیات به‌یادماندنی برای گردشگران بود. نتایج پژوهش اخیر با نتایج تحقیق (Eylül Koç and Ulema, 2024) در ارتباط با تأثیر عملکرد راهنمایان تور بر خلق تجربیات به‌یادماندنی و ارتقای قصد بازگشت به مقصد گردشگری در یک

Walker (2014) استدلال می‌کند که نقش ارتباطی راهنمای تور از صرف ارائه اطلاعات به یک تعامل پویا تغییر کرده است، جایی که راهنماها تجربیات را با گردشگران مشترکاً خلق می‌کنند. این تغییر نیازمند سطح بالاتری از تسلط زبانی است که به راهنماها اجازه می‌دهد سبک‌های ارتباطی خود را بر اساس زمینه‌ها و ترجیحات گردشگران تطبیق دهند. در مقابل، راهنمایان با مهارت‌های زبانی پایه ممکن است در جلب مؤثر گردشگران دچار مشکل شوند و در نتیجه تجربه‌ای کمتر تأثیرگذار را رقم بزنند.

نتایج تحلیل محتوی بینش‌های مهمی درباره تعامل بین تسلط زبانی و خلق تجربیات به‌یادماندنی را آشکار کرد. یکی از مضامین بارز، درک اشتراکات تاریخی و فرهنگی است که نشان می‌دهد چگونه راهنماها از مهارت‌های زبانی خود برای پل زدن بر شکاف‌های فرهنگی و ایجاد ارتباط با گردشگران بهره می‌برند (Sulaiman Al Jahwari et al., 2016). علاوه بر این، مضمون موانع زبانی چالش‌هایی را که راهنماها در صورت ناکافی بودن تسلط زبانی خود با آن مواجه می‌شوند، برجسته می‌کند که منجر به کاهش کیفیت تجربه گردشگران می‌شود (Gani & Damayanti, 2018). روایت‌پردازی به‌عنوان یک مضمون حیاتی دیگر تأکید می‌کند تسلط بر زبان توانایی راهنما را برای روایت داستان‌های جذاب افزایش می‌دهد و در نتیجه تجربه سفر آن‌ها را غنی‌تر می‌سازد (Weiler & Black, 2015). علاوه بر این، بازخوردهایی که به مؤثر بودن زبان اشاره دارند، اهمیت ادراک گردشگران نسبت به مهارت‌های ارتباطی راهنماها را نشان می‌دهد که به طور مستقیم بر رضایت آن‌ها تأثیر می‌گذارد (Ling, & Wimolkasem, 2023). در نهایت، به‌طور کلی، این مضامین نقش اساسی تسلط زبانی در بهبود کیفیت توره‌های راهنما و تجربه کلی گردشگران را برجسته می‌کنند. به‌طور کلی این نتایج اهمیت حیاتی تسلط زبانی را در شکل‌دهی تجربیات گردشگران برجسته می‌کند و با تحقیقات قبلی که بر اهمیت ارتباط مؤثر بین راهنمایان تور و گردشگران در بخش گردشگری

یافته‌های پژوهش حاضر با کار Sulaiman Al Jahwari et al., (2016) همخوانی دارد که اهمیت شایستگی ارتباطی را در ارزیابی راهنمایان تور مورد تأکید قرار می‌دهد. توانایی ارتباط با گردشگران از طریق زبان نه تنها جنبه اطلاعاتی تورها را تقویت می‌کند بلکه مشارکت عاطفی را نیز تسهیل می‌کند؛ زیرا راهنمایان ماهر می‌توانند داستان‌ها و روایت‌های شخصی را به اشتراک بگذارند که با مخاطبانشان همخوانی دارد. این ارتباط عاطفی برای ایجاد خاطرات ماندگار بسیار حیاتی است؛ زیرا تجربه دیدن مکان‌ها را از یک تجربه منفعلانه به یک سفر تعاملی تبدیل می‌کند. به علاوه، انگیزه‌های یادگیری زبان در میان راهنمایان تور نیز می‌تواند بر کیفیت تجربیاتی که ارائه می‌دهند، تأثیر بگذارد. Ling & Wimolkasem (2023) به عوامل مختلفی اشاره می‌کنند که باعث می‌شود راهنمایان تور برای بهبود تسلط خود بر زبان انگلیسی انگیزه پیدا کنند، مانند توسعه حرفه‌ای و افزایش رضایت گردشگران. زمانی که راهنماها برای بهبود مهارت‌های زبانی خود انگیزه دارند، احتمالاً بیشتر تلاش می‌کنند تا تجربیات غنی‌تری برای مشتریان خود ایجاد کنند که به اختلاف مشاهده‌شده در این مطالعه کمک می‌کند.

یکی از دلایل اصلی تفاوت‌های مشاهده‌شده، توانایی راهنمایان با تسلط بالا در انتقال اطلاعات به‌صورت واضح و جذاب است. همان‌طور که Gani & Damayanti (2018) اشاره کرده‌اند، راهنمایان محلی با مهارت‌های قوی زبان انگلیسی بهتر می‌توانند گردشگری را به‌طور مؤثر ترویج کنند؛ زیرا آن‌ها قادرند روایت‌های فرهنگی و زمینه‌های تاریخی را به‌گونه‌ای بیان کنند که تجربیات گردشگران را غنی‌تر سازد. این وضوح و عمق اطلاعات نه تنها درک گردشگران را افزایش می‌دهد، بلکه ارتباط عاطفی عمیق‌تری با مکان‌هایی که بازدید می‌کنند، ایجاد می‌کند و منجر به تجربیات به‌یادماندنی‌تری می‌شود. علاوه بر این، راهنمایان ماهر احتمالاً از استراتژی‌های ارتباطی پیشرفته‌تری استفاده می‌کنند که با مخاطبان متنوع هماهنگ است. Weiler &

می‌شود. داستان‌گویی و مهارت زبانی به‌عنوان ابزاری برای ارتباط مؤثر، نشان‌دهنده این است که چگونه تجارب یادگیری از طریق روایت‌ها و تعاملات فعال شکل می‌گیرد. بازخورد منعکس‌کننده در مضامین نیز به معنای یادگیری از تجربیات گذشته است که می‌تواند به بهبود کیفیت خدمات کمک کند. علاوه بر این‌ها، اثرگذاری ارتباطی و تأثیر عاطفی نشان‌دهنده این است که چگونه زبان می‌تواند احساسات و تجربیات مشترک را منتقل کند. مهارت زبانی بالا باعث می‌شود که گردشگران احساس کنند که در یک فضای دوستانه و مشترک قرار دارند. بنابراین، به‌طور کلی عنصر زبان به‌عنوان فاکتور مهمی در بافت ساخت‌گرایی اجتماعی و چارچوب مشارکتی یادگیری تجربی به خلق تجربیات به-یادماندنی بیشتری برای گردشگران منتهی می‌شود.

با توجه به یافته‌های این تحقیق، پیشنهاد می‌شود که برنامه‌های آموزشی برای راهنمایان تور باید شامل آموزش‌های زبان خارجی و تکنیک‌های ارتباطی باشد تا توانایی آن‌ها در برقراری ارتباط مؤثر با گردشگران افزایش یابد. همچنین، محتوای آموزشی باید بر اساس نیازهای واقعی گردشگران طراحی شود تا بتوانند تجربیات به‌یادماندنی‌تری را کسب نمایند. راهنمایان تور باید به درک عمیق‌تری از فرهنگ و تاریخ محلی بپردازند تا بتوانند داستان‌های جذاب‌تری را برای گردشگران روایت کنند (de Freitas Coelho et al., 2018) و نتیجتاً تجربیات به‌یادماندنی‌تری را برای گردشگران خلق نمایند. بنابراین، یافته‌های این پژوهش نیاز به سرمایه‌گذاری مداوم در آموزش زبان برای راهنمایان تور را برجسته می‌کند. این امر می‌تواند منجر به بهبود ارتباطات، افزایش تعامل عاطفی و در نهایت، افزایش سطح رضایت گردشگران شود. علاوه بر این، درک جزئیات داستان‌گویی فرهنگی می‌تواند تجربیات تور را غنی‌تر کند و اهمیت تسلط بر زبان و همچنین تسلط فرهنگی را در بخش گردشگری برجسته‌تر نماید. بدین طریق، صنعت گردشگری می‌تواند اطمینان حاصل کند که گردشگران نه تنها با

تأکید دارد، هم‌راستا است. بنابراین، ضروری است که پیامدهای این یافته‌ها برای برنامه‌های آموزشی گردشگری مورد توجه قرار گیرد. (Phaiboonnugulkij, 2018) بر نیاز به استراتژی‌های فراشناختی در آموزش راهنمایان حرفه‌ای تأکید می‌کند و پیشنهاد می‌کند که برنامه‌ها باید نه تنها بر یادگیری زبان بلکه بر توسعه مهارت‌های ارتباطی که تعاملات به‌یادماندنی را تسهیل می‌کند، تمرکز کنند. با اولویت دادن به تسلط زبانی در برنامه‌های آموزشی، ذی‌نفعان گردشگری می‌توانند کیفیت کلی تجربیات گردشگران را ارتقا دهند که نهایت می‌تواند به نفع هر دو طرف یعنی گردشگران و صنعت گردشگری باشد.

نتایج تحقیق اخیر در ارتباط با نقش مهم مهارت زبانی به‌عنوان عاملی مؤثر بر خلق تجربیات به-یادماندنی برای گردشگران را می‌توان بر اساس دو تئوری بنیادین ساخت‌گرایی اجتماعی (Vygotsky, 1978) و نظریه یادگیری تجربی (Kolb & Fry, 1975) تبیین و تفسیر نمود. بر اساس نظریه ساخت‌گرایی اجتماعی، تعاملات فرهنگی و اجتماعی از طریق زبان شکل می‌گیرند. علاوه بر این، بر اساس این نظریه، درک اشتراکات فرهنگی و تاریخی در شکل‌گیری تعاملات اجتماعی مؤثر از اهمیت زیادی برخوردار است. بنابراین، راهنمایان تور با تسلط بر زبان قادرند این اشتراکات را شناسایی نموده و به گردشگران منتقل کنند که این امر به ایجاد روابط عمیق‌تر بین محیط گردشگری و گردشگران کمک می‌کند و منجر به خلق تجربیات به‌یادماندنی می‌گردد. علاوه بر این، تجربه لذت از تور و سازگاری و انعطاف‌پذیری راهنمایان تور نشان‌دهنده این است که چگونه گردشگران از طریق تعاملات فعال با راهنمایان، می‌توانند یادگیری معناداری را تجربه می‌کنند. در این میان، چالش‌ها و موانع نیز می‌تواند به‌عنوان فرصتی برای یادگیری و رشد در نظر گرفته شود. بر اساس نظریه یادگیری تجربی، یادگیری و تجربه از طریق مشارکت فعال در فعالیت‌ها حاصل



یادماندنی با عنایت بر عنصر وفاداری به مقصد، زمینه‌ساز پژوهش‌های آینده بیشتری باشند Kim (et al., 2014).

### حامی مالی

بنا به اظهار نویسنده مسئول، این مقاله حامی مالی نداشته است.

### سهم نویسندگان در پژوهش

نویسنده اول: زهرا احمدپور گاسگری به عنوان نویسنده مسئول مقاله.

نویسنده دوم: عطیه اعرابی به عنوان نویسنده مقاله.

### تضاد منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

### تقدیر و تشکر

نویسندگان، از همه افراد، به دلیل مشاوره و راهنمایی علمی و مشارکتشان در این مقاله تشکر و قدردانی می‌نمایند.

دانش بیشتر بلکه با خاطرات گران‌بهای سفرهای خود را به پایان می‌رسانند که می‌تواند به بازدید مجدد از مقاصد گردشگری بینجامد و به توسعه این صنعت کمک کند.

این تحقیق دارای برخی محدودیت‌ها است. با عنایت به اینکه نمونه‌گیری در تحقیق حال حاضر نمونه‌گیری آسان و در دسترس می‌باشد، نتایج ممکن است به گروه خاصی از گردشگران یا راهنمایان تور محدود شود. ثانیاً، تحقیق حال حاضر بیشتر بر روی تجربیات مثبت تمرکز داشته و تجربیات منفی مورد بررسی قرار نگرفته‌اند. برای تحقیقات آینده، پیشنهاد می‌شود که پژوهش‌هایی در مورد تجربیات منفی گردشگران انجام شود تا بتوان عوامل مؤثر بر این نوع تجربیات را نیز شناسایی کرد. همچنین محققان می‌توانند با مقایسه تجربیات گردشگران در کشورهای مختلف و با فرهنگ‌های متفاوت به درک عمیق‌تری از تأثیر مهارت‌های زبانی بر تجربیات به‌یادماندنی در بافت‌های مختلف فرهنگی کمک کنند (Kim, 2009). علاوه بر این، محققان می‌توانند با توسعه ابزارهای دقیق‌تر برای اندازه‌گیری تجربیات به-



## منابع

- Ali, F., Hussain, K., & Ragavan, A. (2014). Memorable customer experience: Examining the effects of customers experience on memories and loyalty in Malaysian resort hotels. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 144, 273-279.  
doi: 10.1016/j.sbspro.2014.07.296
- Ap, J., & Wong, K. K. (2001). Case study on tour guiding: Professionalism, issues and problems. *Tourism management*, 22(5), 551-563.  
[https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00013-9](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00013-9)
- Aslan, H. (2018). *The effect of creative experiences of tourists at the destination-on-destination memorability and loyalty*. Master's Thesis, Muğla Sıtkı Koçman University - Institute of Social Sciences.
- Auerbach, C. E., & Silverstein, L. B. (2003). *Qualitative data: An introduction to coding and analysis*. New York, NY: New York University Press.
- Braun-LaTour, K., Grinley, M., & Loftus, E. (2006). Tourist memory distortion. *Journal of Travel Research*, 44, 360-367. doi:10.1177/0047287506286721
- Campbell, S., Greenwood, M., Prior, S., Shearer, T., Walkem, K., Young, S., ... & Walker, K. (2020). Purposive sampling: Complex or simple? Research case examples. *Journal of Research in Nursing*, 25(8), 652-661.
- Chandralal, L. and Valenzuela, F. (2013). Exploring memorable tourism experiences: antecedents and behavioural outcomes. *Journal of Economics, Business and Management*, 1(2), 177-181.
- Chen, H. and Rahman, I. (2018). Cultural tourism: an analysis of engagement, cultural contact, memorable tourism experience and destination loyalty. *Tourism Management Perspectives*, 26(2018), 153-163.
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience-steps toward enhancing the quality of life*. New York, NY: Harper Collins.
- de Freitas Coelho, M., de Sevilha Gosling, M., & de Almeida, A. S. A. (2018). Tourism experiences: Core processes of memorable trips. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 37, 11-22.  
<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.08.004>
- Diaz-Soria, I. (2018). Being a tourist as a chosen experience in a proximity destination. In *Proximity and Intra-regional Aspects of Tourism* (pp. 93-114). Routledge.
- Duman, T. and Mattila, A. S. (2005). The role of affective factors on perceived cruise vacation value. *Tourism Management*, 26 (2005), 311-323.

- Eylül Koç, D., & Ulema, Ş. (2024). The Effect of Tourist Guide Performance on Memorable Tourism Experiences and Revisit Intention. In *Future Tourism Trends Volume 1: Tourism in the Changing World* (pp. 145-170). Emerald Publishing Limited.
- Fan, D. X., Tsaour, S. H., Lin, J. H., Chang, T. Y., & Tsa, Y. R. T. (2022). Tourist intercultural competence: A multidimensional measurement and its impact on tourist active participation and memorable cultural experiences. *Journal of Travel Research*, 61(2), 414-429.
- Gani, S. A., & Damayanti, C. I. (2018). The ability to speak English of the local tour guides for promoting tourism at the Aceh Tsunami Museum. *Studies in English Language and Education*, 5(2), 269-278.  
<https://doi.org/10.24815/siele.v5i2.11178>
- Gilbert, D., & Abdullah, J. (2004). Holiday taking and the sense of well-being. *Annals of Tourism Research*, 31(1), 103-121. doi: 10.1016/j.annals.2003.06.001
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough?: An experiment with data saturation and variability. *Field Methods*, 18, 59-62.
- Hoch, S. J. and Deighton, J. (1989). Managing what consumers learn from experience. *Journal of Marketing*, 53, 1-2.
- Holbrook, M. B. and Hirschman, E. C. (1982). The experiential aspects of consumption: consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of Consumer Research*, 9 (1982), 132-140.
- Holsti, O. (1996). *Content analysis for the social sciences and humanities*. Addison-Wesley, Reading.
- Hughes, K., & Ballantyne, R. (2001). Interpretation in ecotourism settings: investigating tour guides' perceptions of their role, responsibilities and training needs. *Journal of Tourism Studies*, 12(2), 2-9.  
<https://search.informit.org/doi/abs/10.3316/ielapa.200205486>
- Hurombo, B. (2016). *Assessing key tour guide competences to co-create memorable tourism experiences* (Doctoral dissertation, North-West University (South Africa), Potchefstroom Campus).  
<http://hdl.handle.net/10394/25348>
- Hwang, J., & Lee, J. (2019). Relationships among senior tourists' perceptions of tour guides' professional competencies, rapport, satisfaction with the guide service, tour satisfaction, and word of mouth. *Journal of Travel Research*, 58(8), 1331-1346.  
<https://doi.org/10.1177/0047287518803199>
- Karacaoğlu, S. I. L. A. (2024). The Role and Power of Tour Guides as Storytellers in Cultural Heritage Tourism.



- Journal of Management and Economic Studies (JOMAES)*, 6(2).  
<http://doi.org/10.26677/tr1010.2024.1419>
- Kim, J. H., Ritchie, J. B., & McCormick, B. (2012). Development of a scale to measure memorable tourism experiences. *Journal of Travel research*, 51(1), 12-25.  
<https://doi.org/10.1177/0047287510385467>
- Kim, J., and Ritchie, J. R. B. (2014). Cross-cultural validation of a memorable tourism experience scale (MTES). *Journal of Travel Research*, 53(3), 323-335.
- Kim, J.-H. (2009). *Development of a scale to measure memorable tourism experiences* (doctoral dissertation). Bloomington, IN: Indiana University.
- Kolb, D. A. & Fry, R. (1975). Toward an applied theory of experiential learning. In C. Cooper (ed.) *Theories of group process*. John Wiley.
- Kutlu, D., & Ayyıldız, H. (2021). The role of the destination image in creating memorable tourism experience. *Journal of Tourism and Services*, 12(23), 199-216.  
<https://doi.org/10.29036/jots.v12i23.303>
- Larsen, S. (2007). Aspects of a psychology of the tourist experience. *Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 7-18.  
doi:10.1080/15022250701226014
- Leong, A. M. W., Yeh, S. S., Zhou, Y., Hung, C. W., & Huan, T. C. (2024). Exploring the influence of historical storytelling on cultural heritage tourists' value co-creation using tour guide interaction and authentic place as mediators. *Tourism Management Perspectives*, 50, 101198.  
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101198>
- Ling, M., & Wimolkasem, N. (2023). Factors that motivate Chinese tour guides and Thai tour guides when learning the english language. *ABAC ODI Journal Vision. Action. Outcome*, 10(2), 223-241.  
<https://doi.org/10.14456/abacodijournal.2023.12>
- Liu, H., Xiao, Q., & Wang, H. (2024). Understanding Customer Experience for Sustainable Innovation: An Integration of Conscious and Unconscious Perspectives of Theme Hotel Guests. *Sustainability*, 16(13), 5274.  
<https://doi.org/10.3390/su16135274>
- Mahdzar, M., Shuib, A., Ramachandran, S., and Afandi, S. H. M. (2015). The role of destination attributes and memorable tourism experience in understanding tourist revisit intentions. *American-Eurasian J. Agric. & Environ. Sci.*, 15(Tourism & Environment, Social and Management Sciences), 32-39.
- Modi, N. (2023). Knowledge, Skills, and Attitudes: Competencies for Sustainable Tourism. In *International*

- Handbook of Skill, Education, Learning, and Research Development in Tourism and Hospitality* (pp. 1-20). Singapore: Springer Nature Singapore.
- Neal, J., Sirgy, M., & Uysal, M. (1999). The role of satisfaction with leisure travel/tourism services and experiences in satisfaction with leisure life and overall life. *Journal of Business Research*, 44(3), 153-163. doi:10.1016/S0148-2963(97)00197-5
- Neuhofer, B., Buhalis, D., Ladkin, A. (2014). A typology of technology-enhanced tourism experiences. *International Journal of Tourism Research*, 16, 340-350. doi:10.1002/jtr.1958
- Neumann, M. (1999). *On the rim: Looking for the Grand Canyon*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Oh, H., Fiore, A. M., and Jeoung, M. (2007). Measuring experience economy concepts: tourism applications. *Journal of Travel Research*, 46, 119-132.
- Ormond, M., & Vietti, F. (2022). Beyond multicultural 'tolerance': guided tours and guidebooks as transformative tools for civic learning. In *Peace Through Tourism* (pp. 207-223). Routledge.
- Phaiboonnugulkij, M. (2018). Relationships between metacognitive strategies and characteristics of Professional tour guide trainees in English for Tourism. *Advances in Language and Literary Studies*, 9(3), 87-97. <https://www.aiac.org.au/journals/index.php/all/articles/view/4520>
- Pine, B. J. and Gilmore, J. (1998). *Wellcome to the experience economy*. HBS Press.
- Pu, P., Cheng, L., Samarathunga, W. H. M. S., & Wall, G. (2023). Tour guides' sustainable tourism practices in host-guest interactions: when Tibet meets the west. *Tourism Review*, 78(3), 808-833. <https://doi.org/10.1108/TR-04-2022-0182>
- Raissifar, K., Akhavan Anvari, M, R. (2023). Investigating the relationship between experience quality, perceived value and satisfaction with tourists' behavioral intentions, *Tourism Planning and Development*, 12(45), 153-171. (In Persian)
- Ren, L., Wong, C. U. I., Ma, C., & Feng, Y. (2024). Changing roles of tour guides: From "agent to serve" to "agent of change". *Tourist Studies*, 24(1), 55-74. <https://doi.org/10.1177/14687976231200909>
- Setiawati, R., Syaiful, M., & Supriandi, S. (2024). The Contribution of Sustainable Tourism to Economic Development: A Bibliometric Approach. *West Science Interdisciplinary Studies*, 2(07), 1423-1433.



- <https://doi.org/10.58812/wsis.v2i07.1106>
- Shipton, N. J. (2024). Korean Tourism Students Personal Tour Guide Experience & Language Perception. *Culinary Science & Hospitality Research*, 30(9), 97-107.
- Soleymani, Z., Sojasiqueidari, H., Shayan, H., Seyfi, S., Pourtaheri, M. (2023). Identifying and Explaining the Factors Influencing the Creation of Memorable Experiences for Tourists (Razavi Khorasan Province). *Journal of Tourism Planning and Development*, 12(47), 59-89. (In Persian)
- Soleymani, Z., Sojasiqueidari, H., Shayan, H., & Seyfi, S. (2023). Extraction Memorable Experiences of Tourists from Rural Tourism Destinations (Case of study: Mashhad, Ney-shabur and Torghabe- Shandiz counties). *Tourism Management Studies*, 18(62), 37 -84. (In Persian)
- Stylidis, D. (2022). Exploring resident-tourist interaction and its impact on tourists' destination image. *Journal of Travel Research*, 61(1), 186-201.
- Sulaiman Al Jahwari, D., Sirakaya-Turk, E., & Altintas, V. (2016). Evaluating communication competency of tour guides using a modified importance-performance analysis (MIPA). *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(1), 195-218.
- <https://doi.org/10.1108/IJCHM-02-2014-0064>
- Sutono, A., Akbari, T. T., Risfandini, A., Piontoan, N. A., Wihardi, D., Renanda, A. Z., ... & Shibru, B. (2024). *Tourism: For Global Connectivity and Economic Development*. Paramedia Komunikatama.
- Tarssanen, S. (2009). *Handbook for experience stagers*. 5th Edition. Rovaniemi: Lapland Center of Expertise for the Experience Industry.
- Tung, V., & Ritchie, J. (2011). Exploring the essence of memorable tourism experiences. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1367-1386.  
doi: 10.1016/j.annals.2011.03.009
- Unal, A. and Bayar, S. B. (2020). The effects of memorable experiences about destinations on tourists' re-travel intentions: The example of Side. *International Journal of Turkish World Tourism Research*, 5(1), 1-13.
- Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in society: The development of higher psychological processes*. Harvard University Press.
- Weiler, B., & Black, R. (2015). The changing face of the tour guide: One-way communicator to choreographer to co-creator of the tourist experience. *Tourism Recreation Research*, 40(3), 364-378.  
<https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1083742>



- Weiler, B., & Ham, S. H. (2002). Tour guide training: A model for sustainable capacity building in developing countries. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(1), 52-69.  
<https://doi.org/10.1080/09669580208667152>
- Weiler, B., & Walker, K. (2014). Enhancing the visitor experience: Reconceptualising the tour guide's communicative role. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 21, 90-99.  
<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2014.08.001>
- Wyatt, B., Leask, A., & Barron, P. (2024). Re-enactment in lighter dark tourism: An exploration of re-enactor tour guides and their perspectives on creating visitor experiences. *Journal of Travel Research*, 63(2), 496-516.  
<https://doi.org/10.1177/00472875221151074>
- Zargham Borojni, H., Behmanesh, P. (2012). Identifying factors affecting the creation of a memorable tourism experience from the point of view of cultural tourists visiting Iran. *Tourism Planning and Development*, 2(4), 67-88. (In Persian).
- Zhang, H., Wu, Y., and Buhalis, D. (2018). A model of perceived image, memorable tourism experiences and re-visit intention. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 326-336.  
<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.06.004>