



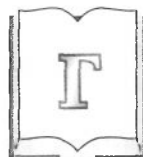
**Галина ГАРБАР**

© Г. Гарбар, 2011

## **ТЕХНОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ГОСТИННОСТІ ЯК СОЦІАЛЬНОГО ЯВИЩА**

**Ключові поняття:** особистість, культура, туризм, гостинність, виховання.

*Гостинність, як будь-яке соціальне явище, має загальну технологію пізнання: спочатку слід розглянути філософський вимір явища, згодом обрати методологію дослідження і сформувані інструментарій вивчення явища, а тільки потім розгорнути теоретичний аналіз явища і перевірити його результати засобами праксеологічного аналізу. Саме в цьому полягає технологія вивчення гостинності, якщо її розглядати у площині філософського дослідження.*



гостинність, як будь-яке соціальне явище, має загальну технологію пізнання. Пізнавальна активність дослідника містить компоненти, ігнорувати які принципово неможливо: спочатку слід розглянути філософський вимір явища, згодом обрати методологію дослідження і сформувані інструментарій вивчення явища, а тільки потім розгорнути теоретичний аналіз явища і перевірити його результати засобами праксеологічного аналізу. Саме в цьому полягає технологія вивчення гостинності, якщо її розглядати у площині філософського дослідження.

Окремим видом аналізу може стати джерельна база вивчення властивостей соціального явища гостинності. Історична наука називає це історіографією проблеми. Ми ж, досліджуючи явище гостинності в парадигмі філософського знання, джерельну базу будемо відтворювати по ходу філософського, методологічного, теоретичного і праксеологічного видів аналізу.

Філософський аналіз явища гостинності полягає у визначенні його природи, сутності, змісту, форм і видів. Філософський дискурс туризму розглядали фахові філософи України, їхні ідеї і гіпотези викладені в науковонавчальному виданні «Філософські нариси туризму» [12]. Гостинність тут трактують як специфічну рису туристичної діяльності, тоб-

то гостинність має діяльнісну соціально-психологічну природу.

Сутність явища гостинності полягає, на нашу думку, в наданні іноземцям, які перебувають у нашій державі (не обов'язково як гості чи мандрівники), всебічної допомоги у забезпеченні їхніх індивідуальних потреб і представницьких функцій, наприклад, місії Червоного Хреста, посередників ООН у зоні військових і етнічних конфліктів, захисників прав людини, здійснення екологічної місії, спостерігачів на виборах або інших мирних намірів з боку міжнародних організацій. До цього треба додати паломників, біженців із зон військових конфліктів, мігрантів у пошуках роботи, осіб, яких переслідують за політичними мотивами, студентів, які навчаються в інших країнах, та ін.

Зміст явища гостинності у повсякденному бутті є сукупністю процесів життєзабезпечення перебування співвітчизників і іноземців у чужому краю. Процеси життєзабезпечення людей мають системний характер, оскільки ґрунтуються на сукупності потреб людини і тому торкаються духовної, матеріальної, у тому числі й фінансової допомоги; фізичного, військового, етичного і правового захисту її життя та майна від посягань недоброзичливих людей.

Отже, розкрити зміст гостинності означає розглянути характер відносин між стороною, яка приймає гостя (господарем), і суб'єктом туристичної діяльності, тобто особою, що подорожує по чужій країні.

Людина, яка подорожує, – це не просто «джерело цілеспрямованої активності, носій предметно-практичної діяльності, оцінки і пізнання» [1, 137]. Суб'єктом є насамперед індивід, наділений свідомістю і емоціями. Він діє в процесі практики як реальна матеріальна сила, що змінює навколишнє середовище. Але суб'єкт – це не тільки індивід, а й колектив, соціальна група, соціальний інститут, суспільство загалом. У нашому випадку поняття «суб'єкт туризму» має два аспекти. З одного боку, це ті соціальні суб'єкти, які подорожують по країні або виїжджають за кордон, задовольняючи свої фізичні, духовні та інтелектуальні потреби, тобто туристи; а з іншого – суб'єктами туризму є підприємства, установи, організації, які здійснюють та регулюють підприємницьку діяльність, спрямовану на задоволення пізнавальних, оздо-

ровчих, спортивних, ділових, релігійних та інших потреб туристів.

У туризмі є тільки один споживач послуг – турист. Як споживач туристичного продукту (турів, послуг, товарів) він є об'єктом діяльності туристичних фірм.

Аналізуючи соціальний портрет суб'єкта туризму в першому значенні, треба відзначити його строкатість, розмитість і певну невизначеність. До туризму на початку ХХІ ст. схильні всі вікові, гендерні, професійні, етнічні, соціальні, особливо освітянські та релігійні групи.

Зміст гостинності реалізується у просторі, що визначається такими координатами: а) типи туристів; б) мотивація суб'єкта туристичної діяльності; в) функції туристичної галузі. Коротко прокоментуємо цю тезу. Вихідним пунктом є твердження, що особистість – водночас продукт і суб'єкт суспільно-виробничої діяльності. При цьому діяльність розуміють як специфічно людську форму активного ставлення до навколишнього світу, змістом якої є цілеспрямовані зміни і перетворення в інтересах людей [4, 4].

Будь-яка діяльність включає в себе мету, засоби, результат і сам процес діяльності. Туристична діяльність не є винятком. Діяльність – це «спосіб відтворення соціальних процесів, самореалізації людини. Її зв'язків з навколишнім світом» [10, 137].

Поняття «діяльність» охоплює різні форм людської активності (економічної, соціальної, політичної, культурної) і сфери функціонування суспільства. У соціально-філософському плані поняття «діяльність» використовують для характеристики специфічного способу людського буття. Аналіз туристичної діяльності як принципу розуміння соціальності означає розуміння людського буття через втілення у результати. Отже, це:

діяльність як пояснювальний принцип – поняття, що виражає універсальну характеристику людського світу; діяльність як предмет управління – те, що підлягає організації специфічної активності. Тому нас має цікавити туристична діяльність і мотивація діяльності туриста як принцип визначення координат площини, у якій реалізується зміст гостинності приймаючої сторони;

туристична діяльність як предмет спеціального аналізу потребує використання

навного методологічного інструментарію, у тому числі й діяльності як філософської категорії чи не найвищого рівня абстракції;

діяльність як предмет проектування, тобто виявлення способів та умов оптимальної реалізації певних (переважно нових) видів діяльності;

діяльність як цінність, тобто аналіз місця, яке вона займає в різних системах культури [13].

Комплексне розроблення проблем відпочинку та туризму як специфічного виду прибуткової діяльності розпочалося порівняно недавно. Початок систематичному дослідженню туризму у вітчизняній літературі поклали ринкові перетворення кінця 80-х – початку 90-х рр. ХХ ст. Дозвілля, відпочинок, подорожі, рекреаційна діяльність, тури стали предметом теоретичного осмислення вітчизняних філософів, істориків, соціологів, економістів, педагогів, фізіологів, географів, екологів та ін.

Простір для реалізації змісту гостинності існує в кожній з основних сфер суспільства. Соціальний аспект дослідження проблеми стосується організації відпочинку населення, раціонального використання вільного часу, розкриває роль туризму в демократизації суспільства, підвищенні культурного рівня і національної свідомості як дієвого засобу виховання, спілкування та взаєморозуміння.

Туристична активність людини розгортається, насамперед, в її інтересах і потребах. Момент залежності зумовлений потребою подорожувати. Його позначають терміном «стан потреби» (О. Леонтьєв). Тобто індивід як потенційний турист є істотою, яка марить майбутньою подорожжю. Категорію «потреба» в науковій літературі трактують як нестаток або відсутність чогось вкрай необхідного для підтримання життєдіяльності людської особистості, як внутрішній спонукач до активності [8, 1304].

Які ж потреби людини задовольняє туризм? Передусім варто розрізнити потреби туриста (або первинні туристичні потреби) та потреби, які породжуються специфікою туристичної подорожі (вторинні туристичні потреби). Можна стверджувати, що потреби в туристських враженнях, розвагах, лікуванні, освіті тощо є первинними порівняно з потребами у транспорті, житлі та харчуванні, які

належать до вторинних туристських потреб. У зв'язку з цим спеціаліст у галузі туризму П'єр Дефер вивів класичну тріаду туризму: «транспорт + притулок + розваги» [2, 16].

На думку Ю. Путрика, туризм задовольняє потреби у відпочинку, спілкуванні з людьми, бажання вражень і пізнання [9, 12]. Ми вважаємо, що спілкування з людьми треба доповнювати спілкуванням із природою.

Розглядаючи мотивацію туризму і аналізуючи її в контексті поглиблення соціально-філософського пізнання суті цього феномена, слід звернутися до визначення категорії «мотивація». У найзагальнішому трактуванні мотивація будь-якої діяльності є системою мотивів, комплексно цілісною, яка поєднує соціальне, психологічне, економічне і загальнофілософське начала, мету і завдання, механізми реалізації. Мотив (від лат. *motivo* – рухаю) – це те, що спонукає активність, заради чого вона здійснюється, що визначає її спрямованість.

За своїми функціями в регуляції поведінки мотивуючі чинники можна поділити на три класи: 1) потреби, потяги і інстинкти як джерела активності організму, 2) власне мотиви як причини, що визначають вибір поведінки, 3) емоції, переживання і настанови як способи регуляції поведінки суб'єкта [11].

Подорожі, що супроводжуються гостинністю приймаючої сторони, позитивно впливають, як правило, на зародження теплих стосунків, зміцнення зв'язків між подружжям, а також на відновлення сімей, гарних стосунків між батьками й дітьми. Туристичні подорожі допомагають багатьом людям «відкрити себе», відвідавши гори, знайшовши втіху в пустелі тощо [3, 20–21].

Варто навести ще одну сукупність мотивів подорожей до тої чи іншої країни, які можна звести до 5 основних груп. Це, по-перше, інтерес до соціально-економічного і політичного розвитку та становища певного регіону. По-друге, інтерес до історичних, культурних, господарських та природно-кліматичних пам'яток. По-третє, цікавлять місцеві події, наприклад, театральні та музичні фестивалі, кінофестивалі, спортивні змагання, ярмарки, виставки, карнавали тощо. По-четверте, економічні зручності подорожі, тобто розвинутість суперструктури (готелі, ресторани

тощо) та інфраструктури (комунікації, комунальне господарство тощо) туризму, вигоди придбання товарів у конкретних країнах (низькі ціни, оригінальність асортименту). По-п'яте, ставлення місцевих жителів до туристів [2, 20]. Як бачимо, за цією класифікацією гостинність приймаючої сторони є позитивним мотивом до спонукання активності туристів.

Туристи є різні, тому ступінь гостинності також різниться від типу подорожуючих людей. Це, за нашою робочою гіпотезою, – третя координата простору гостинності. На практиці існує, як відомо, багато класифікацій типів туристів. Розробляються спеціальні рекомендації менеджерам з туризму, як працювати з різними категоріями туристів [5; 7].

Ми надаємо перевагу класифікації німецького дослідника Г. Гана. Він розрізняє шість основних типів туристів (кожна група називається за початковою літерою відповідного до неї найменування німецькою мовою – це S-, F-, W1,2-, A-, і B- типи) [6].

*S-mun* (від нім. *Sonne, Sand, See* – сонце, піщаний пляж, море) – типовий відпускник, який віддає перевагу пасивному відпочинку на морських курортах, спокою та комфорту, уникає суєти, але не уникає контактів з приємними людьми.

*F-mun* (від нім. *ferne- und flirorientiert Erlebnisurlauber* – відпускник, який віддає перевагу поїздкам на далекі відстані та фліртові) – турист, який віддає перевагу поїздкам на далекі відстані, калейдоскопу вражень та флірту; він проводить свою відпустку лише там, де щось відбувається; його кредо – товариство, задоволення, зміна вражень.

*W1-mun* (від нім. *wald-und wanderorientiert* – любитель лісових прогулянок та походів) – відпускник, який віддає перевагу активному відпочинку, походам пішки тощо; його кредо – фізична активність на свіжому повітрі, не зважаючи на погоду.

*W2-mun* – швидше спортсмен, ніж аматор. Витримує довгі та високі напруження, аж до екстремальних.

*A-mun* (від нім. *Abenteuer* – пригода) – любитель пригод. Ризик, нові відчуття, випробування своїх сил у несподіваних ситуаціях, небезпека – все це визначає вибір мети подорожі цього типу туриста.

*B-mun* (від нім. *Bildung – und Besichtigung*

– освіта та визначні пам'ятки) – допитливі туристи. Цю групу розділяють на три підгрупи: 1) «експерти», які колекціонують відвіданими пам'ятки історії та культури; 2) «емоційні любителі культури та природи»; 3) «спеціалісти», які поглиблюють свої знання у певних галузях культури, історії, мистецтвознавства.

Зробимо важливий для нашого дослідження висновок: надання допомоги господарями має багато видів серед процесів життєзабезпечення людини-іноземця в соціально-правовому просторі іншої країни, а саме: матеріальні і духовні; об'єктивні і суб'єктивні, об'єктивовані і суб'єктивовані; державні і наддержавні, національні і наднаціональні, індивідуальні й колективні.

У подальшому філософському дослідженні важливо розглянути типові форми гостинності. Їх можна відтворити на основі «Енциклопедического словаря Брокгауза и Эфрона» (1890 – 1907) [14]. Автори статей у цьому словнику визнають, що великий інтерес викликають ті форми гостинності, які забезпечують притулок і захист мандрівникам та іноземцям, особливо у малокультурних місцевостях.

Гостинність полягає: 1) у встановленні і підтримці міжнародного спілкування на початковому ступені культури; 2) у тому етичному впливі, який, створюючись на ґрунті дружніх стосунків між племенами, що спершу відчували тільки вороже ставлення один до одного, поступово ставав чинником виховання альтруїстичних почуттів. Істориків культури і етнографів, що зустрічаються з цими останніми формами гостинності, вражає, зазвичай, той контраст до решти звичаїв народу, що їх практикує. «Право полягає у них в силі, пошана до якої доходить до того, що вони не соромляться навіть відкритого розбою: проте вони добрі до гостей і поважають до благань», – ці слова, сказані Помпонієм Мелюю про германців, співпадають з відгукми всіх мандрівників і етнографів про гостинні народи.

Стародавній грек і північний германець, лютий і кровожерний індієць, грубий за переконаннями африканський дикун або російський іноходець, мстивий і віроломний кавказький горець, що не замислюється, чи вбити мандрівника з-за рогу, зустрічають його як

гостя – якщо йому вдалося дістатися до них в цій якості і попросити притулку – не тільки не вороже, але і надзвичайно привітно: гостя обігріють, для нього приготують з останніх, узятих у борг або навіть вкрадених запасів по можливості розкішний стіл, дадуть для ночівлі зручне приміщення, господар поступиться своїм ліжком, іноді разом з дружиною, або пошле у ліжко дочки, а при від'їзді одбарає подарунками, проведе до межі володінь общини, а будь-яка пропозиція заплатити нерідко викликає образ.

Такі риси гостинності характеризують її у всіх названих і багатьох інших народів. Проте значення контрасту не варто перебільшувати: якщо великим є варварство гостинних народів, то великою є й потреба у тій формі захисту, який дає гостинність. Цією потребою вона і зобов'язана перевазі свого розвитку, а зовсім не простою м'якосердю або почуттю гуманності. На перших порах розвитку суспільства таких почуттів не існувало і стосовно гостя: за переконанням стародавнього грека, римлянина або германця, що повторюється і в деяких сучасних народів нижчого ступеня розвитку, будь-який іноземець або навіть член іншої, хоча й сусідньої, общини був чужинцем, позбавленим усіх прав, чи просто ворогом, відносно якого все дозволено.

За такого погляду на іноземців сильнішою мала бути потреба забезпечити себе на той випадок, коли самому доведеться потрапити до чужої общини. На перших порах доля втікача або мимовільного мандрівника була сумна: його вбивали, грабували або продавали в рабство. Проте траплялися й випадки заступництва, наданого подорожньому іншим.

Відомі факти такої дружби в історії найбільш ранніх ступенів розвитку суспільства – це договори побратимства, зумовлені взаємною допомогою членів різних общин у боротьбі проти загального ворога, людини або звіра, взаємною пошаною до сили і хоробрості. Вони зобов'язували до взаємозахисту у всіх випадках життя, і зокрема тоді, коли одному з друзів доводилося потрапляти в общину іншого. Останній у такому разі мусив завдати своїм співвітчизникам, що образа гостя – його власна образа, за яку він помститься, і, таким чином, гарантувати недоторканність гостя.

Таким, ймовірно, і було походження гос-

тинності. Спочатку це була тільки гостинність друзів, скріплена договором, форми якого абсолютно аналогічні до договорів побратимства (обмін подарунками, потиск рук і т. ін.). Згодом такий договір переходить у договір гостинності.

Гостинності у багатьох племенах Африки дотримуються не так ревнісно, як у інших народів, проте у всякого, хто подорожує, є особливий *kala* – друг в кожному з племен, які він відвідує, і стосовно такого друга він має право на все, що тому належить: і на його хатину, і на його дружину.

У черкесів кунацтво ведеться з давніх часів: коли міжусобні війни роздирали маленькі черкеські племена, кожен черкес, вступивши в межі земель чужого йому володіння, вважався ворогом або чужоземцем. Щоб уникнути небезпеки бути убитим, пограбованим або проданим у неволю, він повинен був заручитися заступництвом впливового покровителя – кунака, на якого у разі потреби міг би покластися. Обопільна користь зробила кунацтво свято шанованим поміж черкесами. Не скрізь гостинність вимирає із зникненням причин, що її викликали; інші обставини можуть підтримати існування гостинності і навіть забезпечити її подальший розвиток.

Серед таких обставин на першому місці стоять торгові стосунки, яких форма договірної гостинності дуже сприяла, принаймні в стародавній Греції і Римі. Грецькі і римські договори гостинності були безпосередньо розраховані на торгові відносини: вони укладалися шляхом обміну символами що служили доказом права на гостинність і переходили у спадок. Такий характер вони мають, здається, вже в «Одіссеї»; пізніше – набувають фінікійської форми і зберігають її навіть у Римі.

У північних германців торгові стосунки дуже впливали на зміцнення звичаю гостинності вже в новій її формі, коли гостинність стала етично обов'язковою не тільки для друзів, але й для всіх жителів місцевостей, яких відвідували чужоземці. Головними гостями цієї найбільш гостинної гілки германців були морські купці, які сходилили зимувати на сушу зі своїх кораблів. Їх дружельюбно зустрічали місцеві жителі, які в час їхнього прибуття виходили з будинків і закликали до себе на постій прибулих, втім далеко не безкоштов-

но: постій і зберігання товарів так чи інакше добре оплачувалося. У південних германців існували законодавчі акти щодо дотримання цього виду гостинності, спрямовані саме на користь торгівлі.

Зв'язок організованої гостинності арабів, готтентотів та деяких інших народів з торговими стосунками також не підлягає сумніву. Приписувати тільки торгівлі розвиток цієї форми гостинності навряд чи можливо, оскільки існують і інші причини її розвитку, які наближаються до того альтруїзму, яким вона частково пройнята.

Сюди належить усвідомлення взаємної корисності доброзичливого ставлення до мандрівників, що розвивається разом з культурою і досить добре виражене у Софокла вустах Тезея: «Я не забув, що провів своє дитинство в чужій землі і яких небезпек зазнав, блукаючи за межами своєї вітчизни; тому я ніколи не відмовлю тому, хто попросить у мене гостинності». «Одіссея» свідчить, що такі небезпеки були великі.

Найгостиннішими є ті народи, які населяють місцевості, найбільш схильні до небезпек: жителі пустелі, приморські жителі, горці та ін. Звідси випливає, що усвідомлення небезпеки – не випадковий чинник розвитку гостинності. У процесі подальшого розвитку культури мандрівників починали цінувати не тільки з погляду матеріальних вигод або бажання отримати відплату в аналогічному випадку: подорожніх цінують як вісників з чужих країн, спершу, можливо, як шпигунів, а пізніше – як досвідчених людей. Наприклад, гостинність винопаса Евмея до різних бродяг і жебраків викликана прямим бажанням отримати звістку про Одіссея; розповіді Одіссея в інших місцях також слухають з великим інтересом.

У африканського племені Гереро сформувався навіть особливий церемоніал прийому гостей, побудований на вимозі розповіді яку-небудь історію або казку, без чого не слід було очікувати й гостинності. Той самий мотив лежить і в основі гостинності, яку виявляють наші селяни різним мандрівникам, солдатам тощо.

Поряд із звістками із зовнішнього світу, які розповідає гість, цінують також його знання, мистецтво, благочестя.

Відомі також численні приклади гостинності, яку виявляли в середні віки ман-

дружим музикантам, співакам, пілігримам і т. ін. Зрештою пізніше ця форма гостинності підтримувалася відсутністю готелів або взагалі можливості знайти притулок поза приватним будинком; необхідність пустити подорожнього на нічліг була викликана побоюванням його загибелі у разі відмови і підносилася, таким чином, на ступінь етичного завіту.

«Якби друг, хто навіть гірший за тебе, відвідав нас, ми борг свій гостя пошанувати зберегли б свято – Зевс до нас приводить жебраків і мандрівників», – говорить Евмей в «Одіссеї». «Мандрівник, що благає, не менше брата рідного люб'язний всякому, хто обдарований від богів не безжалювим серцем», – говорить Алкіной. Вчинок Геракла з Гестестом автор «Одіссеї» вважає ганебним: «У будинку своєму убив ним самим запрошеного гостя звірачий Іракл, осоромивши Зевесів закон і накритий ним гостелюбно для мандрівника стіл».

Про стародавніх слов'ян розповідають, що немає народу, гостиннішого і привітнішого за них. Те ж говорять про народи, що до цього часу залишаються на низькому ступені розвитку.

Гостинність індійців теж добре відома. Вона розповсюджується навіть на іноземців, які шукають у них притулку.

Проте глибину етичних почуттів і тут не слід перебільшувати. Відомо, що про народи, які практикують цю форму гостинності, виявляють її тільки до одноплемінників або єдиновірців; іноземець, який має право на гостинність, – для них просто житель сусідньої общини, а не взагалі будь-який прибулець (це справедливо щодо германців, кавказьких горців, киргизів, індійців та ін.).

Тільки деякі народи – з багатшою культурою або народи, оточені більш розвинутими країнами (як, наприклад, південні слов'яни) – в цьому відношенні вирізняються ширшими поглядами. Крім того, обов'язки щодо гостя вважають священними, поки він під крів'якою або захистом господаря; якщо гість залишає помешкання, той же господар, вважають деякі племена (індійці, абхази і ін.), може пограбувати і навіть убити його безкарно і без докорів совісті.

Нарешті, разом з дотриманням звичаю гостинності ми зустрічаємо і усвідомлення її

тягари: це призводить до того, що ця чеснота поступово стає надбанням лише окремих людей, якщо не перетворюється на примусову суспільну повинність. На цю, останню фазу розвитку гостинності, знаходимо натяки в «Одіссеї». Наказуючи дати подарунки тим, хто відправиться в дорогу з Одисеем, Алкіной говорять: «Себе ж нагородимо багатим збором з народу: так щедро дарувати одному не під силу».

У германців існував установлений законами термін перебування гостя в будинку господаря – три дні (так саме і в деяких південних слов'ян). Після його закінчення господар міг відмовити гостю або відвести його до іншого господаря. У англійців гість, який пробув понад визначений термін, ставав залежним від господаря.

У Римі, Греції, у деяких інших народів (арабів, кабулів, готтентотів) гостинність не забезпечувалася приватними особами, а отримала публічно-правову організацію у вигляді проксенії, *hospicium publicum* і подібних до них установ. Грецька проксенія – найбільш типовий зразок цієї форми гостинності. Вона є компромісом між початком державної і національної винятковості, зумовленої поглядами на іноземців як на ворогів і необхідністю надавати їм державний захист, зважаючи на розвиток міжнародних зв'язків.

Не призначаючи спеціальних державних чиновників, на зразок наших консулів, грецькі держави допускали існування приватних опікунів іноземців – проксенів, зазвичай, найбільш впливових громадян, які брали на себе турботи про притулок і юридичне представництво як окремих осіб, так і цілих общин. Останні укладали зі своїми проксенами формальні договори, які держава повністю визнавала, і надавали проксенам низку привілеїв у своїй общині.

Інститут проксенії швидко розвинувся завдяки зростанню кількості приводів для стосунків з іноземцями (торгівля, релігійні святкування, відвідини оракулів і т. ін.). Проксени служили посередниками в торгівлі, у стосунках з банкірами тощо, але не мали статусу державних чиновників. У цьому й полягала їхня відмінність від сучасних консулів.

У Римі, поряд з аналогічною формою гостинності, існувала інша, за якої сама держава брала на себе піклування про іноземців, даю-

чи останнім право на *hospitii* на підставі договору дружби (*amicitiae*). Проте приватний характер цієї форми гостинності виражається в обов'язку держави надавати гостям не тільки юридичний захист, а, й дещо згодом, грошові виплати. *Hospitium publicum*, як і *privatum*, гарантувало гостям повне забезпечення життєдіяльності. Пізніше подібну гостинність почали виявляти переважно послам окремих держав, які користувалися *jus hospitii*.

У Візантії *jus hospitii* відносно варварських народів зберегло старі форми. Російські купці, наприклад, за договором Ігоря з греками, користувалися гостинністю на колишніх засадах. Слід згадати ще про одну форму гостинності, що практикувалася підданими або залежними жителями певної місцевості стосовно своїх повелителів, їх свити і посланців. Мабуть, це була найбільш руйнівна форма гостинності.

«Гостинний абхаз, – читаємо ми в одному описі, – вкрай неприязно ставиться до відвідин його власника. Звикнувши шанувати старших, здобувати їх увагу і заступництво, абхаз не зраджує собі і в тому випадку, коли відвідає його князь зі своєю свитою і почне знищувати річний запас продовольства свого селянина. Благаючи в душі Бога, щоб він прибрав скоріше з його саклі небажаного гостя, селянин зовнішньо все-таки підлабузнюється і цілує поли його черески».

Ймовірно, так само почували себе і піддані Алкіноя, який прийшов до них повертати дароване Одисеею, або російські слов'яни, коли приходили до них «в гостьбу» посланці князя або сам князь. Від цієї форми гостинності походить, мабуть, звичай підносити хліб і сіль іменитим гостям. Там, де гостинність не досягала розвитку, подібного до грецької проксенії, вона, при зникненні умов, які її викликали, поступово відмирала.

Окрім розвитку способів власне державного захисту іноземців, на поступовий занепад гостинності впливає розвиток готельної справи, що робить непотрібним звернення до приватного притулку. До випадкових причин, які підтримують існування гостинності, належить, між іншим, неробство, що примушує сприймати візит гостя як привід для приємного проведення часу. За словами мандрівників, у кавказьких горцях, у киргизів звичай гостинності сьогодні безпосередньо зумов-

лений цією обставиною: частують не тільки гостей, але й усіх жителів аулу – нудьга буденного існування нічим не зайнятих чоловіків перетворюється на веселе свято.

Гостинність росіян красномовно описав О. С. Пушкін у відомому творі «Сказка о царе Салтане».

Таким чином, філософський аналіз у

процесі дослідження допоміг формалізувати діяльнішу природу гостинності; визначити її сутність як захист особи гостя і його майна; усвідомити її зміст як сукупність процесів життєзабезпечення гостя, особливо у малокультурних місцевостях; відтворити багату палітру форм існування цього явища у ментально-психологічному вимірі.

## Література

1. **Абуков А. Х.** Туризм сегодня и завтра: Туристско-экскурсионная работа профсоюзов. – М.: Профиздат, 1978. – 269 с.
2. **Азар В. И.** Введение в экономику иностранного туризма: Вопросы методологии. – М., 1975. – 87 с.
3. **Безносюк В. Д.** Туризм і народне господарство (Туристичний ринок і маркетинг) // Трибуна. – 2000. – № 9 – 10. – С. 20–21.
4. **Васильченко В. М.** Філософія матеріального виробництва: Курс лекцій. – Запоріжжя: ЗДУ, 2001. – 74 с.
5. **Гаранин Н. И., Булыгина И. И.** Менеджмент туристской и гостинничной анимации: Учеб пособие. – М.: Советский спорт, 2003. – 128 с.
6. **Кириллов А. Т., Волкова Л. А.** Маркетинг в туризме. – СПб.: Изд-во С.-П. ун-та, 1996. – 184 с.
7. Менеджмент туризма: Основы менеджмента: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 352 с.
8. Потребность // БСЭ (в 30 томах) / Гл. ред. А. М. Прохоров. – Изд. 3-е. – М.: Советская энциклопедия, 1977. – Т. 22.
9. **Путрик Ю. С., Свешников В. В.** Туризм глазами географа. – М.: Мысль, 1986. – 158 с.
10. **Соколов Ю. Н.** Международный туризм и его правовое регулирование. Учеб. пособие. – М., 1969.
11. Философский энциклопедический словарь. – 2-ое изд. – М.: Энциклопедия, 1989.
12. Філософські нариси туризму: Науково-навчальне видання / За ред. д-ра. філос. наук, проф., чл.-кор. НАН України Пазенка В. С. – К.: Український Центр духовної культури, 2005. – 328 с.
13. **Юдин Э. Г.** Деятельность и системность // Системные исследования. Ежегодник. – М.: Наука, 1977. – С. 14–28.
14. <http://ru.wikipedia.org/wiki/Гостеприимство>

## Резюме

- *Моральний і соціокультурний зміст гостинності розглядається з огляду на її природу, сутність, форми і види.*
- *Моральное и социокультурное содержание гостеприимства рассматривается в связи с его природой, сущностью, формами и видами.*
- *The moral and social-cultural content of hospitality is considered in connection with its origin, essence, forms and types.*