ტურიზმის ინდუსტრიაზე გავლენის მქონე სოციალურ მიმღებლობასა და კროსკულტურულ კომუნიკაციებს შორის არსებული სოციალური კავშირი

მეგი სურმანიძე
ბიზნეს ადმინისტრირების დოქტორანტი,
ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

როსტომ ბერიძე
პროფესორი, ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

აბსტრაქტი

სოციალური მიმღებლობა და კროსკულტურული ურთიერთობები თანამედროვე ტურიზმის ინდუსტრიის სოციალური ინტერესებისა თუ სოციალური ურთიერთობების მამოძრავებელ საშუალებას წარმოადგენს, ორივე პროცესებში შემავალი ფაქტორები გავლენას ახდენენ როგორც ურთიერთობების მიმდინარეობაზე, ხარისხზე ასევე განსაზღვრავენ ტურიზმის სოციალური ინსტიტუტის ეფექტურობასაც, აღნიშნულ სტატიაში განხილულია ტურიზმის ინდუსტრიაზე მოქმედი სოციალური მიმღებლობის და კულტურული ურთიერთობების გავლენები, ფაქტორთა ჯგუფები და მათი მნიშვნელობები. სტატიაში გაანალიზებულია სოციალური ინტერაქციისა და მიმღებლობის კვლევები. სტატია შეისწავლის სოციალური მიმღებლობის ფორმებს, დამოკიდებულებებისა და განწყობების მნიშვნელობას, რომელიც კავშირშია ტურისტებისა და რეზიდენტების ურთიერთობებთან, ინტერაქციის ხარისხთან, რასიზმთან, ეთნიკურ დისკრიმინაციასთან, რელიგიური თუ კულტურული ნიშნით მიუღებლობასთან, მხოლოდ აშშ–ში განხორციელებულმა კვლევამ აჩვენა, რომ ადგილობრივებს აქვთ აგრეისული დამოკიდებულებები გარკვეული წარმომავლობის ტურისტების მიმართ, მათ შორის ჩინელების მიმართ. კვლევამ გამოავლინა ყოველდღიური დისკრიმინაციის ფაქტებიც. სოციალური მიმღებლობა და ჯანსაღი სოციალური დამოკიდებულებები, მიმღებლობის მაჩვენებელი დაბალია მასპინძელ მოსახლეობებში, რომლებსაც ხშირი კომუნიკაცია აქვთ ტურისტებთან, ნეგატიური დამოკიდებულებების საფუძველს ძირითადად ჩაცმის სტილი, განსხვავებული კანის ფერი, რელიგიური მრწამსი და სექსუალური ორიენტაცია წარმოადგენს

საკვანძო სიტყვები: სოციალური მიმღებლობა, ტურიზმის ინდუსტრია, კროსკულტურული კომუნიკაციები, სოციალური კავშირი

JEL: Z31; M14

DOI: 10.52244/c.2024.11.20

შესავალი

ტურიზმისა და მასპინძლობის ინდუსტრია თავისი მასშტაბიდან, სოციალური და ეკონომიკური მნიშვნელობიდან გამომდინარე წარმოადგენს მსოფლიოს მოსახლეობის უდიდესი ნაწილის შემოსავლისა თუ დასაქმების ძირითად წყაროს, სასიკეთო მხარეების გათვალისწინებით ის ასევე წარმოადგენს სოციალურ ინსტიტუტს, რომელიც მსოფლიოს მოსახლეობას აძლევს ერთმანეთთან მუდმივი და დროებითი ურთიერთობების ჩამოყალიბების, სოციალიზაციის საშუალებას. აღნიშნული სტატია აანალიზებს მსოფლიოს განსხვავებული კულტურული ჯგუფების წარმომადგენლებს შორის ურთიერთობებს. კულტურათაშორისი კომუნიკაციების როლს ტურიზმის ინდუსტრიაში და სოციალური მიმღებლობის კავშირს კულტურათაშორისი კომუნიკაციების პროცესში.

სოციალური მიმღებლობა განსხვავებით კულტურათაშორისი კომუნიკაციებისგან სიღრმისეულად შესწავლილი არ არის, თუმცა ჩვენს მიერ განხორციელებულია რამდენიმე კვლევა, რომლებიც გვაძლევს გარკვეულ საფუძველს ვიფიქროთ, რომ სოციალური მიმღებლობა კულტურათაშორისი კომუნიკაციების წინაპირობაა, ის ახდენს გავლენას სხვადასხვა კულტურის, იდენტობის, მახასიათებლების მქონე ადამიანებს შორის ურთიერთობებზე, კომუნიკაციების ხარისხზე, სოციალური გაცვლის პროცესზე და ინტერაქციაზე. სოციალური მიმღებლობისა და კულტურათაშორისი კომუნიკაციების გააზრება გვაძლევს ცოდნას იმის შესახებ, რომ მსოფლიო გაცილებით უფრო ვრცელი და მრავალფეროვანია ვიდრე რომელიმე კონკრეტული ეთნოცენტრული წრე, ამასთან გაცემული თუ მიღებული შეტყობინებები, ინფორმაცია შეიძლება ყველა ინფორმაციის მიმღებსა თუ გამცემს განსხვავებულად ესმოდეს, სწამდეს, აღიქვამდეს, ამგვარად არ არსებობს ერთი კონკრეტული ჭეშმარიტება, ერთი კულტურული ცნობიერება, ერთი უნივერსალური შეფასების სისტემა, ერთგვაროვანი წესებისა და ნორმების სისტემა და ინფორმაციის ერთგვაროვნად მიღებისა და გაგების სისტემა.

აღნიშნული კვლევის მიზანია: კროსკულტურული კომუნიკაციების და სოციალური მიმღებლობის მნიშვნელობის განსაზღვრა ტურიზმის ინდუსტრიაში.

ამოცანები:

- სოციალური მიმღებლობის, კულტურათაშორისი კომუნიკაციების სამეცნიერო წყაროების ანალიზი
- სოციალური მიმღებლობის და გავლენის მქონე ფაქტორების განხილვა,
- კროსკულტურული კომუნიკაციების და ტურიზმის ინდუსტრიაში არსებული კულტრული ურთიერთობების ანალიზი,
- კროსკულტურულ კომუნიკაციებსა და სოციალურ მიმღებლობას შორის კავშირის შესწავლა

კროსკულტურული ურთიერთობები და სოციალური მიმღებლობა

სამყაროს უსაფრთხოებისა და დაცულობისთვის საჭიროა ადამიანებს ესმოდეთ ერთმანეთის, ესმოდეთ ერთმანეთის კულტურის, კულტურული ცნობიერების (Vassiliou et al 1972). სოციალურ მიმღებლობასა და კულტურათაშორის კომუნიკაციებს შორის პირველი გადაკვეთა მოდის სოციალური მიმღებლობის განმაპირობებელ ფაქტორზე- კულტურულ ფაქტორზე, სოციალური მიმღებლობის მიმდინარეობას განაპირობებს ასევე ეთნიკური, რელიგიური, პოლიტიკური, რასისტული, სექსუალური ორიენტაციის ფაქტორი. სოციალურ მიმღებლობას ყველაზე მეტად აფერხებს საზოგადოების სტერეოტიპული აზროვნება, რომელიც ყველაზე ხშირად გამოწვეულია კულტურის გავლენით, კულტურული ცნობიერება აფერხებს რაციონალურ აზრს, აწესებს საზოგადოებაში გარკვეულ ნორმებს, წესებს, კანონებს, ქცევისა თუ გადაწყვეტილებების მიღების სტანდარტებს, ახდენს გავლენას ურთიერთობებზე, ადამიანების ყოველდღიურ ცხოვრებაზე, სოციალურ აქტივობებზე, დამოკიდებულებებზე პროცესების, ადამიანების მიმართ, კულტურა საზღვრავს ადამიანის ქცევის, ჩაცმის ნორმებს. ერთგვაროვანს ხდის ურთიერთობებს, საზოგადოება ხშირად განეწყობა დადებითად ან უარყოფითად იმ ადამიანების მიმართ, რომლებიც კულტურაში დამკვიდრებულ მოთხოვნათა ნორმებს აკმაყოფილებენ, ან ვერ აკმაყოფილებენ.

კულტურა სხვაგვარად ნიშნავს იმასაც თუ როგორ ფიქრობს, რას გრძნობს ადამიანი, (Schein, 1990) სადაც ადამიანი იბადება და იზრდება იქ სწავლობს ქცევასა და აზროვნებას, იქ სწავლობს შეფასებას, ექცევა საზოგადოებრივი ცნობიერების გავლენის ქვეშ, ეცვლება გემოვება, იქმნება მისთვის ფასეულობათა სისტემა, რომელიც ხშირ შემთხვევაში სხვების გემოვნებისა და ფასეულობებისგან სულაც არ განსხვავდება.

ზოგიერთი მკვლევარი კულტურათაშორისი კომუნიკაციების პრობლემის აღმოფხვრის რამდენიმე გზას ასახელებს:

- გლობალიზაციის გზა, გლობალიზაცია და ინტენსიური სოციალური ურთიერთობები ხელს უწყობს კულტურათაშორის კომუნიკაციებს, აძლიერებს მხარეების ინდივიდუალური კულტურების გაცნობას.
- სამყაროს დაცულობა და უსაფრთხოება მნიშვნელოვნად არის დამოკიდებული კულტურათაშორის კომუნიკაციებზე, ურთიერთობებზე, საერთო პასუხისმგებლობების გაცნობიერებაზე,
- ადამიანების მიერ იმის გააზრება, რომ ინფორმაციის გადაცემის დროს მათი და მიმღები მხარის ცნობიერება, აღქმები შეიძლება მკვეთრად განსხვავდებოდეს ერთმანეთისგან. (Aririguzon, 2022)

გაერთიანებული ერების ორგანიზაციამ სამყაროს, ინდუსტრიების მდგრადი განვითარების 17 პუნქტი შეადგინა, რომელთა შორის ერთერთი კულტურაა და მისი როლი მდგრადი განვითარების, უსაფრთხოების, სიმდიდრის უზრუნველყოფის პროცესში. ,,კულტურა, სიმშვიდე და არა-ძალადობა, გლობალური მოქალაქეობა, კულტურული მსგავსება და კულტურის მიერ მდგრად განვითარებაში წვლილის შეტანა''

საერთაშორისო ორგანიზაციები აცნობიერებენ ამ პროცესის მნიშვნელობას და ძალიან ბევრ პროექტსა თუ პროგრამას გეგმავენ, ახორციელებენ იმ მიზნით, რომ კულტურებს

შორის დისონანსი, გაუგებრობა, დისტანცია ნელნელა შემცირდეს და გაქრეს. (Seymour, 2007) გაეროს გარდა გლობალური სტაბილური განვითარების 2030 წლის გეგმაში იუნესკოც ასახელებს კულტურას როგორც უმნიშვნელოვანეს ფაქტორს, (იუნესკო 2013, 2017, გვ.16; 2013 ა გვ. 30)

კროსკულტურული ურთიერთობები წარმოადგენს კულტურისა და კომუნიკაციების ურთიერთობას, კულტურები ურთიერთობენ ვერბალური და არავერბალური ენით, სადაც კულტურებისთვის სპეციფიკურ ჟესტებს, სიმბოლოებს, ქცევებს, სიტყვებს გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს (Kurylo, 2013), ბუნებრივია, რომ კულტურებს შორის კომუნიკაციებში შეიძლება ადგილი ჰქონდეს გაუგებრობას, რადგან განსხვავებები ვერბალურ და არავერბალურ საკომუნიკაციო ენებს, მნიშვნელობებს შორის დიდია.

კროსკულტურულ ურთიერთობებში არსებული პრობლემები ძირითადად დაკავშირებულია კომუნიკაციის პროცესთან და გაუგებრობებთან, ტურიზმში, ინტენსიური და ძალიან ხშირია შემთხვევები როდესაც მასპინძელ საზოგადოებას არ ესმის ტურისტების, დაბრკოლებას წარმოადგენს:

- ღირებულებები და რწმენები;
- ეთნოცენტრიზმი;
- საკომუნიკაციო ენა (სემანტიკა);
- სტერეოტიპები;
- სხეულის ენა და ჟესტები, არავერბალური კომუნიკაციის ბარიერები;
- კულტურებში გაუცნობიერებლობა, ცოდნის დეფიციტი;
- ცრურწმენები და სტერეოტიპები;

სხვადასხვა კულტურის წარმომადგენელ ადამიანებს შორის უთანხოება, კონფლიქტი შეიძლება გამოწვეული იყოს ეთნოცენტრიზმითაც, რომლის მიხედვითაც ადამიანების გარკვეულ ჯგუფს, სოციუმს, საზოგადოებას შეიძლება საკუთარი კულტურა განსაკუთრებულად, სხვა კულტურებზე უფრო მნიშვნელოვნად ან პრიორიტეტულად მიაჩნდეს, იგივე შეცდომას მოჰყვება პრობლემები რასიზმშიც, როდესაც თეთრკანიან ადამიანებს მიაჩნიათ, რომ კანის ფერი-თეთრი წარმოადგენს განსაკუთრებულ მახასიათებელს და სწორედ ამიტომ ისინი სხვებზე მეტი პრივილეგიით, უფლებებით უნდა სარგებლობდნენ.

გარდა ეთნოცენტრიზმისა კროკულტურულ კომუნიაციებში ბზარს აჩენს ცრურმენები და სტერეოტიპები, ყველა კულტურაში არსებობს გარკვეული არასწორი შეხედულებები სხვადასხვა პროცესების, ადამიანების მიმართ, ცრურწმენებზე დაფუძნებული შეხედულებები შეიძლება გულისხმობდეს ნეგატიური განწყობის, დამოკიდებულების გაჩენას კონრეტული სქესის, რასის, ეთნიკური ნიშნის, სოციალური კლასის, რელიგიის, სექსუალური ორიენტაციის მიმართ., შესაბამისად ვლინდებოდეს უარყოფითი დამოკიდებულების სახით სხვადასხვა ნიშნის ადამიანის, ტურისტის მიმართაც. (Allport, 1954; Brown, 2010).

ზოგიერთ ქვეყანაში დღემდე აქტუალურია სხვადასხვა კულტურის, წარმომავლობის ხალხს შორის კონფლიქტები, სოციალური დისტანცია, ნეგატიური დამოკიდებულებები,

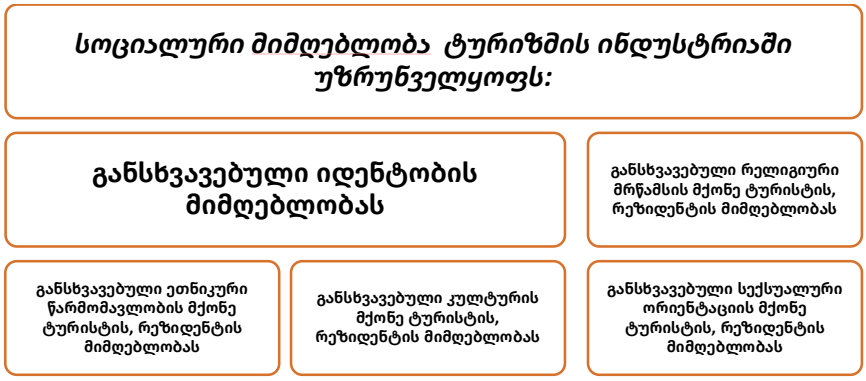
არატოლერანტული დამოკიდებულებები. მაგალითად ამერიკაში, რომელიც მიუხედავად საკანონდებლო ცვლილებებისა კვლავ ებრძვის რასიზმს, ეთნიკური ნიშნით ჩაგვრას. ამერიკაში მისოური–კოლუმბიის უნივერსიტეტის რეკრეაციის და პარკებისა და ტურიზმის სამეცნიერო დეპარტამენტმა განხორციელება კვლევა ჩაღრმავებული ინტერვიუების მეთოდით, მკვლევარებმა გაითვალისწინეს ამერიკელი აფრიკელების მიერ გამოვლილი მძიმე ცხოვრება, გამოკითხვები განხორციელდა ჩვეულებრივ ობიექტებში, კაბეეფში, ბარებში, კლუბებში, თვითმფრინავებში, გაზგასამართ სადგურებზე, კვლევამ რამდენიმე საინტერესო ფაქტები გამოავლინა. ინტერვიუერი სტივენი ყვება თავის თეთრკანიან კოლეგასთან ერთად მოგზაურობის შესახებ, ისინი რამდენიმეჯერ ესტუმრნენ სასტუმროს კვების ობიექტებს დილის, დღის განმავლობაში, მიუხედავად იმისა, რომ დარბაზში თავისუფალი იყო საკმაოდ კარგი ადგილები სტუმრებისთვის, ისინი რესტორნის ბოლოში განათავსეს, უარის სახით კი მოახსენეს რომ დარბაზის სხვა ნაწილისთვის მომსახურე პერსონალი არ ჰყავდათ, მსგავსი შემთხვევა რამდენიმეჯერ განმეორდა. სხვა გამოკითხულთაგან ანაც იხსენებს საუნივერსიტეტო ტურის დროს გადამხდარ ისტორიას, კვების ობიექტში სადაც არ მოქმედებდა თვითმომსახურება და მომხმარებლებს მიმტანები აწვდიდნენ შეკვეთილ საკვებს, მენიუს, ანას როგორც შავკანიან სტუმარს უარი უთხრეს მომსახურებაზე და უთხრეს, რომ საკვები მაგიდასთან თავად მას უნდა მიეტანა. ანა იმედგაცრუებული იხსენებს მიმტანის სიტყვებს:,,რატომ არ ადგებოდი, თავად აიღებდი შენს საჭმელს და დაუბრუნდებოდი შენს ადგილს?''

გამოკითხულთაგან ერთერთი რესპოდენტი ქალი იხსენებს, რომ მის ვაჟიშვილს მუდმივად მოუწოდებს სიფრთხილისკენ, სადაც არ უნდა იყოს, უნდა იცოდეს როგორც შესასვლელი ისე გამოსასვლელი მოულოდნელი და მოსალოდნელი საფრთხეებისგან თავის დაღწევისა და გადარჩენის მიზნით. ხანდაზმული რესპოდენტები იხსენებენ უამრავ ნეგატიურ ფაქტს რასიზმისას, რომლის გამოც მათ დღემდე აქვთ საზოგადოებრივი თავშეყრის ადგილებში ყოფნის შიში, კემპინგებზე ყოფნის, მოგზაურობის შიში.

სოციალური მიმღებლობა, ინტერაქცია და ტურისტების დისკრიმინაცია

სოციალური მიმღებლობა წარმოადგენს თანამედროვეობის უმნიშვნელოვანეს ცოცხალ პროცესს, რომელშიც უმთავრეს ღირებულებებს წარმოადგენს: განწყობა, მიმღებლობა, დამოკიდებულება, გაზიარება, სოციალურ მიმღებლობას ნაწილობრივ განმარტავს სოციალური ინტერაქცია, რომელიც ასევე დგას დამოკიდებულებებსა და განწყობებზე, სოციალურ მიმღებლობასთან არის მნიშვნელოვან კავშირში ასევე სოციალური გაცვლის თეორია და სოციალური დისტანცია. სოციალური დისტანცია იქმნება მხარეებს შორის მაშინ, როდესაც ისინი არ ღებულობენ გარკვეული მახასიათებლის გამო მეორე მხარეს, ხშირ შემთხვევაში იცავენ კიდეც სოციალურ დისტანციას, აფერხებენ კომუნიკაციის პროცესს, ხშირია ასევე არასრულფასოვანი სოციალური გაცვლაც ინფორმაციის, ემოციების, განწყობების და შთაბეჭდილებებისა.

ცხრილი. 1



სოციალური მიმღებლობის ძლიერი მხარეები ტურიზმში, ტურისტებსა და რეზიდენტებს, შორის კულტურულ კომუნიკაციაში

სოციალური მიმღებლობა თავისი შინაარსით სოციალურ ურთიერთობაში მონაწილე მხარეებს ტურიზმში მოუწოდებს თანასწორობისა, კეთილგანწყობისა და მიმღებლობისკენ, ის გულისხმობს ემპათიურ, ჯანსაღ დამოკიდებულებებს ტურისტებსა და ტურისტული სერვისის მიმწოდებლებს შორის.

ცხრილი 2.

ყოველდღიურად ამერიკელებისგან მიღებული დისკრიმინაცია			
დასახელება	**CR**	**საშუალო**	**SD**
ყოველდღიური დისკრიმინაცია	0,921		
სხვების ქცევა თუ ისინი შენზე უკეთესები არიან		2,094	0,993
სხვებზე ნაკლები თავაზიანობით იქცევა		1,897	0,936
სხვებზე ნაკლები პატივისცემით იქცევა		1,862	0,96
სხვების ქცევა თუ შენ არ ხარ ჭკვიანი		1,803	0,939
ცუდი მომსახურების მიღება		1,729	0,918
სხვების ქცევა თუ მათ შენი არ ეშინიათ		1,7	0,897

სახელებით მოხსენიება ან შეურაცხმყოფელად მოხსენიება		1,675	0,919
სხვების ქცევა თუ შენ ხარ თაღლითი		1,675	0,935
მუქარის ან ძალადობის ადრესატი		1,606	0,891

ამერიკელებისგან მიღებული ყოველდღიური დისკრიმინაცია

წყარო: Ann Tour, R. Residents Discrimination Against Tourists. (2021) Annals and tourism research. Vol 88 https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7536548/

კვლევამ დაადგინა, რომ რეზიდენტები, ადგილობრივი ამერიკელი მაცხოვრებლები, რომლებიც ხშირად ახდენდნენ ჩინელი ტურისტების დისკრიმინაციას, იყენებდნენ მათ მიმართ მტკივნეულ, ზიანის მიმყენებელ მიდგომებს. ადგილობრივი მოსახლეობის, ამერიკელი მოქალაქეების გარკვეული ნაწილი იყო არატოლერანტულად განწყობილი ჩინელი ტურისტების მიმართ (Ann Tour, 2021).
სოციალური მიმღებლობისა და კულტურული კომუნიკაციების პროცესში პრობლემების აღმოსაფხვრელად:

- უპირველესყოვლისა მხარეებმა უნდა გააცნობიერონ, რომ საზოგადოებები განსხვავდებიან ერთმანეთისგან ღირებულებათა, აღქმების, რწმენების სისტემების თვალსაზრისით
- გამოიჩინონ მზაობა სიახლეების მისაღებად, ახალი ინფორმაციის მისაღებად, უცხო ემოციების, ინფორმაციის განსხვავებულად გადმოცემის არხების შესახებ,
- დაძლიონ ქსენოფობიური შიშები, რომლებიც ხშირად განპირობებულია მხოლოდ გენეტიკური ფაქტორით და მას რეალური საფუძველი არ გააჩნია;
- დაინტერესდნენ უცხო კულტურებით, მიიღონ მეტი ინფორმაცია და გაცნობიერდნენ კულტურული ღირებულებების ნაწილში;
- კულტურული ცენტრალიზაციის, ეთნოცენტრიზმის გაქრობის მიზნით ყველა საგანმანათლებლო დონეზე, ტურიზმის ბიზნეს თუ სოციალურ პროექტებში, ქვეყნებს შორის კოლაბორაციულ კულტურულ ღონისძიებებში, ფორუმებში თუ სხვა აქტივობებში რაც შეიძლება მეტი განსხვავებული, მრავალფეროვანი კულტურის წარმომადგენელი მონაწილის ჩართვა, თანამონაწილეობა,

დასკვნები

სოციალური მიმღებლობა მოიცავს სოციალურ, დემოგრაფიულ, იდენტურ ფაქტორთა ჯგუფს, რომლებსაც შეუძლია განაპირობოს ან გავლენა მოახდინოს სოციალური ურთიერთობების ფორმაზე, ხარისხზე, რაც მთავარია სუბიეტურ დამოკიდებულებებზე,

თუ რეზიდენტებისთვის ტურისტის გარკვეული მახასიათებელი ორგანულად, კულტურულად მიუღებელია და იწვევს ნეგატიურ დამოკიდებულებებს, პროტესტის გრძნობას, უარყოფით განწყობებს ლოგიკურია, რომ სოციალური მიმღებლობა ვერ შედგება და კომუნიკაცია წარუმატებლად განხორციელდება.

სოციალური მიმღებლობისა და კროსკულტურული კომუნიკაციების განხილვა ერთ სისტემაში აუცილებელია საერთო მახასიათებლების, სოციალური მნიშვნელობის წარმოსაჩენად და იმის განსასაზღვრად, რომ ინდუსტრიის წარმატებულობა დამოკიდებულია მასში მიმდინარე ურთიერთობების ხარისხზე, მიმღებლობის ფორმებზე, კომუნიკაციის ეფექტურობაზე, რომელსაც ხშირად ხელს სწორედ კულტურულ ცნობიერებებს შორის არსებული განსხვავებანი უშლის, ქმნის დაპირისპირებას, კონფლიქტს, წინააღმდეგობას, მიუღებლობას.

კულტურათაშორისი კომუნიკაციების განსავითარებლად აუცილებელია მეტი სოციალური, ბიზნეს პროექტის დაგეგგმვა და განხორციელება, რომელშიც სხვადასხვა ეროვნების, წარმომავლობის, იდენტობის, რელიგიური მრწამსის თუ კანის ფერის მქონე ადამიანი მიიღებს მონაწილეობას, სოციალური დაყოფის, კლასებად, ტიპებად დისტანცირების პრობლემას გაერთიანებული ტიპის პროექტები, აქტივობები ამცირებს, რომლებიც ხორციელდება ქვეყნებს, რეგიონებს შორის რეგიონალური თუ საერთაშორისო მასშტაბით.

რეზიდენტების მიერ ტურისტებისადმი ნეგატიური დამოკიდებულებები და სოციალური მიუღებლობა ხელს უწყობს მათ მიმართ დისკრიმინაციული პროცესების გაღვივებას, გახშირებას რასისტული, ეთნიკური, რელიგიური, სექსუალური ორიენტაციის ნიშნით, ამგვარად ცნობიერების ამაღლების მიზნით ტურიზმისა და განათლების სამინისტროების მიერ უნდა შემუშავდეს უნივერსალური სოციალური–საგანმანათლებლო პროგრამა, რომელიც საგანმანათლებლო დაწესებულებებიდან დაიწყებს შესაბამისი სასწავლო კურსებისა და ტრენინგების განხორციელებას, რომელიც გააუმჯობესებს მიმღებლობას, სოციალურ დამოკიდებულებებს.

გამოყენებული ლიტერატურა

შენგელაია, თ., გასვიანი, ბ., ბერიშვილი ხ., ,ჟორჟოლიანი, თ. (2022) გამომცემლობა: ,,უნივერსალი'', კროსკულტურული ურთიერთობები საერთაშორისო ბიზნესში.

Ann Tour, R. Residents Discrimination Against Tourists. (2021) Annals and tourism research. Vol 88 https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7536548/

Ann-Kristin Züchner (2023) The Influence Of Culture On Travel Behaviour And Tourism Experience A Comparison Of German And Dutch Tourists https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/805948/z%C3%BCchner_ann-kristin.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Aririguzon, S. (2022) Communication competencies, culture and effective processes to cross-cultural communication. Journal of Humanities and Social Sciences Communications. https://www.nature.com/articles/s41599-022-01109-4

Bartleby, A. (2017) Culture Is Communication and Communication Is Culture. Bartleby Research. https://www.bartleby.com/essay/Culture-Is-Communication-and-Communication-Is-Culture-FKMNSSSXHKGEZ

Coleman, L T., Koleman, W. Barriers to Intercultural Communication- Social science https://socialsci.libretexts.org/Courses/Southwest_Tennessee_Community_College/Competent_Communication/02%3A_Culture_and_Communication/2.03%3A_Barriers_to_Intercultural_Communication

Kurylo, A. (2013) InterCultural communication: representation and construction of culture. Sage Publications. https://sk.sagepub.com/books/intercultural-communication-representation-and-construction-of-culture

Martin, R., Mellanie, K. (2008) It is Who You Know That Counts: Intergroup Contact and Judgments about Race-Based Exclusion. https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4258874/

Semmer, C., Regennass, A. (2021) Department of Psychology, University of Bern. A Situational approach to the measurment of safety culture.

Seymour, J. (2007) Culture does matter, Journal of The Official Religious Education Association, https://www.tandfonline.com/journals/urea20

Vasso Vassiliou, G., Vassiliou, G. (2015) Variations of the Group Process across Cultures. International Journal of Group Psychotherapy Volume 24, 1974 - Issue 1 https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00207284.1974.11492269

The Social Relationship Between Social Acceptance and Cross-Cultural Communication Influencing the Tourism Industry

Maggie Surmanidze

Doctoral Student of Business Administration,

Batumi Shota Rustaveli State University

Rostom Beridze

Professor, Batumi Shota Rustaveli State University

Abstract

Social acceptance and cross-cultural relations are the drivers of social interests or social relations in the modern tourism industry, the factors involved in both processes affect both the course of relations Quality is also determined by the effectiveness of the social institution of tourism Groups of factors and their values. The article analyzes studies of social interaction and acceptance. The article examines the forms of social acceptance, the importance of attitudes and moods, which are related to the relations between tourists and residents, In relation to the quality of interaction, racism, ethnic discrimination, religious or cultural unacceptability, research conducted in the US alone has shown that locals have aggressive attitudes towards tourists of certain origins, including Chinese. The research also revealed the facts of everyday discrimination. Social Acceptance and Healthy Social Attitudes Acceptance rates are low in host populations that have frequent contact with tourists, The basis of negative attitudes is mainly the style of dress, different skin color, religious beliefs and sexual orientation.

Keywords: Social acceptance, tourism industry, cross-cultural communications, social connection

JEL: Z31; M14

DOI: 10.52244/c.2024.11.20

References

Ann Tour, R. _Residents Discrimination Against Tourists. (2021) Annals and tourism research. Vol 88 https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7536548/

Ann-Kristin Züchner (2023) The Influence Of Culture On Travel Behaviour And Tourism Experience A Comparison Of German And Dutch Tourists

https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/805948/z%C3%BCchner_ann-kristin.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Aririguzon, S. (2022) Communication competencies, culture and effective processes to cross-cultural communication. Journal of Humanities and Social Sciences Communications. https://www.nature.com/articles/s41599-022-01109-4

Bartleby, A. (2017) Culture Is Communication and Communication Is Culture. Bartleby Research. https://www.bartleby.com/essay/Culture-Is-Communication-and-Communication-Is-Culture-FKMNSSSXHKGEZ

Coleman, L T., Koleman, W. Barriers to Intercultural Communication- Social science https://socialsci.libretexts.org/Courses/Southwest_Tennessee_Community_College/Competent_Communication/02%3A_Culture_and_Communication/2.03%3A_Barriers_to_Intercultural_Communication

Kurylo, A. (2013) InterCultural communication: representation and construction of culture. Sage Publications. https://sk.sagepub.com/books/intercultural-communication-representation-and-construction-of-culture

Martin, R., Mellanie, K. (2008) It is Who You Know That Counts: Intergroup Contact and Judgments about Race-Based Exclusion. https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4258874/

Semmer, C., Regennass, A. (2021) Department of Psychology, University of Bern. A Situational approach to the measurment of safety culture.

Seymour, J. (2007) Culture does matter, Journal of The Official Religious Education Association, https://www.tandfonline.com/journals/urea20

Shengelaya, T., Gasviani, B., Berishvili, Kh., Zhorzholiani, T. (2022) Publisher: Universal, Cross-cultural relations in international business.

Vasso Vassiliou, G., Vassiliou, G. (2015) Variations of the Group Process across Cultures. International Journal of Group Psychotherapy Volume 24, 1974 - Issue 1 https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00207284.1974.11492269