

JEL: L60, L83, O14

DOI: <https://doi.org/10.46361/2449-2604.7.1.2020.25-36>

ტურისტების სოციალური მიმდებლობა ბათუმის მოსახლეობაში

მეგი სურმანიძე,

სოციოლოგიის მაგისტრი, ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო

უნივერსიტეტი

საქართველო, ბათუმი

megisurmanidze128@gmail.com

orcid.org/0000-0002-9142-234

შემოსულია რედაქციში:

იანვარი, 2020

რეცენზირებულია:

თერვალი, 2020

ურთიერთობები რომლებიც ტურისტებსა და მოსახლეობას შორის წარმართება, არსებითად მნიშვნელოვანია ისეთი დარგის წინსვლისა და განვითარებისათვის, როგორც არის ტურიზმი. ეს გლობალური დარგი და შემოსავლების წყარო ბევრი ქვეყნისათვის მნიშვნელოვან ეკონომიკურ როლს თამაშობს. ეს დარგი მნიშვნელოვანია, როგორც აჭარის რეგიონისათვის, ასევე ტურისტული ქალაქისათვის-ბათუმისათვის, იმ პირობებში, როდესაც ქალაქს სხვადასხვა ეროვნების ათასობით ტურისტი სტუმრობს, არსებითად მნიშვნელოვანია მათ შორის წარმართული ურთიერთობები და დამოკიდებულებები. სწორედ ეს ურთიერთობები თამაშობს ერთ-ერთ გადამწყვეტ როლს ტურისტების გადაწყვეტილებებში კიდევ ერთხელ ესტუმროს ქალაქს თუ არა. მიმდებლობა აქტუალური თანმდევი პროცესია, რომელიც მსოფლიოს მზარდ სამემოსავლო ბიზნეს მიმართულებას, ტურიზმს ახასიათებს. მისი შესწავლა აუცილებელია ტურისტულ ურთიერთობებში არსებული პრობლემების დადგენის და გამოკვლევის თვალსაზრისით.

სტატიის მიზანია აჩვენოს თუ რამდენად დიდია მიმდებლობის მნიშვნელობა ტურისტული ურთიერთობებში და რამდენად დიდ როლს თამაშობს ის ტურისტული ბიზნეს ინდუსტრიის სასიკეთოდ წარმართვაში. ასევე, სტატიის მიზანია აჩვენოს თუ როგორია მიმდებლობა, რა სახით და რა მასშტაბებით ვლინდება იგი ბათუმის მოსახლეობაში.

საკვლევი თემა საინტერესოა და ღირებული პრობლემის აქტუალობის თვალსაზრისით, ტურისტული ბიზნესი და ტურისტული ბაზარი დღითიდღე იზრდება, თუმცა აქამდე ყურადღების მიღმა რჩებოდა მისი ხელშემწყობი თუ დამაზრკოლებელი სოციალური მიზეზები, რომლებიც უშუალოდაა დაკავშირებული მიმდებლობასთან, ტურისტებსა და ადგილობრივ მოსახლეობას შორის ურთიერთობასთან. ღირებულება რეალურია რადგან ტურისტული ბიზნესის წინსვლა პირდაპირპროპორციულ კავშირშია ტურისტებსა და მოსახლეობას შორის ურთიერთობებზე

ჩატარებულ იქნა თვისებრივი სოციალური კვლევა, ხოლო ონფორმაციის მოპოვების მეთოდად შეირჩა – ჩაღრმავებული ინტერვიუ. თვისებრივი კვლევის მეთოდმა, კერძოდ, ჩაღრმავებულმა ინტერვიუმ, საშუალება მოგვცა გაგვეგო აქტორების შეხედულებები, რწმენები და დამოკიდებულებები. ეს მეთოდი ყველაზე შესაფერისი იყო კვლევის პრობლემატიკასთან, რადგან, ფოკუს ჯგუფის ჩატარების შემთხვევაში რესპოდენტებს, მოსალოდნელია, შექმნოდან სხვების თანდასწრებით გულწრფელი საუბრის პრობლემა. სხვების თანდასწრებით რესპოდენტებს შესაძლოა დაეფარათ რეალური ემოცია, აზრი ან შეხედულება.

© ინოვაციური ეკონომიკა და მართვა, 2020

საკვანძო სიტყვები: მიმდებლობა, ტურისტული ინდუსტრია, კულტურული იდენტობა, ქსენოფობია.

JEL: L60, L83, O14

DOI: <https://doi.org/10.46361/2449-2604.7.1.2020.25-36>

MEGGIE SURMANIDZE,
Master of sociology
Batumi shota rustaveli state university,
Batumi, Georgia,
Megisurmanidze128@gmail.com
orcid.org/0000-0002-9142-234

Edited by:

Received, January, 2020

Accepted, February, 2020

© Innovative Economics and Management,
2020

SOCIAL RECEPTIVNESS OF TOURISTS IN BATUMI POPULATION

The relations between tourists and population is essentially important to develop tourism.

This global branch is incoming stream and plays the huge economy role in country is development. This branch is important for adjarian region as well as for Batumi as a touristic city.

When lots of tourists visit our city the relationship and attitudes between tourists and local population is too important and play the determinant role whether they will visit country again or not.

Receptiveness is on actual accompanying process typical for tourism as a growing incoming business direction and its necessary to be studied the problems and touristic relationships.

The aim of article is to show the importance of receptibility in business touristic industry also the topic was to show the dimension=scale of receptibility revealing in Batumi population. The topic itself is of high importance as the touristic business is growing day by day, though the helpful and disturbing social causes were left out of focus were dencely connected to the relations between tourists and local population.

The value is real and directly proportional to the relationship between tourists and population. The qualitative social research was fulfilled. The method to get information was deepened interview. the method gave us the opportunity to get acquainted to the actors points of view, also it was suitable points of view, also it was suitable to create favourable conditions to respondents be sincere during interview and don't hide their real emotions and the opinions.

Key words: tourism industry, reseptivness, cultural identity, xenophobia.

ძირითადი ნაწილი

ტურისტული ბიზნეს ინდუსტრიისა და ტურისტული დარგის პირობებში უამრავი ქვეყანა ცდილობს მიიზიდოს ტურისტები, ვიზიტორები, გახადოს ქვეყნის რეგიონისა თუ ქალაქის კულტურა, ძეგლები, ღირსშესანიშნაობები, ბუნება თუ სხვა საგანძური პოპულარული და ამასთან მიიღოს შემოსავალი. მნიშვნელოვანია ადგილობრივი მოსახლეობის დამოკიდებულებები ტურისტებთან მიმართებაში, როგორ წარმართება ურთიერთობები, რა ფაქტორებს აქვს დამოკიდებულებების განსაზღვრაში არსებითად დიდი მნიშვნელობა; რა მიზეზები ახდენს ზეგავლენას ტურისტებთან დამოკიდებულებებზე; რა ფაქტორები აძლევენ ურთიერთობას პოზიტიურ ან ნეგატიურ მიმართულებას? რა შეფერხებებს ან პრობლემებს აწყდებიან ადგილობრივები ტურისტებთან ურთიერთობის პროცესში. კვლევა ჩატარდა ჩაღრმავებული ინტერვიუს მეთოდით და გამოკითხული იქნა რამდენიმე კატეგორიის რესპოდენტები ისინი ვისაც აქვთ ფორმალური და არაფორმალური შეხება ტურისტებთან განთავსების ობიექტების საქმიანობის თვალსაზრისით და ისინი ვისაც აქვთ საქმიანი შეხება მათთან.

ტურისტებსა და ადგილობრივებს შორის ურთიერთობებში დიდ როლს თამაშობს უკუკავშირის პროცესი. აღნიშნულ საკითხთან მიმართებაში მნიშვნელოვანია განვიხილოთ ნატალია კარალოვას კვლევა. [1] ფსიქოლოგიური მეცნიერების კანდიდატი საუბრობს საპასუხო უკუკავშირებით ურთიერთობებზე ტურისტებსა და მოქალაქეებს შორის. ამ პროცესს კარალოვა ახასიათებს, როგორც კროს-კულტურული ხასიათის მატარებელს. მისი აზრით ეს პროცესი დაკავშირებულია კულტურებს შორის წარმოსახვითი საზღვრების რღვევასთან, რომ განსხვავებები რადიკალურად განსხვავებულ კულტურებს შორის იშვიათად შეიმჩნევა. ამ პროცესში აბსოლუტურად განსხვავებული კულტურის წარმომადგენლებს შორის საზღვრები უქმდება და ისინი ხდებიან აბსოლუტურად ჩვეულებრივი. იზრდება და გამოიკვეთება კროს-კულტურული კვლევის მნიშვნელობა - „საზღვრების მოშლის ეპოქაში, როცა კონტაქტები აბსოლუტურად განსხვავებული კულტურის წარმომადგენლებს შორის ხდება ჩვეულებრივი და რეალური, მნიშვნელოვნად იზრდება იმ კროს-კულტურული კვლევების მნიშვნელობა,

რომლებიც, ეხება ჯგუფთაშორის ინტეგრაციას. უფრო ზუსტად, სხვადასხვა კულტურებისადმი მიკუთვნებული ასეთი კავშირების დამყარება და ჯგუფებს შორის ურთიერთობა, ეხმარება მათ დაახლოებაში“ [2].

საინტერესო და მნიშვნელოვანია მიმდებლობის დამოკიდებულება პოლიტიკისა და ქსენოფობიისადმი. თუ ტურისტი არის იმ ქვეყნის მოქალაქე, რომელიც პოლიტიკურად არასასურველი ან მტერია, მაშინ სრულიად შესაძლებელია არ შედგეს მიმდებლობა და გაჩნდეს ნეგატიური დამოკიდებულება. შესაძლებელია ადგილობრივმა მხოლოდ იმიტომ არ მიიღოს ტურისტი კეთილგანწყობილად, რომ ის „მტერი“ ქვეყნის მოქალაქეა და პირიქით, როდესაც ტურისტი დგას არჩევანის წინაშე სად წავიდეს დასასვენებლად, შესაძლებელია, არსებულ ვარიანტებს შორის ქვეყნები მხოლოდ პოლიტიკური ნიშნით გამოირიცხოს. ვფიქრობთ, პოლიტიკის როლი მიმდებლობაში საკმაოდ დიდია, ისიც ერთერთია მიმდებლობის განმსაზღვრელ ფაქტორებს შორის, ბევრისთვის შეუძლებელია იმ ერისა და ქვეყნის სიყვარული ვის გამოც წარსულში დაზარალდა, დაკარგა მშობლიური ტერიტორიები, ჰქონდა სისხლიანი დაპირისპირება, ომი და აშ. პოლიტიკასთან მიმართებები განსხვავებულია, ზოგი მას განსაკუთრებულად მგრძობიარედ აღიქვამს, განსაკუთრებით ის მოქალაქეები, რომლებიც ნაციონალისტები არიან.

ინტერმედია მასალებზე დაყრდნობით შეიძლება ითქვას, რომ როდესაც ადამიანები განიცდიან შიშს უცხოელების მიმართ, ადგილი აქვს ქსენოფობიას. რა შეიძლება იყოს ის უცხო, რის მიმართაც შესაძლოა აღედრათ შიში? ეს უცხო კულტურის მატარებელი ადამიანებისადმი არსებული გრძობაა, აღქმაა, რომ ისინი წარმოადგენენ უცხოს უარყოფითს „ჩვენ=დადებითს“ „უცხო=უარყოფითს“[3]. ქართველისთვის ნორმალური და მისაღები შეიძლება იყოს ადგილობრივი ყველაფერი, რაც მის გარშემოა, რაზეც ის აღიზარდა, რასაც შეგუებულია მისი თვალის, გონებაც და რწმენებიც. ეს ფობიაა, შიში, რომელიც არ გულისხმობს მხოლოდ კულტურის ხელყოფის ან დაკარგვის შიშს. ყველაფერი, რაც ადგილობრივისგან, ჩვეულისგან განსხვავებულად გამოიყურება, საწინააღმდეგოდ შეიძლება იყოს საფრთხე და განსხვავებული „ისინიც“ წარმოადგენენ კანონის დამრღვევლებს, დამპყრობლებს, მძარცველებს. რაციონალური თვალთახე-

დვით თვითმყოფადობა თავისთავად გულისხმობს მრავალფეროვნების და განსხვავებულობის გააზრებას, აღიარებას, მაგრამ საზოგადოებას, რომელსაც აქვს ფანატიკური დამოკიდებულება საკუთარისადმი, ტრადიციისადმი, ეროვნულობისადმი, თავისისადმი, რაც მისთვის ჩვეულია და წარმოადგენს ნორმას, ვერასდროს შეძლებს მიიღოს სხვა, განსხვავებული, მისთვის უცხო. როგორ და რა ფორმით შეიძლება გამოიხატოს ქსენოფობიის უკიდურესი ფორმა?

1) ფიზიკური ძალადობით; 2) რასისტული თავდასხმებით; 3) სამსახურებრივი დისკრიმინაციით; 4) ეთნიკური წმენდით, გენოციდით.

გვერდი არ უნდა ავუაროთ აგრეთვე ქსენოფობიის საკითხს ბათუმში. ქალაქში განსაკუთრებით ბევრია ჩინელების, თურქების, აფროამერიკელების რიცხვი, რომლებიც ტურისტულ სეზონზე მრავლად სტუმრობენ ქალაქს. ხშირია მათ მიმართ აგრესიული დამოკიდებულებაც, განსაკუთრებით აქტუალურია ანტი-თურქული პროპაგანდა, ხშირად გვესმის „ბათუმი თურქების გარეშე ან „აჭარა უნდა გაიწმინდოს თურქული ძალებისგან“. ასევე აგრესია იგრძნობა ჩინელების, „წვრილთვალებიანების“ მიმართ [4]. თითოეული ეს გამძახილი მავნებელია, მნიშვნელოვანია რა იწვევს მათ მიმართ ამ აგრესიულ დამოკიდებულებას, ეს წმინდად ქსენოფობიური საკითხია თუ პოლიტიკური - ქვეყნებს შორის ურთიერთობებით განპირობებული. ჩვენს რეგიონში, ხშირად გვესმის ისეთი ფრაზები რაც მიანიშნებს, რომ გარკვეული ეროვნების ტურისტები არასასურველნი არიან ადგილობრივი მოსახლეობისათვის. რა ზეგავლენა შეიძლება მოახდინოს მაგალითად. თურქულმა კულტურამ ქართულ კულტურაზე? საჭიროებიდან გამომდინარე, უნდა აღინიშნოს, რომ მათი გავლენის მხარეები ქართულ სამხარეულოზეც კი არსებობს. უამრავი კვების ობიექტის ძირითად მენიუში ან მთავარ მენიუში მომხმარებლებს სთავაზობენ თურქულ კერძებს. სამუშაო კერძო დაწესებულებებში წამყვან პოზიციებზე დასაქმებული ეროვნებით თურქი კადრების მენეჯმენტიდან გამომდინარე უმთავრეს სასაუბრო ენად თურქულია მიჩნეული, პერსონალისთვის განკუთვნილი მენიუც კი თურქული კერძებისგან შედგება. ხშირ შემთხვევაში მათი ენა და მსგავს ობიექტებში მუშაობის გამოცდილება სამუშაოს დაწყების აუცილებელი პირობაა. სწორედ ეს და მსგავსი

მიზეზები შეიძლება იყოს მოსახლეობის აგრესიის მიზეზი თურქი ტურისტების მიმართ. ასეთი დიდი გავლენა სხვა ეროვნების ტურისტების შემთხვევაში ნაკლებად გვაქვს. დასაქმებული კადრის სამუშაო ძალის „ინტელექტიც“ ჩინური ენის ცოდნით ან არ ცოდნით არ განისაზღვრება. რეალურად ქსენოფობიის გაჩენა ერთ გარკვეულ მიზეზს ეფუძნება-საზოგადოების დაყოფას კატეგორიებად „ჩვენ“ და „ისინი“. მნიშვნელობა არ აქვს როგორ ხორციელდება დაყოფა. ჯგუფები და საზოგადოებები, რომლებიც ერთმანეთისგან დისტანცირდებიან და აქვთ სოცილიზაციის ნაკლები შესაძლებლობა, საბოლოოდ უპირისპირდებიან კიდევ ერთმანეთს.

ტურისტებსა და ადგილობრივებს შორის ურთიერთობებში ხშირად იკვეთება ქსენოფობიის, სოციალური იდენტობის, რასიზმის, სექსუალური ორიენტაციის მიხედვით ჩაგვრის და გენოციდის შემთხვევები. თუ გავიხსენებთ ისტორიას, გენოციდის მკაფიო მაგალითად გამოდგება სომხების თურქეთიდან გამოძევების და მათი განადგურებისადმი წარმართული პროცესები, როდესაც თურქები დაუპირისპირდნენ მათ ტერიტორიაზე მცხოვრებ განსხვავებული რელიგიისა და კულტურის ეთნიკურ ჯგუფს-სომხებს. დაიწყეს მათი დევნა და ხოცვა. ისტორიულად ამტკიცებენ, რომ ამას ჰქონდა მხოლოდ პოლიტიკური მიზეზი. კერძოდ, [5] რუსეთის მიერ თურქეთის წაქეზება. თუმცა ამ ყველაფერს შესაძლოა ჰქონოდა მეორე მხარეც. შესაძლოა თურქები არ ყოფილიყვნენ კეთილგანწყობილნი სომხების მიმართ გამომდინარე იქედან, რომ სომეხთა ეთნიკური ჯგუფი მკვეთრად განსხვავდებოდა თურქებისგან ცხოვრების სტილით, კულტურით, მრწამსით და ა.შ.

ტურიზმში უცხო არ არის მიუღებლობის ყველაზე ძლიერი ფორმა, რომელიც შესაძლებელია რეალურად გადაიზარდოს დისკრიმინაციაში, დევნაში და საბოლოოდ გენოციდშიც. გენოციდის ასევე ერთ-ერთი ნათელი მაგალითია გერმანიის დამოკიდებულება ებრაელებისადმი. სწორედ ძლიერ-მოსილი ადამიანის პირადი სიძულვილი გახდა მილიონობით ადამიანის სიკვდილის მიზეზი. ეს იყო დევნაც, დისკრიმინაციაც, გენოციდიც და საბოლოოდ-დანაშაული მსოფლიოს წინაშე. ამ მაგალითების მოყვანით გვინდა ვთქვათ, რომ პირად აუხსნელ თუ ახსნად სიძულვილს, რომელიც გარკვეული ეროვნების თუ ეთნიკური ჯგუფისადმი შეიძლება ჰქონდ-

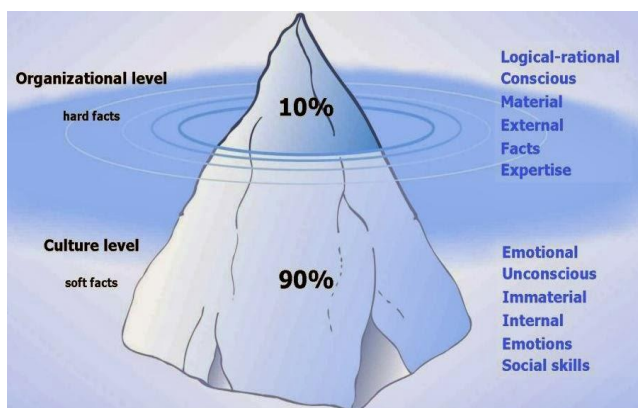
ეს ადამიანთა ჯგუფს შეიძლება მიეყვადეთ მსგავს კატასტროფამდეც.

დევნის, სიძულვილის, უარყოფითი დამოკიდებულების მიზეზი შეიძლება გახდეს რელიგიური მიკუთვნებულობაც. მაგალითად გამოდგება ე.წ „ბართლომეს ღამე“(1572წ)- თავდასხმები, ხოცვა და დევნა ჰუგენოტებზე. ეთნიკური დევნის მაგალითია აგრეთვე რუსეთიდან ქართველი ემიგრანტების დეპორტი და ეთნიკური ნიშნით დევნა საქართველოში. პოლიტიკურად ეს სავიზო რეჟიმის ცვლილებით აიხსნა, მაგრამ რეალური მიზეზი ორ ერს შორის დაპირისპირებაა. სწორედ ასეთი მიზეზები შეიძლება გახდეს ხშირად ცალკეული ეთნიკური ჯგუფისადმი აგრესიის გამოჩენის მიზეზი.

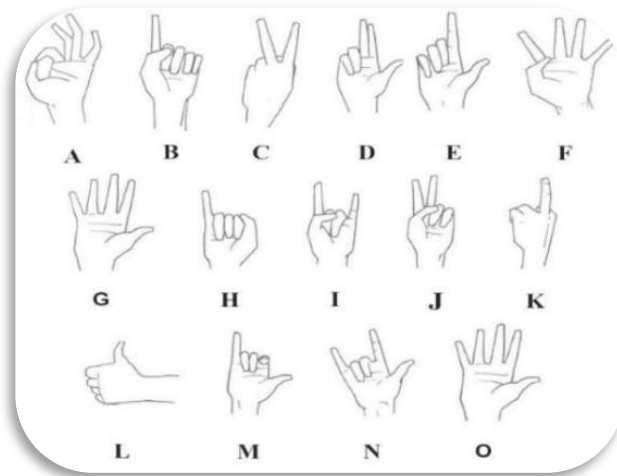
განსხვავება კანის ფერში აგრეთვე შეიძლება გახდეს სიძულვილის და უარყოფითი დამოკიდებულების მიზეზი. რას ნიშნავს რასობრივი ჩაგვრა? უპირველეს ყოვლისა ეს არის ადამიანის უფლებების დარღვევა, განსხვავებული კანის ფერის გამო. მეთხუთმეტედან მეოცე საუკუნემდე მილიონობით შავკანიანი იმსხვერპლა რასისტულმა სამყარომ [6]. აფრიკის კონტინენტიდან სულ 80 მილიონი შავკანიანი გაიყიდა მონად. რასიზმში გამოიყოფიან მჩაგვრელი და ჩაგრული კლასები. განსხვავებული კანის ფერის წარმომადგენლებს ჩამორთმეული ჰქონდათ უფლებები. მაგ: ამერიკაში გასული საუკუნის 50-60-იან წლებში შავკანიანებს უფლება არ ქონდათ ემგზავრათ იმ ტრანსპორტით რომლითაც მგზავრობდნენ.

თეთრკანიანები, მათ არ ჰქონდათ ხმის მიცემის უფლება, განათლების მიღების უფლება. რასიზმის წინააღმდეგ ბრძოლა პირველად ამერიკაში წამოიწყო მარტინ ლუთერ კინგმა, ერთ-ერთი ყველაზე ცნობილი გამოსვლა კი ცნობილია სახელით: „მე მაქვს ოცნება“. რასისტული ჩაგვრის კვალს სამწუხაროდ საქართველოშიც ვაწყდებით. ჩვეულებრივ აქტუალურია ანტი თურქული, ანტი ირანული და ანტი ჩინური გამოძახილები. ამის მიზეზები სხვადასხვაა და მათ საფუძველზე ადგილობრივებსა და ჩამოთვლილი წარმომავლობის ტურისტებს შორისაც რთულია მეგობრული ურთიერთობების ჩამოყალიბება. ჩვენ ხშირად გვესმის „ემიგრანტები ქართულ გენიას უქმნიან საფრთხეს“ „ქართველები მალე ქვეყანაში უმცირესობაში აღმოჩნდებიან“ სტატიაში შეხვედებით რასიზმის პრობლემისა და რასისტული ჩაგვრის მაგალითებს საქართველოში..

კულტურათა შორის განსხვავებათა წარმოსაჩენად აგრეთვე მნიშვნელოვანია აისბერგის მოდელი, რომელიც წარმოაჩენს განსხვავებების პროცენტულ გადანაწილებას და მიუთითებს კონკრეტულ განმასხვავებელ ნიშნებზე. კერძოდ, კულტურის ხილულ ნაწილებზე აკეთებს აქცენტს: სამზარეულო, ჩაცმის სტილი და სამოსი, ხელოვნება, ფოლკლორი და პირამიდას ასევე აქვს უხილავი ნაწილიც [9], რომელშიც იგულისხმება ის წესები, რომლებიც დაუწერლად არსებობს გარკვეული საზოგადოების ცნობიერებაში, სრულდება გაუაზრებლად. ჩამოთვლილი წესები მიეკუთვნება ღრმა კულტურულ მახასიათებლებს [7].



ნახ. 1. აისბერგის მოდელი



ნახ. 2. ჟესტების ჩამონათვალი

ამ მნიშვნელობების განხილვა არსებითად მნიშვნელოვანია სხვადასხვა კულტურის ხალხებს შორის არავერბალური კომუნიკაციის სიმბოლოების განხვავებათა წარმოსაჩენად. მაგალითისთვის განვიხილავ რამდენიმე ჟესტ-სიმბოლოს:

A) ევროპაში და ჩრდილოეთ ამერიკაში ნიშნავს -კარგს, კარგი, ოქეის. რუსეთში, ბრაზილიაში და თურქეთში მას იყენებენ განსხვავებული სექსუალური ორიენტაციის აღსაღნიშნად. ტუნისში საფრანგეთში და ბელგიაში მას აქვს უარესი მნიშვნელობა. იაპონიაში აღნიშნავს ფულს, მონეტას.

I) ხმელთაშუაზღვისპირა ქვეყნებში აღნიშნავს: შენი ცოლი გახდა საზიზღარი. მალტაში და იტალიაში იყენებენ ემშაკის თვალისგან დასაცავად. სამხრეთ ამერიკაში წარუმატებლობისგან დასაცავად. ამერიკაში აღნიშნავს ტეხასის უნივერსიტეტის საფეხურთო კლუბის ლოგოს.

N) ამერიკაში არის სიყვარულის გამოხატვის სიმბოლო. ჟესტების მნიშვნელობები სხვადასხვა ქვეყნებში სხვადასხვაა. ადგილობრივი მოსახლეობის და უცხოელის ურთიერთობაში შეიძლება ადგილი ჰქონდეს გაურკვეველობას სწორედ ჟესტების მნიშვნელობათა ნაირსახეობის გამოც [8].

ტურისტებსა და ადგილობრივებს შორის ურთიერთობისა და დამოკიდებულების განსაზღვრის საკითხში, არსებითად მნიშვნელოვანია რელიგიური ფაქტორი. ის, თუ რა რელიგიის მიმდევრები არიან მხარეები, მოსახლეობა და ტურისტები. რელიგია არის ის მნიშვნელოვანი საკითხი, რომელიც უდიდეს ზეგავლენას ახდენს საზოგადოებაზე, ინდივიდების ყოველდღიურ ცხოვრებაზე,

აქტივობებზე, პროფესიულ არჩევანზე, მნიშვნელოვან გადაწყვეტილებებზე. ამიტომ, მისი ამ თემის განხილვისას იგნორირება, შეუძლებელია. ტურისტსა და მასპინძელს შორის ურთიერთგაგებისა და დამოკიდებულების პოზიტიურ წარმართვას ხელს უწყობს მხარეთა რელიგიისა და მრწამსის ერთგვაროვნება.

ზოგ ხალხში, რელიგია მიმაგრებულია კულტურასა და ადათ-წესებს, რელიგიური რწმენა კი გადაზრდილია მოქმედებებში, რომლებსაც ჩვენ რიტუალის სახელით ვიცნობთ. რიტუალები უცვლელად ხორციელდება ხანდახან ხელახალი გააზრებისა და რწმენის შეგრძნებების გაცოცხლების გარეშე. მსგავსი ტრადიციის ხალხებს მიეკუთვნება ქართველი ერიც. ეს ავტომატიზმი და რეფლექსიის ნაკლებობა რწმენის გააზრებაში, შეიძლება ჩავთვალოთ ნაკლებანებად. გამომდინარე იქედან, რომ რელიგია კულტურის ნაწილად მიიჩნევა, ის უფრო მეტად მორგებულია კონკრეტულ წესებს, დაუწერელ საზოგადოებრივ კანონებს. რელიგიის შეურაცხყოფა ისეთივე შეიძლება აღქმული იყოს, როგორც ქართული ტრადიციის და წესის შეურაცხყოფა. ადგილობრივების რწმენით, თუ ისინი თავგამოდებით, ნებისმიერ ფასაც არ დაიცავენ საკუთარ რელიგიას ან კულტურას დაკარგავენ მათ; იგივე სააზროვნო მოცემულობაში, მართლმადიდებლობა გაიდევლებულია, არ არსებობს სხვა, მასზე ჭეშმარიტი და სწორი რელიგია სხვა დანარჩენი აბსურდია.

ის, რაც ქრისტიანობაში მიუღებელია, მიუღებელი შეიძლება იყოს ნებისმიერი სხვა ქართველისთვისაც. მაგალითად ჩაცმის გარკვეული სტილი, სამოსი, რომლის ტარებაც რელიგიურად ცოდვაა, შეიძლება საზოგადოებრ-

ივ გაგებაშიც მიუღებელი იყოს. გართობის გარკვეული გზები, ნივთების ტარება, ასევე ეკლესიურად შეიძლება ნიშნავდეს ცოდვას. ვფიქრობთ, მიუღებლობის კონტექსტში მხედველობიდან არ უნდა გამოგვრჩეს უცხოელის ცხოვრების სტილი, ის რაც მისთვის ჩვეული მოვლენაა, ხოლო ქართველისთვის ძალიან უცხო და მიუღებელი, ყოველდღიური ჩარჩოებიდან ამოვარდნილი. შემდგომში მინდა ფართოდ განვიხილო ცხოვრების სტილი, რითაც განსხვავდებიან ადგილობრივები და ტურისტები, უცხო ქვეყნის მოქალაქეები ერთმანეთისგან-რა არის ერთი და მეორე მხარისთვის ნორმა? რა შედის თითოეულის ყოველდღიურ ან ყოველკვირეულ აქტივობებში? ეს შედარება უკეთ დაგვანახებს განსხვავებებს, რომლებიც კულტურის, რელიგიის ან რაიმე სხვა ფაქტორითაა დანერგილი და განპირობებული.

ზოგადად რელიგიისა და საზოგადოების ურთერთმიმართება არაერთხელ გამხდარა სამსჯელო თემა მოაზროვნეებისა და ფილოსოფოსებისთვის. გერმანელი სოციოლოგი და ფილოსოფოსი მაქს ვებერი, მიიჩნევდა, რომ საზოგადოების ყოფის ცხოვრებასა და ეკონომიკურ მდგომარეობაზე რელიგია ახდენს გავლენას. ფრანგი სოციოლოგი და ფილოსოფოსი ემილ დიურკემი კი თავის ნაშრომში „რელიგიური ცხოვრების ელემენტარული ფორმები“, მიიჩნევდა რომ რელიგია საზოგადოების ფუნქციონალური ინტეგრაციის საშუალებაა. იგი მონაწილეობს საზოგადოების წევრების სოციალური როლის, ფუნქციის, ადგილის განსაზღვრასა და პოვნაში.

შედარებისთვის, საინტერესოა განხილვა სტატიისა, სადაც ქრისტიანობისა და ისლამის შედარება ხდება მთავარი იდეოლოგიისა და ნიშნების მიხედვით. ამ შედარების მოყვანა, ვფიქრობ საჭიროა რელიგიათა შორის იმ განსხვავებების წარმოსაჩენად, რის გამოც შეიძლება იყოს მხარეებისთვის ერთმანეთი მიუღებელი, მოუვიდეთ კამათი ან უთანხმოება, ან ამომრავებდეთ ერთმანეთისადმი სიძულვილი. ერთ-ერთი მთავარი საკითხია წარმოდგენა ღმერთზე. ამ სტატიის შედარების მიზანი ავტორისათვის იყო რწმენათა შორის განსხვავებების წარმოჩენა.

1) ამტკიცებს თუ არა სხვადასხვა ეროვნების ადამიანების ერთმანეთისგან განსხვავებულობას კულტურული რიტუალები, წესები და აღქმები? აღიარებს თუ არა რელიგია ერთ ღმერთს?

• ქრისტიანობა-ამტკიცებს რწმენას ერთი ღმერთისადმი „ერთი ღმერთი, ერთი რწმენა, ერთი ნათლობა“.

• ისლამი - აქ იგივე იდეოლოგია არსებობს. ისლამიც მოწმობს ერთ ღმერთზე „არ არის მეტი ღმერთი ალლაჰის გარდა“.

2. გამორიცხავს თუ არა რელიგია მრავალღმერთიანობას და კერპთაყვანისმცემლობას?

• ქრისტიანობა - გამორიცხავს კერპთაყვანისმცემლობას და მრავალღმერთიანობას.

• ისლამი - ასევე გამორიცხავს ორივე მათგანს.

1) თვლის თუ არა რელიგია ღმერთს არამატერიალურ სულად?

• ქრისტიანობა-თვლის, რომ ღმერთი რომ არის არამატერიალური სული.

• ისლამი - არ აღიარებს ღმერთს არამატერიალურ სულად. რელიგია გამორიცხავს, რომ სულის გაგება შეიძლება უარყოფდეს ღმერთთან განყენებულად ყოფნას.

2) ხსნის თუ არა რელიგია ღმერთის შინაგან ბუნებას?

• ქრისტიანობა-ეთანხმება და ამბობს, რომ რელიგია ნივთის შინაგანი სამყაროსნაირია.

• ისლამი - ისლამი ამბობს, რომ ღმერთის შინაგანი ბუნება რჩება ამოუხსენელი.

3) თვლის თუ არა რელიგია, რომ ღმერთი არის ამოუხსენელი?

• ქრისტიანობა-ამბობს, რომ ღმერთი არის სიყვარული.

• ისლამი-არა.

4) თვლის თუ არა რელიგია, რომ ღმერთი ფლობს სიკეთეს და სიწმინდეს?

• ქრისტიანობა-დიახ.

• ისლამი-არა [8].

ამ და სხვა მრავალ კითხვაზე, რომელიც რელიგიას უკავშირდება, იყო მოცემული პასუხი. ზოგი მათგანი ერთმანეთს დაემთხვა, ზოგი კი არა, რაც ნიშნავს იმას, რომ რელიგიურ მსოფლმხედველობაშიც და მის დოქტრინაშიც ბევრი განსხვავებაა. განსხვავებები ინაცვლებს ცხოვრებაში, მიმდევართა ყოველდღიურობაში, მათ ქცევებში, არჩევანში, წესებში და ა.შ ამიტომ, სრულიად ბუნებრივია, თუ უთანხმოებასა და დამოკიდებულებების უარყოფითობას ექნება ადგილი, მაშინაც კი, თუ ურთიერთობები ზედაპირული ან დროებითია, თუ კომუნიკაცია დროის მოკლე ინტერვალში მყარდება, ვგულისხმობთ ტურისტებსა და ადგილობრივებს შორის კომუნიკაციას და შეხებას.

კულტურის მნიშვნელოვან ნაწილს წარმოადგენს სამზარეულო, ფოლკლორი, ტრა-

დიციული ხელოვნების ნიმუშები. კულტურის ერთ-ერთი დონეა მოქმედების მოდელი. რისგან შედგება საზოგადოებრივი ერთობა. საზოგადოებრივი ერთობა და კულტურა შედგება ასევე ადამიანების პროფესიისგან, განათლების სისტემისგან. ერთობა, რომელიც ატარებს კულტურას და მას სიცოცხლისუნარიანობას გამოყენების, მიდევნების თვალსაზრისით უწყობს ხელს, შედგება განსაზღვრული მიზნის ადამიანებისგან. ამიტომ უნდა ითქვას, რომ განსხვავებული არათუ კულტურებს, არამედ კულტურათაშორის ჯგუფებშიც და ჯგუფებს შორის ადამიანებშიც კი შესაძლებელია უკმაყოფილების, შეუთავსებლობის, უთანხმოების არსებობა. ამგვარად, სრულიად მოსალოდნელია განსხვავებული კულტურის ადამიანების შეხვედრისას დამოკიდებულებების ნეგატიურობაც.

არსებითად მნიშვნელოვანია იდენტობის როლი მიმდებლობაში; იდენტობა არის ის წარმოდგენა, რომელიც ადამიანს გააჩნია საკუთარ თავზე, როგორც პიროვნებაზე, მთლიანობაზე და რომელი წარმოდგენის მიხედვითაც ის აკავშირებს, აიგივებს საკუთარ თავს გარკვეულ კატეგორიასთან, სოციალურ ჯგუფთან, საზოგადოების ტიპთან. პიროვნული იდენტობის მიხედვით ინდივიდი საკუთარ თავს აიგივებს კულტურასთან, პროფესიასთან, სოციალურ როლთან, სტატუსთან და ა.შ.

არსებობს ორი სახის იდენტიფიკაცია: ინდივიდუალური და ჯგუფური, რაც გულისხმობს იდენტიფიკაციას „მე“-სთან, საკუთარ თავთან და იდენტიფიკაციას ჩვენთან, ჯგუფთან. ინდივიდიც და ჯგუფიც თავად ირჩევს ნიშნებს, რომლებიც უნდა მიიჩნიოს მართებულად, რელევანტურად, სწორად. ეს ნიშნები არის დამახასიათებელი ჯგუფებისთვის, რომლებთანაც ხდება იდენტიფიცირება. ეს ნიშნები შეიძლება იყოს კულტურასთან, სოციალურ სტატუსთან, როლთან, ფუნქციასთან, ნორმებთან დაკავშირებული. ინდივიდები და ჯგუფები საზღვრავენ ამ ნორმებს და მათგან განსხვავებული ნორმების, კულტურის, სოციალური სტატუსის მატარებლების მიღება უჭირთ. ეს იდენტიფიკაცია სუბიექტურია და ის მკვეთრად განსხვავდება ობიექტური იდენტიფიკაციისგან. ობიექტური იდენტიფიკაციის პროცესში სპეციალისტები მონაწილეობენ, ისინი ირჩევენ ნიშნებს, რომლებიც სპეციფიკურია, ისინი ცდილობენ აღმოჩენილ ნიშან-თვისებათა შორის კავშირის გამოძებნას. იდენტი-

ფიკაციაში მონაწილეობს ორი სუბიექტი: „მე და ჩვენ“ [10].

საზოგადოებრივი იდენტიფიკაციის პროცესში ყალიბდება ორი უმნიშვნელოვანესი რამ: გონი და იდენტობა. საზოგადოებაც და ინდივიდიც იდენტიფიკაციის პროცესში ყალიბდება. რა ეთნიკურ ჯგუფს მიაკუთვნებს საკუთარ თავს, რა კულტურის ნაწილად, რა სექსუალური ორიენტაციისაა და ა.შ. ეთნიკური იდენტობა აგრეთვე განსაზღვრავს ენას თუკი ბათუმის მოქალაქეს თავი ქართველად მიაჩნია, მაშინ მისი მშობლიური ენა იდენტობის სრულყოფისათვის უნდა იყოს ქართული. ქართულად მეტყველი ეთნიკურად ქართველია. ამასთან ეთნიკური იდენტობის განსაზღვრება კავშირშია რელიგიასთან. ეთნიკურად ქართველი ქრისტიანიც უნდა იყოს, ჭეშმარიტი მართლმადიდებელი და რომ სრულყოფილი ქართველობა რელიგიის, კერძოდ ქრისტიანობის გარეშე ვერ შედგება. ეთნიკური იდენტობა ეს ისეთი წესია, რომელიც საზოგადოების ცნობიერებაში თავისთავად არსებობს. ქართველები აღიარებენ ქართველად მათ, ვინც ქრისტიანია, ქართულად საუბრობს და მეტიც, ვინც ქართული კულტურის, ადათ-წესების მოყვარულია. იდენტობის განსაზღვრებაში ისინი მნიშვნელობას ანიჭებენ ჩაცმის სტილსაც კი. ჭეშმარიტ ქართველს ჩოხის ჩაცმაც უნდა უყვარდეს. როდესაც საკითხი ეხება ადგილობრივ მოსახლეობას და ტურისტებს, ისინი საკუთრად არ ღებულობენ ტურისტს სწორედ იმიტომ, რომ ის არ არის ქრისტიანი, ქართულად მოსაუბრე, ქართული კულტურის მატარებელი და ა.შ ანუ განსხვავებულობა და არა „ჩემიანობა“ განაპირობებს სწორედ მიუღებლობას, უცხოობას, დისტანცირებას. სრულყოფილი იდენტიფიკაციის პროცესში მნიშვნელოვანია სხვადასხვა ფორმების განხილვა, რომელთა ერთობლივი ამოქმედებითაც შეიძლება მივიღეთ სრულყოფილ იდენტიფიკაციამდე.

1) ეთნიკური იდენტიფიკაცია - გულისხმობს პროცესს როდესაც ინდივიდი არკვევს საკუთარ თავსა და საზოგადოებასთან ურთიერთობაში, რომელ კონკრეტულ ეთნიკურ ჯგუფს მიაკუთვნებს საკუთარ თავს, ანუ რომელი ეთნიკური ჯგუფის, ოჯახის წევრად თვლის საკუთარ თავს, ამას ის წყვეტს ეთნიკურ ჯგუფთან არსებული საერთო ოჯახური ნიშნებით. რამდენად გავს ის მათ, რამდენად ახლოსაა მათთან, რამდენად გრძნობს ამ ჯგუფის ოჯახის წევრად საკუთარ თავს.

2) ენობრივი თვითიდენტიფიკაცია - რატომ არის მნიშვნელოვანი იდენტიფიკაციის ეს ფორმა მიმდებლობისა და დამოკიდებულების განსაზღვრისას ტურისტებსა და ადგილობრივებს შორის? სასაუბრო ენა ერთ-ერთი იმ საერთო ან განმასხვავებელ ნიშანთაგანია, რომელმაც შეიძლება გაამარტივოს მხარეებს შორის გაგების ფაქტორი. თუ სასაუბრო ენა საერთოა და მითუმეტეს ორივე მხარისთვის მშობლიური, მაშინ ისინი ერთი ოჯახის წევრებად გრძნობენ თავს და შესაბამისად დისტანცირების, უცხოობის ან მიმდებლობის პრობლემები არ იქმნება. ყველა ინდივიდი იდენტობას განსაზღვრისას ირჩევს ერთ ენას, როგორც მშობლიურს, რომელ ენაზეც გაიზარდა ან საუბრობს.

3) რელიგიური იდენტიფიკაცია - ამ იდენტიფიკაციის ინდივიდი საზღვრავს თავისი რწმენიდან გამომდინარე რომელ რელიგიურ ჯგუფს მიაკუთვნებს ინდივიდი საკუთარ თავს. აქ კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი ასპექტია. შეიძლება ინდივიდს რწმენა არ ამოძრავებდეს და მოქმედებასაც და არჩევანსაც კულტურული ადათ-წესების ფონზე, მათი ზეგავლენით ახორციელებდეს. ანუ მისი რელიგიური არჩევანი იყოს განპირობებული იმით, რომ კულტურულ ოჯახში მიმდევრები იყვნენ ქრისტიანები და გამომდინარე ამ ოჯახის წევრიდან, ისინიც ირჩევენ ქრისტიანობას. ყველა რიტუალსაც უცვლელად გრძნობისა და რწმენის, გააზრების გარეშე იმეორებდეს. ადგილობრივი უცხო ტურისტთან შეხვედრისას აქცეევს ყურადღებას რელიგიურ მიმდევრობას. ხშირად აქვს ადგილი ზოგიერთი რელიგიური მიმდევრობისადმი აგრესიას. მაგალითად, იაპოვას მოწმეების მიმართ ან არსებული პოლიტიკური ცივი ომის ფონზე, რომელიც მიმდინარეობს ისლამის მიმდევრების წინააღმდეგ აგრესიასა და შიშს აქვს ადგილი. ამიტომ, ძლიერი რელიგიური იდენტობის ფონზე განსხვავებული რელიგიური მრწამსის ტურისტებისადმი უარყოფითი დამოკიდებულებას ხშირად შეიძლება ჰქონდეს ადგილი. ამასთან, მნიშვნელოვანია რწმენებისა და მრწამსის განსაზღვრისას აზრთა სხვადასხვაობაც. მაგალითად ქართველს შეიძლება მიაჩნდეს, რომ მხოლოდ ქრისტიანობაა ჭეშმარიტი და სხვა რელიგია არის აბსურდული. მსგავსი დამოკიდებულების არსებობისას აგრესია ფსიქოლოგიურ დონეზეც ვრცელდება, რომელიც რაღაც ფორმით ურთიერთობებსა და დამოკიდებულებაში გამოიხატება.

4) ფსიქოლოგიური თვითიდენტიფიკაცია - იდენტობაში ასევე ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ასპექტია. ამ შემთხვევაში ინდივიდი განსაზღვრავს საკუთარ ფსიქოლოგიურ ტიპს, ანუ აკეთებს აარჩევანს თუ რომელი ფსიქოლოგიური ტიპია და ამ არჩევანს განსაზღვრავს ხასიათისა და პიროვნული ნებისყოფის მიხედვით.

5) სოციალური თვითიდენტიფიკაცია-მასში იგულისხმება ის, თუ რომელ სოციალურ ფენას მიაკუთვნებს ინდივიდი საკუთარ თავს. ამ თვითიდენტიფიკაციის ფორმასაც საკმაოდ დიდი კავშირი აქვს ტურისტებსა და ადგილობრივებს შორის ურთიერთობის პროცესში. სოციალურ ფენათა შორის სხვადასხვაობის თვალსაზრისით შესაძლებელია ვერ გამოინახოს საერთო ენა მხარეებს შორის და მიმდებლობა ვერ განხორციელდეს.

6) პროფესიული თვითიდენტიფიკაცია-გულისხმობს ინდივიდის პროფესიულ ჯგუფთან მიკუთვნებას.

7) სექსუალური თვითიდენტიფიკაცია-ანუ რომელ სექსუალურ ჯგუფს და ორიენტაციას მიაკუთვნებს საკუთარ თავს ინდივიდი. ამ კონკრეტული იდენტიფიკაციას ურთიერთობებისა და დამოკიდებულებების განსაზღვრაში არანაკლები მნიშვნელობა აქვს, ვიდრე კულტურულ იდენტიფიკაციას, რელიგიურ ან სხვა დანარჩენს [11].

თუ ვიტყვით, რომ ქართველები ზედმეტად კონსერვატული, ტრადიციების მოყვარული ხალხია, შეიძლება ეს იყოს ერთ-ერთი მიზეზი განსხვავებული სექსუალური ორიენტაციის ადამიანების მიმართ გამოვლენილი აგრესიისა, განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც მათი სტილი, იერსახე არ აკმაყოფილებს დამკვიდრებულ სტანდარტებს. ადგილობრივებს აქვთ შიში განსხვავებული ორიენტაციის ადამიანების მიმართ. მათი მნიშვნელოვანი ნაწილი თვლის, რომ ისინი ცუდ მაგალითს აძლევენ ახალგაზრდობასა და მთლიანად საზოგადოებას.

არსებობს სექსუალურ ორიენტაციასთან დაკავშირებული რიგი პრობლემები. ისინი შეიძლება დავეყოს სხვადასხვა კატეგორიებად. ეს პრობლემები მეტწილად დაკავშირებულია საზოგადოების დამოკიდებულებასთან, რელიგიურ შეხედულებებთან, ინდივიდუალურ შეხედულებებთან, რომელიც არ მოდის თანხმობაში და არის წინააღმდეგობაში სექსუალურ ორიენტაციასთან. ანუ მთავარი პრობლემა არის ის, რომ გარემოსთვის, საზოგადოებისთვის

ვის, საზოგადოების ინდივიდუალური წარმომადგენლებისთვის მიუღებელია, პრობლემას წარმოადგენს განსხვავებული ორიენტაციის ადამიანები. ამ კატეგორიის ტურისტების მიმართ, ვფიქრობთ, ადგილი ექნება ადგილობრივებისგან, ფარულ ან ღია აგრესიას, დისკრიმინაციას, მათ მიმართ უსაფუძვლო, უარყოფით დამოკიდებულებებს. სწორედ ამ და სხვა მიზეზების დადგენის მიზნით ჩავატარე კვლევა და დავადგინე ბათუმის მოსახლეობის შემთხვევაში რამდენად მნიშვნელოვანი ფაქტორია სექსუალური ორიენტაცია ტურისტებისადმი დამოკიდებულების ჩამოყალიბების კუთხით. საქართველოს ტურისტულ ქალაქებში და მათ შორის ბათუმშიც არ არის დანერგილი ისეთი მომსახურება, რომელიც გათვლილია განსხვავებული სექსუალური ორიენტაციის ტურისტებზე. ეს პრაქტიკა ფართოდ არის გავრცელებული საზღვარგარეთ, სადაც მათთვის სპეციალური განთავსების, კვების და გართობის ობიექტებია შექმნილი.

იმისათვის, რომ მსჯელობა აღნიშნულ ფაქტორებზე გამყარდეს განვიხილოთ არგუმენტად კვლევა [12], რომელიც ჩატარდა განთავსების ობიექტების მეპატრონეებთან 2019 წელს. კვლევის საგანია ქ. ბათუმის მოსახლეობის ტურისტების მიმართ დამოკიდებულებების შესწავლა, დამოკიდებულების განმსაზღვრელი შესაძლო მიზეზების განსაზღვრა, როგორ იცვლება ატიტუდები სხვადასხვა ქვეყნისა და ეროვნების ტურისტებთან მიმართებით, დამოკიდებულების განმსაზღვრელ ფაქტორებს შორის რომელია ყველაზე მნიშვნელოვანი და ა.შ. ეს პრობლემა აქტუალურია იქედან გამომდინარე, რომ აჭარის რეგიონი და, განსაკუთრებით, ბათუმი ტურისტულად აქტიური ქალაქია, აქ ძალიან ბევრი ტურისტი ჩამოდის. ისინი სხვადასხვა ეროვნების, კულტურის, სექსუალური ორიენტაციის, სხვადასხვა მრწამსისა და რელიგიის წარმომადგენლები იყვნენ. ხშირია უთანხმოებები, დაპირისპირებები და კონფლიქტები ადგილობრივებსა და ტურისტებს შორის. შესაბამისად, ეს საკითხი საჭიროებდა კვლევას უპირველესად დამოკიდებულებების განმსაზღვრელი მიზეზების თვალსაზრისით.

მიმდებლობის ხარისხის ცვლილება შესაძლებელია რამდენიმე ფაქტორთან - ინდიკატორთან - იყოს დაკავშირებული, მათ შორის:

- საერთო ენაზე კომუნიკაციის საშუალება - დაფიქსირებული პრაქტიკის თანახ-

მად, რაც უფრო მაღალია საერთო ენაზე კომუნიკაციის შესაძლებლობა, მით უფრო მაღალია მიმდებლობის ხარისხიც.

- საერთო კულტურული/ისტორიული/რელიგიური ფონი - ცხადია, თითოეულ ეთნოსი გარკვეულწილად მიკროორგანიზმია, რომელსაც საკუთარი სოციალური სტრუქტურა, წარმოსახვა და ერთობა გააჩნია. თუმცა ხშირია შემთხვევა, როცა რამდენიმე ქვეყანა საერთო "ფესვებს", წარსულს იზიარებს. ეს ფონი განაპირობებს ერთგვარ მენტალურ ერთობას მასპინძელსა და ქვეყანაში სტუმრად მყოფ ტურისტს შორის, განაპირობებს რა, ხშირ შემთხვევაში მსგავს შეხედულებებს სხვადასხვა საკითხის მიმართ, და/ან სასაუბრო თემების მრავალფეროვნებას.

- განსაზღვრულ ეთნიკურ ჯგუფთან თანაცხოვრების გამოცდილება - ტურისტებთან მიმართებაში მიმდებლობის ხარისხზე შესაძლებელია გავლენა ჰქონდეს მასპინძელი ერის ტურისტის ეთნიკურ ჯგუფთან თანაცხოვრების ცუდ/კარგ გამოცდილებას. რაც უფრო კარგია ეს გამოცდილება, მიმდებლობის ხარისხი ამ ეთნოსის ტურისტის მიმართ მით უფრო მაღალია.

- საპასუხო გამოცდილება - შესაძლებელია განვიხილოთ მიმდებლობის ხარისხის ვარიანტი მასპინძლის მიერ ტურისტის მშობლიურ ქვეყანაში სტუმრობის პირადი გამოცდილების შესაბამისად.

ამ თითოეული ინდიკატორის ანალიზი საშუალებას მოგვცემს დავინახოთ პრობლემა სწორი რაკურსით და მოვძებნოთ მისი შესაბამისი გადაჭრის გზები. კვლევის ფარგლებში დადგინდა, რომ რესპოდენტთა სრულ უმრავლესობას აქვს გარკვეული სახის შეხება ტურისტებთან, რომელიც განპირობებულია საქმიანი ან შემთხვევითი ურთიერთობებით. კვლევის განმავლობაში რესპოდენტებმა გასცეს ისეთ კითხვებს პასუხი, რომლებიც მაქსიმალურად გამოავლენდა მათ განწყობებს, დამოკიდებულებებს, რწმენებს, იმას თუ რის მიმართ არიან დადებითად განწყობილები, რა აღიზიანებთ ან მოსწონთ ტურისტებში. რესპოდენტთა თითქმის სრულ უმრავლესობას შეხება აქვს პოსტსაბჭოთა სივრცის ქვეყნებისა და ევროპის ქვეყნებიდან ჩამოსულ ტურისტებთან. სასტუმროს მფლობელები მომსახურებისა და სერვისის თვალსაზრისით განსხვავებულ პაკეტებს სთავაზობენ ტურისტებს, განსხვავებულს იმ თვალსაზრისით, რომ ზოგიერთი სასტუმროს მფლობელი თავის ტურისტ-

ტებს ბევრ უფასო მომსახურებასა და საჩუქარს სთავაზობს და ამ გზით ცდილობს ინისი შეინახოს როგორც მუდმივი კლიენტები, გამოვლენილი ტენდენციით ჩანს რომ რესპოდენტებისთვის ეს დარგი და ტურისტების კმაყოფილება არსებითად მნიშვნელოვანია, ისინი კარგად იაზრებენ ფინანსური მოგების საფუძველს, ტურისტის კმაყოფილების შედეგს, ისინი თავს არ იჭერენ შორს განსხვავებული რელიგიის ან კულტურის წარმომადგენლებისგან, მხოლოდ რამდენიმე შემთხვევაში აღიარეს რესპოდენტებმა, რომ მათთვის მსგავსი განსხვავებული ნიშნის ტურისტი მიუღებელია და მათგან დისტანცირდებიან. არსებითად მნიშვნელოვანი ნაწილი კვლევაში ეხებოდა ცალკეული ეროვნებების ტურისტებისადმი ადგილობრივების დამოკიდებულებას, თუ რომელი ეროვნების ტურიტებისადმი ჰქონდათ მეტი ან ნაკლები მიმღებლობა. რესპოდენტებს შორის დაფიქსირდა სხვადასხვაგვარი შეხედულება, რიგმა ნაწილმა თქვა, რომ არ გამოარჩევენ არცერთ ეროვნებას უარყოფითად ვის მიმართაც ნაკლები მიმღებობა აქვთ, სასტუმროს მფლობელებს შორის ტოლერანტული და ნეიტრალური დამოკიდებულება ყველა ეროვნების ტურისტის მიმართ მიმღებლობის თვალსაზრისით ხოლო ბინის გამქირავებლებს შორის შეიმჩნევა უარყოფითი დამოკიდებულებებიც, მაგ ერთ-ერთმა რესპოდენტმა განაცხადა, რომ მიუღებელი იქნა მისთვის

ტურისტი თუკი ის განსხვავებული სექსუალური ორიენტაციის წარმომადგენელი იქნება, საქმე იმაშია რომ რესპოდენტმა მიუღებლობის მიზეზი ჩაძიების გარეშე დაასახელა რაც მიანიშნებს მიზეზის მნიშვნელობაზე. ბათუმის მოსახლეობის მაგალითზე განხორციელებულმა კვლევამ განამტკიცა შეხედულებები იმასთან დაკავშირებით, რომ მიმღებლობა ვრცელი პროცესია, რომელშიც მონაწილე მხარეებზე სხვადასხვა სოციალური ფაქტორი ახდენს გავლენას, ზოგიერთი ფაქტორი უფრო ძლიერ გავლენას ვიდრე სხვები. კვლევამ ცხადყო რომ ტურისტებსა და ადგილობრივი მოსახლეობას შორის ურთიერთობის წარმატებლობას განსაზღვრავს კულტურაც, რელიგიაც, იდენტობაც, სოციალურ კლასობრივი განსხვავებაც, ენობრივი მნიშვნელობები, კომუნიკაციის შემადგენელი ქესტების განსხვავებული მნიშვნელობები, პოლიტიკა, კანის ფერი, ეთნიკური წარმომავლობა და აშ. ტურისტული ინდუსტრიის მასშტაბებზე და ტურიზმის ბიზნესის განვითარებასა და წინსვლაზე ძლიერ გავლენას ახდენს მიმღებლობა და ურთიერთობები, რადგან ერთის მხრივ ესეც ტურისტული პროდუქტია, რომელსაც მატერიალური პროდუქტისა და მომსახურების გარდა ყიდულობს ტურისტი. ამრიგად მიმღებლობა და ტურიზმი ერთმანეთთან მჭიდროდ დაკავშირებული რგოლებია და ერთის წინსვლა მეორეზე დამოკიდებული.

REFERENCES

- [1] Королёва, Н. „Взаимосвязь отношения иностранных туристов России и россиянам и факторов межкультурной адаптации" <https://www.dissercat.com/content/vzaimosvyaz-otnosheniya-inostrannykh-turistov-k-rossii-i-rossiyanam-i-faktorov-mezhkulturnoi> 2006 ;
- [2] Королёва, Н. „Взаимосвязь отношения иностранных туристов России и россиянам и факторов межкультурной адаптации" <https://www.dissercat.com/content/vzaimosvyaz-otnosheniya-inostrannykh-turistov-k-rossii-i-rossiyanam-i-faktorov-mezhkulturnoi> 2006 ;
- [3] „ქსენოფობია საქართველოში და სელფის კატეგორიზაციის თეორია” 15.2015 [www. Intermedia.ge](http://www.intermedia.ge) – 09.04.2019;
- [4] მანდარია თ. რასიზმის პრობლემა და მედიის ფოკუსი, 25/04/2018 www.mediachecker.ge 17.05.2019
- [5] კომახია მ., სომხების გენოციდი, მოკლე მიმოხილვა. www.google.com/amp/s/postsovietwatch.com 2015;
- [6] რუხაძე, ო., ქსენოფობია პოსტსოციალისტურ ქვეყნებში. 05/2009 - სად მაქ ამის ტექსტი გამოყენებული?;
- [7] Ахмерова С.Р., Саратов:ПАГС, Черняева Т.И.„Туризм в перспективе городского развития// Развитие туризма”: этнические связи Германии и Саратовской области Сб. науч. статей / Под ред 2001.С.98-106./ 13/05/2019;
- [8] თანდაშივილი მ. „იდენტობა-იდენტიფიკაცია/ Tandashvili.com/thema-3/;
- [9] Ислам и христианство. Сравнительная таблица”- 2018/10/22-;
- [10] მანდარია თ., რასიზმის პრობლემა მედიის ფოკუსში. 25.04.2018 www.mediachecker.ge

[11] თანდაშვილი მ., „იდენტობა-იდენტიფიკაცია/ Tandashvili.com/thema-3/ Верочений
<https://azbyka.ru/islam-i-xristianstvo-sravnitel'naya-tablica-verouchenij>

[12] სურმანიძე მ., ტურისტების მიმღებლობა ბათუმის მოსახლეობაში, კვლევის შედეგები, 06/ 2019