

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ФАКУЛЬТЕТ СОЦІОЛОГІЇ ТА УПРАВЛІННЯ

КАФЕДРА СОЦІАЛЬНОЇ ФІЛОСОФІЇ ТА УПРАВЛІННЯ

**Кваліфікаційна робота
магістра**

**ФЕНОМЕН ГОСТИННОСТІ:
СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКИЙ АНАЛІЗ**

Виконала: магістрантка 2-го курсу, групи 8.0330-з
спеціальності 033 «Філософія»
освітньо-професійної програми «Філософія»
І.С. Попович

Керівник: доцент кафедри соціальної
філософії та управління,
доцент, к.філос.н. Маліновська О.С.

Рецензент: професор кафедри соціальної
філософії та управління,
доцент, д.філос.н. Капріцин І.І.

Запоріжжя – 2021

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет соціології та управління
Кафедра соціальної філософії та управління
Рівень вищої освіти магістр
Спеціальність 033 «Філософія»
Освітньо-професійна програма «Філософія»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри соціальної філософії та
управління

_____ Т.І.Бутченко
« ____ » _____ 2021 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРАНТЦІ

_____ Попович Інні Сергіївні _____

1. Тема роботи Феномен гостинності: соціально-філософський аналіз

керівник роботи Маліновська Ольга Станіславівна, к.філос.н., доцент,
затверджені наказом ЗНУ від «18» червня 2021 року № 914-с

2. Строк подання студентом роботи 30 листопада 2021 року

3. Вихідні дані до роботи Андрущенко Г. І. Гостинність як одна із перших форм прояву людської довіри. *Соціальні технології*. 2011. № 52. С. 7 – 12.; Людина в сфері гуманітарного пізнання. Київ : Укр. центр духов. культури, 1998. 408 с.; Пахолова І. В. Гостеприимство безответного дара как социокультурный опыт «Чужого». *Международ. журн. исследований культуры*. 2011. №1. С. 32–38. Гарбар Г. А. Гостинність як соціокультурний феномен : український контекст. *Освітній дискурс*. 2018. Випуск 4 (3-4). С. 36 – 43.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити). 1) Проаналізувати стан наукової розробки проблеми гостинності. 2) Уточнити зміст поняття гостинності. 3) Розглянути принципи і методи дослідження гостинності. 4) Дослідити особливості феномена гостинності. 5) Розглянути гостинність як соціокультурний феномен. 6) Проаналізувати особливості розвитку феномена гостинності на сучасному етапі. 7) Простежити напрями розвитку феномена гостинності у сучасному українському суспільстві.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1	Маліновська О.С., доцент кафедри соціальної філософії та управління	17.06.2021	17.06.2021
Розділ 2	Маліновська О.С., доцент кафедри соціальної філософії та управління	30.08.2021	30.08.2021
Розділ 3	Маліновська О.С., доцент кафедри соціальної філософії та управління	14.10.2021	14.10.2021

7. Дата видачі завдання 18 червня 2021 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір теми кваліфікаційної роботи	Березень –квітень 2021	<i>виконано</i>
2.	Бібліографічний пошук	Травень 2021	<i>виконано</i>
3.	Розробка основних положень роботи	Травень 2021	<i>виконано</i>
4.	Розділ 1	Червень – липень 2021	<i>виконано</i>
5.	Розділ 2	Серпень – вересень 2021	<i>виконано</i>
6.	Розділ 3	Жовтень – листопад 2021	<i>виконано</i>
7.	Систематизація висновків	Листопад 2021	<i>виконано</i>
8.	Нормоконтроль	Листопад – грудень 2021	<i>виконано</i>

Студент _____ І. С. Попович

Керівник роботи _____ О. С. Маліновська

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ О. С. Маліновська

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота складається з 66 сторінок, 48 позицій у списку літератури.

ГОСТИННІСТЬ, СВІЙ, ЧУЖИЙ, ДАР, БЕЗУМОВНИЙ ДАР, ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ, МИЛОСЕРДЯ

Мета дослідження – здійснити соціально-філософський аналіз феномена гостинності та визначити напрями його розвитку в умовах сучасного українського суспільства.

Об'єктом дослідження виступає феномен гостинності.

Предметом дослідження виступає аналіз формування, структури та функцій феномену гостинності.

Методи дослідження: абстрагування, аналіз, синтез, індукція, дедукція.

Гіпотеза: основою формування і розвитку гостинності є довіра між людьми, що впливає на функціонування суспільства і залежить від рівня її сформованості.

Висновки: 1. Феномен гостинності досі залишається малодослідженим та дискусійним питанням і потребує використання міждисциплінарного теоретико-методологічного апарату.

2. Гостинність є такою специфічною людською моральною якістю, що існує у всіх народів з давніх часів у різних формах прояву і характеризується різною мірою розвинутості, залежно від економічного устрою життя людей. Вона виступала не тільки одним із засобів неформального спілкування людей, а й формою захисту людини, що потребує притулку, тепла і турботи, виявом довіри, співчуття, співпереживання, милосердя, розуміння і порозуміння.

3. В умовах глобалізації саме гостинність може забезпечити не тільки оптимальні форми комунікацій між народами, але й зберегти при цьому їх національну ідентичність.

SUMMARY

Qualification work consists of 66 pages, 48 items in the bibliography.

HOSPITALITY, OWN, FOREIGN, GIFT, UNCONDITIONAL GIFT,
HOSPITALITY INDUSTRY, MERCY

The purpose of the study is to carry out a socio-philosophical analysis of the phenomenon of hospitality and determine the directions of its development in modern Ukrainian society.

The object of research is the phenomenon of hospitality.

The subject of the study is the analysis of the formation, structure and functions of the phenomenon of hospitality.

Research methods: abstraction, analysis, synthesis, induction, deduction.

Hypothesis: the basis for the formation and development of hospitality is trust between people, which affects the functioning of society and depends on the level of its formation.

Conclusions:

1. The phenomenon of hospitality is still an unexplored and controversial issue and requires the use of interdisciplinary theoretical and methodological apparatus.
2. Hospitality is such a specific human moral quality that has existed in all nations since ancient times in various forms and is characterized by varying degrees of development, depending on the economic structure of people's lives. It was not only a means of informal communication between people, but also a form of protection for people in need of shelter, warmth and care, an expression of trust, compassion, empathy, mercy, understanding and understanding.
3. In the context of globalization, it is hospitality that can not only provide optimal forms of communication between peoples, but also preserve their national identity.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ ДОСЛІДЖЕННЯ ФЕНОМЕНА ГОСТИННОСТІ.....	5
1.1. Стан наукової розробки проблеми гостинності.....	5
1.2. Уточнення змісту поняття «гостинність».....	13
1.3. Принципи і методи дослідження феномена гостинності.....	15
РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ ДОСЛІДЖЕННЯ ФЕНОМЕНА ГОСТИННОСТІ	19
2.1. Особливості феномена гостинності.....	19
2.2. Гостинність як соціокультурний феномен.....	29
РОЗДІЛ 3. ПРАКСЕОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ ДОСЛІДЖЕННЯ ФЕНОМЕНА ГОСТИННОСТІ.....	39
3.1. Стан розвитку феномена гостинності на сучасному етапі розвитку.....	39
3.2. Напрями оптимізації розвитку феномена гостинності у сучасному українському суспільстві.....	47
ВИСНОВКИ.....	58
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ.....	62

ВСТУП

Актуальність дослідження. Гостинність – це соціокультурне явище, яке еволюціонувало від побутових традицій гостинності до активного розвитку гостинних громадських закладів в наш час. У сучасних умовах глобалізаційного розвитку гостинність набуває нових сенсів, які потребують осмислення. Історичні трансформації базувалися на соціальних стандартах гостинності: загальнолюдських і культурно-специфічних, а норми гостинності були обумовлені спільністю соціальних функцій.

Гостинність завжди була не тільки обов'язковим компонентом способу життя, а й частиною світосприйняття, вірувань і повір'їв. Проблеми, які існують в сучасному світі і шляхи їх розв'язання потребують жертвності. У свою чергу, гостинність, завдяки своїй властивості проникати у всі сфери життєдіяльності людини є універсальною формою жертвності. Тому дослідження феномену гостинності та його складових є надзвичайно актуальним на сьогодні. Адже в умовах глобалізації саме гостинність може забезпечити не тільки оптимальні форми комунікацій між народами, але й зберегти при цьому їх національну ідентичність.

Останнім часом вчені виявляють досить сталий інтерес до такого явища суспільного життя, як гостинність. В результаті склався значний корпус літератури з цієї тематики: дисертації, монографії, статті, навчальні посібники та підручники. Їх автори розглядають феномен гостинності з різних точок зору, у різних контекстах.

Зокрема, дослідженням питань історії, зокрема, становлення та розвитку гостинності в Україні займалися Г. Андрущенко, Л. Артюх, М. Будько, Г.Вишневська, Г. Гарбар, В. Русавська й ін. У працях такі вчені, як Ю. Бергер, М. Будько, Ю. Ватоліна, Ж. Дерріда, С.Зенкін, Х. Хіршфельд й ін. здійснено аналіз філософсько-антропологічних аспектів гостинності. Розгляду економічних аспектів гостинності присвячені праці дослідників: О. Варипаєв та

Л. Варипаєва, Ф. Котлер, І. Мініч, Ю.Опанащук, Д. Уокер, А. Федулін й ін. Специфіка гостинності у різних народів на певних етапах їхньої історичної еволюції висвітлена П. Алеппським, А. Гамзатовою, С. Герберштейном, М. Конаковим, Г. Котошихіним, В. Примою й ін.

Однак, при всій науковій важливості результатів згаданих досліджень у соціальній філософії досі цілісно не з'ясовано стан наукового осмислення феномена гостинності.

Об'єктом дослідження виступає феномен гостинності.

Предметом дослідження виступає аналіз формування, структури та функцій феномену гостинності.

Мета дослідження – здійснити соціально-філософський аналіз феномена гостинності та визначити напрями його розвитку в умовах сучасного українського суспільства.

Відповідно до мети були поставлені такі *завдання*:

- проаналізувати стан наукової розробки проблеми гостинності;
- уточнити зміст поняття гостинності;
- розглянути принципи і методи дослідження гостинності;
- дослідити особливості феномена гостинності;
- розглянути гостинність як соціокультурний феномен;
- проаналізувати особливості розвитку феномена гостинності на сучасному етапі розвитку;
- простежити напрями розвитку феномена гостинності у сучасному українському суспільстві.

Гіпотеза дослідження полягає у припущенні про те, що основою формування і розвитку гостинності є довіра між людьми, що впливає на функціонування суспільства і залежить від рівня її сформованості.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку літератури.

РОЗДІЛ 1

МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ ДОСЛІДЖЕННЯ ФЕНОМЕНА ГОСТИННОСТІ

1.1. Стан наукової розробки проблеми гостинності

Серед значної кількості праць, присвячених різним аспектам феномена гостинності, виявлено лише кілька публікацій, в яких порушуються питання власне соціокультурної природи гостинності. Найважливіші з них – дослідження Г. Гарбар, Д. Громова, Т. Захарової, В. Русавської та деяких інших авторів.

У монографічній роботі Г. Гарбар «Розвиток соціокультурного інституту гостинності в українському туризмі 60-х – 80-х рр. ХХ століття (на матеріалі Миколаївської області)» [6] предметом аналізу обрано формування громадської галузі гостинності у дорадянський період, оновлення її засад у міжвоєнний період й розвиток у післявоєнні роки, коли відправлення туристичних послуг стає важливим фактором забезпечення процесу приймання гостей з інших місцевостей, здійснюваного професійними службовцями. Сучасна система туристичних послуг у загальному контексті їх надання кваліфікується автором як своєрідний соціокультурний інститут.

Російський дослідник Д. Громов у статті «Гостинність як антропологічна категорія» [8] розглядає антропологічні особливості гостинності, до числа яких відносить зустріч гостя, місце його прийому, застілля, спілкування, дарування, проводи, покровительство гостю аж до його сакралізації, регламентації гостинності як соціальної дії. На його думку, антропологічний смисл гостинності як соціальної дії скерований на отримання людиною певної вигоди, про що свідчать соціально-економічні фактори: обмін безпекою, створення комунікативної мережі у вигляді знайомств, укладання договорів про дружбу, побратимство, вільну торгівлю, обмін благами, інформацією тощо.

Дослідник доходить висновку, що гостинність у вигляді соціокультурної норми утвердилася внаслідок розвитку дружніх міжрегіональних зв'язків та конкуренції між соціальними групами у гостинних пропозиціях.

Дослідниця Т. Захарова розглядає гостинність у, так би мовити, філологічному «ключі». Її дисертація «Порівняльно-зіставне лінгвокультурологічне дослідження концепту «гостинність» на пареміологічному рівні російської та французької мов» присвячена з'ясуванню ролі мовних засобів у відображенні певного культурного змісту (у даному випадку концепту «гостинність») у мовних одиницях [10]. Термін «концепт гостинності» авторка трактує як акт сприйняття гостинності у єдності мовного висловлювання, зіставляючи основні ідеї концепту гостинності з асоційованими з ним іншими концептами («честь», «Бог», «дружба», «щедрість», «престиж», «суперництво» й ін.). Концепт «гостинність» у своїй бінарній опозиційності Своїх і Чужих свідчить, у той же час, про можливість тимчасової нейтралізації такої опозиції, формуючи проблему відносин Чужого, Іншого, головним предметом уваги у розумінні гостинності [10].

Зауваживши, що в латинській мові слово *hostis* первісно означало «ворог», Т. Захарова замислюється над причинами та процесом втрати цим словом первісного змісту й доходить висновку, що це відбулось завдяки виникненню соціального статусу гостя, який нівелює ставлення повсякденної ворожості до чужого дотриманням закону гостинності, що проявлявся у формі соціальних норм розподілу їжі: адже їжа була головним вітальним інтересом, і частування гостя стає механізмом його прилучення до основних життєвих цінностей людей, в яких він гостює. Це був певний первісний прагматичний досвід гостинності, який допоміг інтегрувати первісну людину у складну систему соціальних відносин, вважає авторка.

Філологічним підходом позначене й дослідження Г. Гарипової «Концепт “гостинність” у російській та англійській мовах» [7]. Природу гостинності дослідниця пов'язує з етнічною свідомістю людини, яка детермінована соціокультурними умовами. На думку авторки, концепт гостинності у

зазначених мовах відбиває специфічні ритуали привітань, пригостання національними стравами у відповідності з національно-детермінованим та рефлексуючим етнічним характером соціокультурного буття народу.

У дисертації В. Русавської «Гостинність в українській побутовій культурі XIX ст.» гостинність характеризується як соціокультурне явище, яке еволюціонувало від побутових традицій гостинності до активного розвитку гостинних громадських закладів у другій половині XIX ст. Інтенсифікація індустріального виробництва, підкреслюється у дослідженні, сприяла зростанню мобільності населення, появі нових побутових практик в культурі різних верств населення, а, відтак, – і нових, притаманних цим верствам, форм гостинності. Поступове формування міської культури, міського способу життя мали своїм наслідком становлення у другій половині XIX ст. інфраструктури індустрії гостинності [15].

Соціокультурна природа гостинності розглядається у статті В. Прими «Еволюція гостинності у Давньому Римі: соціально-культурний аспект» [14], а також – опосередковано – у працях інших українських дослідників: Г. Андрущенко «Гостинність як одна з перших форм прояву людської довіри» [1], М. Бурдюк «У пошуках методологічних універсалій гостинності : соціально-правовий аспект» [3], М. Скржинської «Давньогрецькі свята в Елладі і Північному Причорномор'ї» [16] та ін.

Аналізуючи еволюцію гостинності у контексті соціокультурних змін в Давньому Римі, В. Прима визначає її як антропологічну цінність, взагалі характерну для людства. Простежуючи розвиток гостинності від звичаїв і народних традицій до Римського права, авторка аналізує еволюцію реалізації гостинності у республіканський та імперський період античного Риму: підготовка базису для вдосконалення її форм для майбутнього розвитку сфери послуг як напряму економічної діяльності у період пізньої Республіки і формування розгалуженої інфраструктури гостинності в імперський період.

Історичні трансформації, робить висновок авторка, базувалися на соціальних стандартах гостинності: загальнолюдських і культурно-

специфічних. А норми гостинності були обумовлені спільністю соціальних функцій. Автор називає їх: «розширення соціальних зв'язків», «залагодження конфліктів», «асиміляція», «самореалізація», «престиж», які відображають потреби і мотиви людини при реалізації їх інститутом гостинності.

На думку В. Прими, гостинність як органічна складова соціально-культурного буття античних римлян забезпечувала життєздатність давньоримської цивілізації, сприяючи взаєморозумінню різних народів давньоримської держави, єднанню і внутрішній гармонії останньої [14].

Г. Андрущенко також стверджує, що гостинність за своєю природою є специфічною моральною якістю людини, що притаманна усім народам, характеризуючись різними формами прояву. Вона виступала не лише засобом неформальних стосунків людей, а й гарантованою формою забезпечення людини притулком, теплом і турботою, виявом довіри, прихильності, співпереживання, милосердя, взаєморозуміння – саме це складає глибинну сутність природи людини і визначає характер не лише міжособових, а й у цілому усіх соціальних зв'язків, вважає Г. Андрущенко [1].

М. Будько розглядає гостинність як правовий інститут, формування якого в Європі почалося, на думку дослідниці, ще в античні часи, коли притулок для мандрівників не був обумовлений вигодою, його забезпечувала так звана проксенія – право взаємної громадської гостинності у чужому для окремого громадянина полісі. Процес історичного розвитку зумовив значні зміни і за формою, і за сутністю в античному інституті гостинності, але без втрати моральної основи [3]. Викладаючи свою концепцію, М. Будько досить широко послуговується термінами «соціум», «соціокультурний інститут», «соціальні трансформації», «цивілізація».

Інститут проксенії розглядається також у монографії «Давньогрецькі свята в Елладі і Північному Причорномор'ї» [16] М. Скржинської, яка вважає його важливим фактором у встановленні та зміцненні торговельно-економічних стосунків між регіонами античної ейкумени взагалі, Херсонесу та Ольвії з містами Дельфа та Олімпія, – зокрема.

Свято, на думку дослідниці, у житті античних греків було важливою подією: як можливість відпочити й розважитися, вгамувати комунікаційний та інформаційний голод. Під час святкувань глашатай сповіщав про віншування співвітчизників та іноземних громадян за їх діяльність на благо міста. Це могло бути вінчання золотим вінком, спорудження стели з вирізаним на ній декретом про надання почесного титулу, створення статуї або портретного рельєфу, запрошення на громадське частування, видання іноземцям «піроксенів» у вигляді декрету (який оприлюднювався під час святкування) або накресленнях на стелах з переліком прав і пільг.

Будучи однією з найважливіших почесних нагород чужоземцям за їх успіхи у торговій, фінансовій, дипломатичній та інших видах діяльності на користь державі (місту), «проксенії» передбачали користування у дружньому місті пільгами, які включали отримання права займати передні почесні місця на масових святкуваннях, звільнення від податків під час ввезення та вивезення товарів, навіть отримання громадянства. Соціальна роль інституту проксенії, підсумовує авторка, полягала у зміцненні старих й у створенні нових зв'язків взаємної гостинності.

Ряд дослідників феномену гостинності (Г. Гарипова, А. Гамзатова, М. Конакова й ін.), відзначаючи його інтернаціональний загальнолюдський характер, зосереджують увагу на особливості його національного вираження.

В дисертаційній роботі М. Конакова «Гостинність та кунацтво в етносоціальній традиції балкарців та карачаївців» [11] досліджується інститут гостинності на різних етапах історії міжособової та міжнаціональної комунікації. З часів формування етносів та розвитку їх зовнішніх зв'язків інститут гостинності виявився найбільш оптимальним та уніфікованим механізмом міжетнічних стосунків, вважає дослідник. Генетичне коріння гостинних відносин карачаївців та балкарців чітко простежується автором дисертації на общинній стадії життєдіяльності людини, де звичай набував сили закону, виступаючи як основний та обов'язковий компонент у взаєминах людей. Однією з найвагоміших та найефективніших форм реалізації звичаю

було кунацтво, міцно пов'язане з багатовіковими традиціями горян, яке визначається автором і як гостинність, і як суспільний інститут штучної спорідненості.

Інститут кунацтва у контексті гостинності досліджує А. Гамзатова у дисертації «Гостинність та кунацтво у горян центрального та західного Дагестану у XIX – початку XX століття» [5]. Кунацтво, за висловом авторки, є результатом культурно-історичного розвитку громадської гостинності. Гостинність і інститут кунацтва, що розвивається на її основі, А. Гамзатова вважає одним з найпоширеніших суспільних явищ у житті дагестанської общини й чи не найважливішим серед тих факторів, які у складних кліматичних умовах краю, посилення розбоїв та грабежів, сприяли подорожньому у забезпеченні притулку, їжі і та особистої безпеки.

Ряд науковців зосереджують увагу на питаннях історичного розвитку інституту гостинності. Українська дослідниця Г. Вишневська у дисертаційній роботі «Еволюція сфери гостинності міста Києва другої половини XIX – початку XX ст. в контексті розвитку українського туризму» [4] у формі історичного екскурсу простежує зміни у досліджуваній галузі з XI ст. – часу створення готелів при монастирях закладів готельного типу – для надання відповідних послуг паломникам. У середині XIX ст. Лаврський монастир по суті перетворився на своєрідний комплекс гостинного прийому паломників у так званому Лаврському готелі. Створення міської мережі готельних закладів у період інтенсивного розвитку капіталістичних відносин, зазначається в дослідженні, зумовлювалося стереотипами цільового подорожування (паломництво, подорожі з комерційною метою, краєзнавчі екскурсії тощо).

Ряд дослідників, як зарубіжних так і вітчизняних (Н. Бортник, М. Будько, Ж. Дерріда, О. Добридень, О. Кручек, С. Леонова та деякі інші), приділяють особливу увагу суто гуманітарним аспектам інституту гостинності, заторкуючи при цьому й кризові явища, спричинені загалом активізацією глобалізаційних процесів та викликаних безпосередньо геополітичними конфліктами.

Проблеми і виклики, які переживає нині інститут гостинності в Європі, стали об'єктом дослідження французького філософа Ж. Деррида, який у статті «Von der Gastfreundschaft» («Про гостинність») [17] вважає, що глобалізація викликає націоналістичну й потенційно ксенофобську реакцію до «чужих». Показуючи взаємозв'язок між економічною лібералізацією і соціальними репресіями проти «чужого», він вважає, що глобалізація супроводжується обмеженням гостинності. У цій кризі гостинності проглядається ставлення країн до непроханих гостей. Причому Ж. Деррида розрізняє дві форми гостинності: безумовну гостинність, коли будь-хто може відвідати будь-яку країну, і політичну гостинність, коли кордони відкриті при певних умовах для деяких вигнанців. При цьому їх права повинні відповідати прийнятим законам гостинної країни, а також генеральним угодам, які захищають емігрантів і політично переслідуваних у період їхнього перебування в чужій країні, їх традиції, їхню мову, їх культуру і релігії.

Ж. Деррида не виключає «абсолютної і беззаперечної гостинності» в країні перебування «чужого» на умовах гостя. Але для цього потрібно шукати можливості ліберального регулювання гостинності. Глобалізацію автор розцінює як закономірний і незворотний процес і з цих позицій розглядає питання приватних та суспільних форм приймання (зокрема, «державної гостинності»), природи і функцій державних кордонів, національної приналежності і можливості приналежності людини одночасно до декількох політичних спільнот.

Аналітик П. Завадська у статті «Ласкаво не просимо: біженці розсварили Європу» [9] констатує зростання негативного ставлення європейців не лише до біженців, а й до інших іммігрантів, в яких у контексті останніх подій на кордонах з країнами Євросоюзу небезпідставно вбачають майбутню загрозу всьому Європейському Союзу. Заклики до «відчинення дверей» знедоленим, допомоги зовнішній імміграції вже не є популярними у населення країн Євросоюзу: негативне ставлення до непроханих чужоземців, робить висновок П. Завадська, домінує над благородною місією опіки біженців.

Українська дослідниця, доктор юридичних наук Н. Бортник у статті «Вплив глобалізації на формування міграційних потоків» [2] порушує питання про регулювання процесів міграції, що набула глобального характеру, пов'язаного з внутрішньою та зовнішньою безпекою держав. Вона вважає, що, будучи засобом поширення зазначених загроз, незаконна імміграція (тобто навала нежданих й небажаних гостей) й сама є сучасною транснаціональною формою організованої злочинності, сфера якої містить торгівлю людьми, формування нелегального ринку праці і секс-послуг тощо. Це спонукає появу ситуації, коли гостинна зустріч нелегального іммігранта членами етнокультурного суспільства об'єктивно неможлива, більше того – представники такої спільноти вбачатимуть в іммігранті чужого, ворога. Подібні ставлення до іммігрантів в європейських країнах свідчать про необхідність прийняття законодавчих документів стосовно цивілізаційних стосунків громадян, які знаходяться у територіальному просторі їхньої спільної життєдіяльності.

У статті В. Пазенка «Філософія туризму в системі філософського знання» особливо підкреслюється суспільна сфера гостинності, розташована в туризмі, з її людиноприймальним, сервісним характером [13, с. 13]. Виявлені ознаки туризму достатньо характеризують його як складний соціальний феномен. На думку вченого, жодній сфері гуманітарної науки не вдалося вичерпно дослідити «туризм в якості предмету суто власних пошуків». Будучи складовою багатоаспектної життєдіяльності людини, практика туризму виявляє її суспільну, духовну та культурну сутність. Тому «філософія туризму, набуваючи дисциплінарної автономії у сфері соціальної філософії, виступає методологічним механізмом у збагаченні інших наук при дослідженні туризму, його гостинної функції [13, с. 13–14].

І. Мініч у статті «Основні підходи до оцінки соціально-економічної ефективності інновацій в сфері гостинності», розглядаючи сучасний стан у галузі гостинності України, обґрунтовує інноваційну спрямованість стратегії та тактики розвитку готельного бізнесу, організації та методики менеджерської

діяльності готельною справою, формування та оптимізації нових форм інновацій та удосконалення вже застосованих у структурі гостинності як соціокультурної інституції.

Таким чином, серед значної кількості праць, присвячених гостинності, лише кілька з них висвітлюють окремі аспекти її як явища соціальної культури. В жодній праці цієї тематики годі шукати визначення, принаймні пояснення понять «соціальна культура», «соціокультурний процес», «соціокультурне явище», «соціокультурний простір», «гостинність як соціокультурний феномен». Не розкрита природа гостинності як продукт соціокультурного розвитку. У закономірній цілості світових процесів не відстежено механізмів становлення й розвитку інституції гостинності від первісних стихійних проявів до сучасних цілеспрямовано організованих форм гостинності, залишилась при цьому поза увагою дослідників виробнича інфраструктура інституту гостинності, не виявлені соціокультурні підґрунтя сучасних кризових явищ у культурі гостинності. Зазначені упущення та недоліки спонукають посилення уваги до науково-теоретичних та методологічних аспектів дослідження гостинності як соціокультурного феномену.

1.2. Уточнення змісту поняття «гостинність»

Англійське слово «hospitality» (гостинність) походить від латинського «hospitium» (госпиції). В основі даного терміна лежить слово «host» (хазяїн), «hospice» (притулок), «hotel» (палац або будинок палацового типу, призначений для перебування в ньому важливих гостей).

Термін «гостинність» був уведений європейськими експертами конфедерації національних асоціацій готелів і ресторанів (ХОТРЕК), утвореної у 1982 році.

Гостинність з наукової точки зору визначає систему заходів і порядок їх здійснення з метою задоволення найрізноманітніших побутових, господарських і культурних запитів гостей туристських підприємств, їх завбачливого

обслуговування наданням низки послуг. Послуга – це результат безпосередньої взаємодії виконавця та споживача, а також особиста діяльність виконавця, спрямована на задоволення потреб споживача.

Згідно з тлумачним словником Вебстера, «індустрія гостинності – це сфера підприємництва, що складається з таких видів обслуговування, які ґрунтуються на принципах гостинності і характеризуються щедрістю та доброзичливістю у ставленні до гостей».

Теоретичним підґрунтям для дослідження поняття гостинності в філософії є праці І. Канта [11]. Поглиблення його ідей знаходимо в наукових розвідках Ж. Дерріди, Е. Левінаса [6; 14]. Згідно з І. Кантом, проблема гостинності полягає в можливості чужоземця відвідувати територію іншої держави і при цьому не ставати її ворогом.

І. Кант у праці «Основи метафізики моральності» обстоює моделі двосторонньої взаємодії в умовах здійснення морального вчинку щодо Іншого [11]. За дотримання першої, або адекватної схеми взаємодії, суб'єкт дарунку, або дії немає наміру отримати взамін щось від Іншого за дану інтеракцію, і останній це також розуміє і тому не є зобов'язаним до дії віддачі. За іншої схеми, або за єдиним неправильним варіантом взаємодії, реципієнт дарунку вдається до лихого вчинку стосовно Іншого. Як висновок – обидва учасники дарообміну є абсолютно незалежними, як до, так і після вчинення дії, і можуть діяти як завгодно, не маючи жодних зобов'язань окрім як завдавати шкоди один одному.

Однією з перших спроб осмислити дар як діяння, яке не потребує відповіді, є етична феноменологія Е. Левінаса. Він говорить про особливі дії, які вимагають етичного ставлення, і ці дії є літургією, тобто діяннями невідгідними і нерозділеними витратами на користь Іншого. У Е. Левінаса літургія постає як безмовний дар, зроблений на користь майбутніх поколінь, в якому себе проявляє «буття-по-той-бік-смерті» [14].

Ж. Дерріда пропонує розглядати гостинність як загальний безумовний закон або кантівський категоричний імператив. Французький філософ ставить

знак рівності між гостинністю і етикою – етичне ставлення і є гостинністю. До ідеї безумовного дару Ж. Дерріда звертається у своїй роботі «Дарувати смерть» і не бачить семантичного сенсу в тому, щоб відокремлювати поняття безумовного дару як різновиду дару. Він пропонує переглянути те розуміння дару, яке склалося в соціокультурному знанні завдяки дослідженням М. Мосса щодо відносин прагматичного товарообміну. Дар потрібно мислити, на думку філософа, в його «чистій» формі: поза економікою, поза обміном, поза відповідним даром. Дерріда виводить формулу: «Якщо Інший віддав або заборгував мені те, що я йому подарував, це означає, що потрібно віддавати назад, і що ніякого дару немає. Це цілком зрозуміло, якщо Інший, отримавши дар, віддає мені безпосередньо те ж саме» [6].

Тут мова йде про дар в його абсолютному значенні, в його етичному розрізі: якщо дар можливий, то можливий тільки як безумовний дар.

У суспільствознавстві вважається, що звичайна гостинність відплатного дару, розширює життєвий простір суспільства, підтримує економіку обміну між різними спільнотами.

Під гостинністю розуміється ритуал соціального визнання, який характеризується певними випробуваннями, і, як результат, включенням у нове суспільство і закріпленням за індивідом нового соціального статусу.

1.3. Принципи і методи дослідження феномена гостинності

Принцип (від лат. – основа) – центральне поняття, логічне вираження пізнання, основна ідея, що пронизує систему знань і встановлює субординацію цього знання.

Принцип об'єктивності – дослідження повинно бути абсолютно безпристрасним, особливо такого багатогранного феномену як гостинність. На його вивчення не повинні впливати загальні враження про природу досліджуваного; симпатії або навпаки, антипатії, власний настрій чи стан.

Принцип системності – за допомогою цього принципу стає можливим розгляд феномену гостинності як багатовимірної динамічної системи. Під системою розуміється сукупність елементів, що знаходяться у взаємозв'язку та взаємозалежності один від одного утворюючи цілісність, єдність.

Принцип сходження від абстрактного до конкретного – дозволяє прослідити рух феномену гостинності від абстрактного до конкретного, сходження від неповного, часткового, фрагментарного до більш повного, цілісного і всебічного знання. Термін сходження фіксує всі попередні дослідження феномену гостинності, тому вони не втрачаються, а лише поєднуються у системі.

Загальнодіалектичний принцип загального зв'язку й взаємодії – у цьому принципі виражається матеріальність світу, що обумовлює зв'язок усього з усім, формує загальне вираження залежності між явищами, відбиття взаємозумовленості й існування, а також їхнього розвитку. Застосування принципу загального зв'язку й взаємодії дозволяє пізнавати гостинності у взаємозв'язках і взаємодії із предметами інших наук, соціології, політології, психології, культурології та ін. і в той же час є можливість відокремити його від ряду суспільних наук для визначення сутності.

Принципи розвитку й історизму – вивчення генезису феномена гостинності, з прогнозуванням майбутніх варіантів, які забезпечують вивчення феномену гостинності з погляду того, як він колись виник, які головні етапи у своєму розвитку проходив, що представляє собою в нинішній час і чим буде в майбутньому. Діалектичний розвиток феномену характеризується спрямованістю, послідовністю, необоротністю, збереженням досягнутих результатів, наступністю, запереченням [36, с. 45].

Відповідно до історизму феномен гостинності характеризуються закономірним, спрямованим і необоротним розвитком, прогресивною тенденцією, боротьбою внутрішніх протиріч на кожному етапі історії.

Методи дослідження – під методом прийнято розуміти спосіб побудови і обґрунтування системи філософського і наукового знання, сукупність прийомів

і операцій практичного і теоретичного освоєння дійсності. Метод (в тій чи іншій своїй формі) зводиться також до сукупності певних правил, способів, норм пізнання і дії, він є системою приписів, принципів, вимог, які повинні орієнтувати в рішенні конкретної задачі, досягненні певного результату в тій чи іншій сфері діяльності. Правильний метод дозволяє економити сили і час, досягати мети найкоротшим шляхом, допомагає суб'єкту пізнання і дії уникати методу «проб і помилок». У науковій діяльності метод визначають і як знання, за допомогою якого видобувається нове знання.

У процесі наукового дослідження винятково велике значення має вибір вірного методу. Однак жоден метод, жодна філософія не є універсальними і не в змозі все пояснити.

Вся сукупність методів і принципів організації та побудови теоретичної і практичної діяльності становить систему, яка разом з вченням про цю систему становить методологію – науку про систему методів

Гіпотетико-дедуктивний метод. Його сутність полягає в створенні системи дедуктивно пов'язаних між собою гіпотез, з яких в кінцевому рахунку виводяться твердження про емпіричні факти.

Цей метод тим самим заснований на виведенні (дедукції) висновків з гіпотез та інших посилок, справжнє значення яких невідомо. Тому висновки тут носять імовірнісний характер.

Такий характер висновку пов'язаний ще й з тим, що у формуванні гіпотези бере участь і здогад, і інтуїція, і уява, і індуктивне узагальнення, не кажучи вже про досвід, кваліфікацію та талант вченого. А всі ці фактори майже не піддаються суворо логічному аналізу.

Аналіз – розкладання феномену гостинності на складові частини, для поглибленого вивчення усіх аспектів та факторів, такий метод особливо актуальний у теоретичному розділі.

Синтез – на відміну від аналізу цей метод, навпаки, об'єднує частини та тенденції феномену гостинності в єдине ціле, таким методом можна апелювати у розділі 3.

Результатом синтезу є абсолютно нове утворення, властивості якого є не тільки зовнішнє з'єднання властивостей компонентів, але також і результат їх внутрішнього взаємозв'язку і взаємозалежності.

Аналіз і синтез діалектично взаємопов'язані, але деякі види діяльності є переважно аналітичними або синтетичними.

Філософські категорії також виступають у якості категорій мислення, пізнання. Тому вони мають загальне методологічне значення, відіграють роль «опорних пунктів» будь-якого пізнання і є одночасно логічними категоріями. А, отже, матеріалістична діалектика як методологія, тобто як діалектична логіка, містить, перш за все, загальні категорії, а саме поняття про найбільш загальні закони розвитку природи і суспільства, такі, як: «зміст, форма, сутність, явище, причина, наслідки; категорії, що відображають специфічні зв'язки у процесі пізнання: матерія та свідомість, емпіричне і теоретичне, абстрактне та конкретне, історичне і логічне; загальнонаукові методи, які використовуються в усіх науках або більшості з них: структурний, функціональний, сходження від абстрактного до конкретного; загально-логічні та загальнонаукові прийоми пізнання: аналіз і синтез, індукція та дедукція, системний і функціональний, а також конкретно-соціологічний аналіз» [29].

Завдяки використанню законів та категорій діалектики дослідження феномену гостинності вдасться з'ясувати походження, сутність й соціальне призначення, визначити закономірності функціонування та розвитку. За допомогою цих філософських методів та принципів вийде сформулювати рекомендації щодо покращання розвитку гостинності, а надто – спрогнозувати історичні перспективи.

Таким чином, під час дослідження феномену гостинності необхідно залучитися багатоваріантним підходом щодо вирішення проблемних питань.

РОЗДІЛ 2

ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ ДОСЛІДЖЕННЯ ФЕНОМЕНА ГОСТИННОСТІ

2.1. Особливості феномена гостинності

У традиційній культурі феномен гостинності являє собою високоритуалізоване дійство, певний морально-релігійний і соціально-правовий інститут. Гостювання, гостина розгортається у складний ритуал, витоки якого сягають доісторичних часів. Стародавній грек і германець, індіанець, африканець чи слов'янин, не намагалися вбити мандрівника, а навпаки зустрічали його як гостя. Часом, приймаюча сторона приготує все із останніх, взятих у борг або навіть вкрадених запасів наскільки можливо розкішний стіл, надасть на ніч зручне приміщення, поступиться хазяйською постіллю, а при від'їзді обдаровує подарунками, проводить до кордонів володінь громади і часто вважатиме образою для себе будь-яку пропозицію відплати.

Такі риси гостинності характерні для багатьох народів світу і в наш час. Поряд з гостинністю відповідного дарообміну існує гостинність безумовного дару. Такого роду гостинність зустрічається у всіх традиційних суспільствах. Суть її полягає у тому, що вона передбачає надання дару як основного змісту гостинності без наміру отримати від гостя дарунку у відповідь, тобто здійснення нічим не обумовленого вчинку. Характерними рисами такої форми взаємодії є реалізація ідеї свободи через подолання зобов'язань, а також припинення двостороннього дарообміну як невідповідного дару, і, побудова нової моделі суспільних відносин.

Концепція гостинності безумовного дару в нових соціально-економічних умовах передбачає певні соціальні дії, побудовані на стійкій, нічим не обмеженій мотивації людей до дії. Саме вони формують у суспільній комунікації найбільш стійкі форми доброзичливих стосунків, нащо вказують

теорії дарообміну. Ці стосунки складають значний потенціал для зародження нових більш ефективних і стійких моделей суспільної комунікації.

Закони, звичаї, традиції та літературні образи гостинності вивчаються в міждисциплінарному контексті з позицій антропології, філософії, семіотики, соціології, етнографії, історії, літературознавства, а також економіки, практичної політики, ідеології і права.

Тема основ функціонування феномену гостинності в суспільстві піднімалася також в наукових пошуках, тісно пов'язаних з сервісною реальністю, туристичним бізнесом. Термін безумовний дар взагалі не поширений в літературі, але поняття безумовного дару має місце у таких авторів як Ж. Батай, Ж. Дерріда, С. Жижек, Е. Левінас та інші.

Науковцями, які здійснили вагомий внесок в розробку розуміння специфіки гостинності є Г. Андрущенко, А. Байбурін, М. Іваннікова, В. Латишев, Л. Лихачова, І. Пахолова, В. Русавська, І. Сухіна, та інші. Слід виокремити важливість роботи фахівців з антропології М. Мосса, Л.Тевено, Є. Ярославського.

Значної уваги заслуговують класичні філософські праці І. Канта, лінгвістичні пошуки Е. Бенвеніста.

У процесі історичного розвитку інститут гостинності зазнав безліч змін і за формою, і за змістом, але не втратив моральної основи. Феномен гостинності також, хоч і опосередковано зберігає відбитки релігійних вірувань попередніх епох. Як різновид соціальної діяльності гостинність складається навколо відносин, що виникають надання дарів і послуг подорожуючим. При цьому подорожуючий завжди виступає як споживач цих послуг, а стороною, що надає ці послуги, є суб'єкт, який перебуває в середовищі свого постійного існування [5].

Досліджуючи основи гостинності, В. А. Русавська доходить висновку, що вона є з'єднувальною ланкою між соціальними процесами і структурами, з одного боку, та культурою і духовним життям – з іншого [21]. Як свідчить етимологія, первинне значення терміну описує саме неприбуткову, стихійну,

традиційну, обрядову сферу відносин. Практично всі джерела, які стосуються визначення структурних складових гостинності, вказують на центральне місце дарообміну у відносинах учасників взаємодії. Обмін дарунками як комунікаційний засіб є особливо важливим явищем в процесі здійснення гостинності. Дарунок як матеріальний символ гостини в народній культурі відігравав значиму роль в культурах світу. Традиційно цінність дару полягала не стільки в самій речі, скільки у зв'язку, який встановлювався і підтримувався між дарувальником і отримувачем подарунку. Цей зв'язок встановлювався за ініціативою однієї із сторін, яка пропонувала іншій стороні дар.

Альтернативний погляд на дарообмін у контексті здійснення гостинності представляє філософський підхід до чистого значення гостинності і її центральної категорії – дару. У такому контексті проводиться перегляд мети і мотивації моделей гостинної поведінки. У зв'язку з цим вводиться в обіг термін безумовного дару, який не передбачає отримання дару у відповідь, не потребує прагматичного встановлення ситуації боргу для сторони-реципієнта, що отримує подарунок. Основи гостинності за принципом безумовного дару змістовно описані в статті І. Пахолової «Гостинність безвідплатного дару як соціокультурний досвід чужого». За визначенням автора, безумовний дар спрямований не на встановлення відносин обміну, а на припинення обміну і демонструє специфічні відносини з «чужим», з яким не виникає спільності, що дозволяє «чужому» залишатися «чужим» [19, с. 34].

Основна функція гостинності безумовного дару як ординарного досвіду «чужого» полягає в тому, щоб зберегти існуючий соціальний порядок і не допустити утворення нової спільності, встановлення відносин обміну. Особливість безумовного дару полягає в тому, що, як і будь-який дар, він припускає символічний обмін, але у випадку з безумовним даром справжнім предметом обміну є не розширення і зміцнення соціальних зв'язків, а припинення будь-якого обміну, запобігання утворення нової соціальної спільності [20, с. 12].

В історичному контексті гостинність безумовного дару постає одним із найдавніших інститутів, підкріплених звичаєвою формою життя. Існуючи поруч з традиційною гостинністю за формулою «потлача», характерною для первісних суспільств, в процесі змістовних трансформацій разом з іншими формами вона заклала фундамент сучасним формам гостинності народів світу.

За своєю природою, інститут гостинності часто відіграв роль у формуванні добросусідських відносин всередині спільнот та у їх зовнішніх зв'язках. За сценарієм гостинності часто здійснювалося встановлення зв'язків племен і народів. Тому у минулому інститут гостинності наділявся привілейованим становищем – як неписаний закон, що визначає зобов'язання по відношенню до гостей-чужинців, священний обов'язок, недотримання якого підлягає божій і правовій помсті.

Згодом гостинність перетворюється на соціальний інститут і наділяє обидві сторони союзу невід'ємними зобов'язаннями. Ситуація гостинності часто засновується на тому сценарії, що одна людина вступає в зв'язок з іншими, беручи на себе зобов'язання відплатити за деяку послугу, яка їй була надана.

Обмін дарами поділяють на типи за трьома обов'язками – обов'язком давати, приймати і відплачувати.

З точки зору Дж. Болдуїна, соціальні відносини, мораль, емоційність, сім'я і гостинність створюються і підтримуються, можна сказати, діалогічним обміном дарами і послугами. На думку дослідника, позитивне значення цієї форми обміну в тому, що вона породжує «сімейні почуття», відданість, любов, великодушність і солідарність. Про це свідчать незліченні, повсякденні і безперестанні обміни – подарунками, послугами, допомогою, візитами, увагою, добротою [7, с. 94].

Іноді перевищити «іншого» в дарі, означає мати право очікувати в майбутньому дар ще більший. Це випробування щедрості і перемога в цьому випробуванні нематеріальна, а символічна. В той же час дар «іншому» є

символічним вираженням влади, а дарувати, значить показувати свою силу, ставлячи «іншого» в підлегле і залежне становище.

Гостинність безумовного дару можна визначити як безумовну гостинність, що містить в собі вимогу надати прийом кожному, хто з'явиться на порозі дому. Тут найважливіший момент полягає в тому, що безумовний дарунок не служить причиною якихось зобов'язань, не породжує новий порядок обміну. Якраз навпаки, безумовний дар припиняє обмін і тим самим заперечує соціальні відносини, засновані на обміні.

На місце соціальних відносин обміну приходять вільні стосунки безумовного дару, які можуть мати непередбачувані наслідки і результати. Звертаючись до історичного процесу розвитку різних світових цивілізацій, можна зробити висновок про паралельне існування обох форм гостинності – гостинності звичайного дарообміну і безвідплатної, що для цивілізаційного поступу мали велике значення.

Звичай гостинності зародився ще в епоху первісного суспільства, а в період його розпаду набув особливої ваги як універсально поширений механізм подолання племінної замкнутості та налагодження міжплемінних контактів. Цей звичай був чи не єдиним засобом зміцнення та розвитку торгівлі та соціально-економічних зв'язків між територіально роз'єднаними народами.

Гостинність в умовах родового суспільства виконувала функцію своєрідного міжнародного права. Найбільш стародавня форма гостинності обумовлена обміном дарами, тому союз гостинності, заснований і підкріплюваний взаємними дарами, гарантував недоторканність і безпеку на «чужій» території. Як вказує Е. Бенвеніст, йдеться про систему, характерну для індіанських племен північного заходу Америки, яка полягає в послідовності дарувань і відповідних дарувань, коли отримавши подарунок, партнер повинен в силу якогось зобов'язання неодмінно віддячити дарувальника більш цінним подарунком [4, с. 78].

Французький антрополог і релігієзнавець М. Мосс у «Ессе про дар» вказує, що в архаїчних суспільствах не ринкова торгівля, але саме колективний

або персональний обмін дарами зумовлював багато важливих сторони економічного життя, більше того, він виходив за рамки перерозподілу матеріальних ресурсів і функціонував як обмін знаками уваги, бенкетами, обрядами, військовими послугами, жінками, дітьми, святами та іншими цінностями. Обмін дарами, пише він, конституював встановлення і договірних відносин між колективами або індивідами, накладав на них взаємні зобов'язання [17].

За висновком Е. Бенвеніста, даний інститут під назвою «потlach» допомагає пояснити феномен гостинності, який є ослабленою формою першого. З точки зору соціальної комунікації, традиційна гостинність дарообміну висуває ряд вимог до учасників взаємодії. Оскільки в даруванні необхідно беруть участь дві волі, їх прийняття означає добровільне визнання певних обов'язків однієї сторони гостини до іншої для того, щоб дарування здійснилося, воля приймаючої та даруючої сторони має бути спільною.

У даруванні передбачається взаємна угода, без якої факт дару не буде мати місця. Більше того, відповідно «загальної теорії зобов'язань потлacha», постає механізм взаємодії трьох видів соціальних обов'язків – давати дари, приймати дари і відшкодовувати дари. При цьому відмова від будь-якої складової тотожна оголошенню війни, оскільки розцінюється як знак відмови від «союзу та об'єднання», фактор соціальної дезінтеграції.

У цьому складному механізмі дарувань, у примусовому порядку зобов'язують до дій у відповідь даруванням. Коли ця система компенсацій діє в межах одного і того ж кола людей, вона призводить до виникнення спільноти людей, об'єднаних взаємними зобов'язаннями. У лінгвістичних дослідженнях феномену гостинності Е. Бенвеніст доходить висновку, що не можна не визнати, що поряд з гостинністю, призначеною для взаємної відплати, існувала і гостинність безумовного дару. За даними, приведеними дослідником, існує два терміни *gratumunus* – це дарування, яке зобов'язує до повторного дарування, і *immunis* ставиться до того, хто не виконує цього обов'язку.

Сказане підтверджує що існує модель взаємодії, яка не вимагає в своїй мотивації і змісті розділяти проаналізовані вище обов'язки з іншими.

Етимологічна передісторія вказує однозначно на такий дар, який не передбачає відповідного дарування і недвозначно свідчить про те, що паралельно існує також і саме безкорисливий дар [17, с. 80]. Дійсно, безумовний дар не вимагає виплати за вексями, ні до чого не зобов'язує тих, на кого він спрямований і заради кого зроблений.

Безумовний дар завжди створює територію свободи для суб'єкта дії у своєму дарі, а отримувач вільний у тому, щоб прийняти або відкинути дар, а також не відповісти на дар своїм даром [19, с. 34]. Він здійснюється за принципом – даруй себе, і не чекай і, тим більше, не вимагай нічого натомість. За великим рахунком, дія безумовного дару не скасовується навіть тоді, коли на дар отримана відповідь – адже відповідь була необов'язковою і багато в чому випадковою.

За своїм визначенням безумовний дар гостинності передбачає те, що ніхто нікому не зобов'язаний, не повинен вести себе за правилами і дотримуватися встановленого кордону. Безумовний дар відкриває свободу поза традиційних прагматичних відносин, взаємодії без умов, ризикованої і непередбачуваної, що виходить за рамки вже існуючого соціального порядку.

Головне призначення безумовного дару – забезпечити неможливість встановлення відносин обміну, прагматики і покласти початок зародженню нових соціальних зв'язків. Дію за зразком безумовного дару можна вважати успішною тоді, коли в результаті залишається незмінним колишній порядок соціальних відносин.

Основна функція гостинності безумовного дару полягає в тому, щоб зберегти існуючий соціальний порядок, або порядок відносин, порядок утворення смислів, властивий для того чи іншого співтовариства і не допустити утворення нової спільності через встановлення відносин обміну. Справжнім предметом обміну в гостинності безумовного дару є недопущення самої можливості будь-якого символічного обміну між сторонами.

Однією з найважливіших мотивацій складного й багатofункціонального ритуалу гостинності безумовного дару є спільне для багатьох народів архетипне уявлення про сакральність гостя. Це є одна із засад пояснення походження інституту безумовного дару – релігійна. Міфологічна основа гостя й гостинності втілена в багатьох звичаях, обрядах та народних піснях. Іншим дієвим стимулом дотримуватися законів гостинності в період великих цивілізацій був страх перед гнівом і покаранням богів, де кара, яка очікує клятвопорушників, сприймалася як реальність.

За визначенням В. Русавської, гостинність розглядається як повсякденна і святкова, а також як селянська, громадська, міська, родинна, дворянська, світська і церковно-монастирська [21, с .28].

В цілому поділяючи запропоновану класифікацію, можна виокремити релігійну основу гостинності. Це пояснюється тим, що на відміну від світської гостинності, у якій «ритуал приймання гостя перетворюється на формальну процедуру», релігійна гостинність ґрунтується, зокрема в християнстві, на заповідях і наповнена важливим духовним змістом, зокрема, співчуття і допомоги ближньому.

Яскравим прикладом реалізації концепту безумовного дару гостинності є традиції приймання жебраків, описані у праці Е. Ярославського «Жебраки завжди бажані гості у домі християн» [23]. Автор зазначає, що жебраки у селянському середовищі Бретані і Росії входили в ту категорію людей, з якими неможливо було встановити відносини обміну під час здійснення гостинності, адже жебрак – це не той, хто дає, а той, кому дають, на кого поширюється дія безумовного дару. Жебрак міг з'явитися на порозі будинку в будь-який момент і розраховувати на особливе ставлення до себе. На жебраків були спрямовані різні благодіяння: їх обдаровували милостинею, влаштовували на нічліг в будинку, вони були непроханими, але бажаними гостями на сімейних святах.

Ставлення до жебраків в давнину визначалося древнім повір'ям, що існувало в усній традиції, яке зводилося до наступного: «Жебраки є гості Бога. Ніколи не почують вони грубе слово на порозі селянського будинку, тому і не

зупиняються в нерішучості біля дверей, а сміливо заходять» [23]. Важливі ідеї, що містяться в легендах народного фольклору щодо надання гостинності, говорять про те, що Бог винагороджує гостинних, і що гостинність має надаватися від чистого серця.

Звертання до даного матеріалу є цікавим з тієї причини, що тут гостинність за принципом безумовного дару розкривається саме як повсякденний, а не винятковий соціокультурний досвід. Одним із дієвих стимулів щодо дотримання принципу безумовного дару є діяння святих і релігійних постатей у християнстві. З такою літургійною дією пов'язують вчинки в історії Мойсея у Старому Заповіті. Мойсей, як відомо, по своїй волі, свідомо приймає на себе місію пророка, покликаного вивести єврейський народ з Єгипту в Землю Обітовану. При цьому він знає, що сам не досягне мети, не ступить на землю, обіцяну його народу, не зможе скористатися плодами своєї праці, нічого не отримає натомість своїх зусиль. Мойсей робить жест безумовного дару, вкладаючи всього себе в майбутнє інших людей, але не в своє.

Подібно Мойсею Еней у творі Вергілія також себе і все своє життя не своєму майбутньому, а майбутньому інших поколінь. Еней виводить троянців, яким загрожує полонення і рабство, з Трої, щоб привести їх у землю, обіцяну богами – майбутній Рим.

Можна сказати, що чистим жестом безумовного дару в християнській культурі є жертвоприношення Христа. На думку науковців, християнська етика загалом заснована на ідеї переривання обміну, руйнуванні логосу справедливості, який за злочин вимагає покарання, відшкодування збитків. Заклик Христа підставити щоку розмикає круговий ланцюг провини і відплати, усуває з соціальних відносин принцип обміну і стверджує принцип безумовного дару. Таким чином, і жертва Христа – це його дар, який не підлягає обміну, його не можна перевищити. Відповідно до аналізу ряду релігійних вчень, експерти висувають припущення, що у релігії вищими субстанціями переважно не заохочується надлишкове багатство одних людей і

крайня бідність інших, тому для багатих щедрість є обов'язковою: дарувати частину свого майна у формі милостині – моральний імператив багатих. Так «вимальовується теорія милостині» та етики багатства [17, с. 67].

Надання гостинності, прийомі допомогу мандрівникам відігравали значну роль у житті раних християн [18]. Це підтверджують і повторювані вмовлення і нагадування, на зразок тих, що ми знаходимо в апостольських посланнях: «Будьте гостинні один до одного без нарікання» або: «Не забувайте, бо через нього деякі надавали гостинність ангелам».

Ці заклики викликані двома причинами: по-перше – практичної потребою, оскільки хазяї, безперечно, надавали подорожуючим значну допомогу, що встановлювало тісні доброзичливі міжнародні зв'язки; по-друге – етичними міркуваннями.

Таким чином, на прикладі розгляду релігійних мотивів безумовного дару, можна бачити, як уже на такому ранньому етапі свого розвитку, християнське вчення в повній мірі виявляло тенденцію до етики безвідплатних вчинків.

Специфіка ритуалу соціального визнання в традиційному суспільстві полягає в тому, що він служить умовою, за допомогою якої емоції швидше контролюються і приховуються, ніж виражаються. Іншими словами, в сучасних умовах ритуал соціального визнання прийняв різновид правил етикету [22, с. 54]. Проте дії за зразком безумовного дару можуть змінити існуючий порядок речей, зруйнувати попередні соціальні зв'язки, також і наслідування безумовного дару здатне перешкодити утворенню нових відносин, нової спільності.

У той час як дія відповідного дару здійснює відносини обміну, тим самим зміцнюючи і розширюючи суспільні зв'язки, дія безумовного дару, навпаки, заперечує саму можливість виникнення будь-яких соціальних зобов'язань. За своєю природою цей обмін був якісно відмінний від товарообміну. Разом з тим, сутнісною особливістю гостинності безумовного дару є те, що це сфера вільних, ризикованих, непередбачуваних і випадкових відносин. Тому сама по собі гостинність безумовного дару не гарантує уникнення невдач у комунікації.

Тим не менше, суттєвою перевагою гостинності безумовного дару є те, що це конкретна можливість «чужого» заявити про себе як про «чужого» – тут ми маємо справу з готовим «місцем» для «чужого» в соціокультурному просторі. У гостинності безумовного дару «чуже» вже очікуване в сценарії несподіваної зустрічі, яка забезпечена звичним порядком дії по відношенню до «чужого».

Чистий концепт дару передбачає становлення комунікації без покладання зобов'язань у разі прийняття дару однією зі сторін, і таким чином, є однією з форм прояву ліберального способу організації буття. Таким чином, гостинність безумовного дару не обмежується соціокультурним досвідом традиційних суспільств, а є цілком прийнятною моделлю взаємодії і для сучасної культури.

Можна зробити висновок, що гостинність безумовного дару є актуальною формою комунікації, історично заснованої в минулому. Вона успішно функціонувала в процесі історичного розвитку поряд з гостинністю відплатною, заснованою на компенсаційному товарообміні. Виконуючи різні функції, обидві форми становлять неподільну єдність і постають як соціальний інститут гостинності.

З огляду на її актуальність для сьогодення, гостинність безумовного дару може стати складовою етичних досліджень у філософському дискурсі.

2.2. Гостинність як соціокультурний феномен

Гостинність є складним соціокультурним феноменом, який має багатовекторний характер та по-різному інтерпретується. Власне термін «гостинність» бере свій початок від старофранцузького слова *hospice* (хоспіс), що означає притулок для мандрівників, «странноприймний будинок» [1, с. 16].

У побутовому сенсі є традиція вважати гостинність, характерною рисою (привітність, уважність, хлібосольність, щедрість і т.д.), яка може бути притаманна людині у відповідності до культури і побуту певного соціуму. Роль гостинності у контексті формування взаємної поваги людини до людини, збагачення власної культури, що позитивно представляє себе в структурі іншої

культури, неможливо переоцінити. І це зрозуміло. Подорожній відкривається тільки тоді, коли відчуває повагу й гостинність щодо себе, побачить відкритті обличчя, щирі посмішки, зацікавленість. У ситуації своєрідного «відчуження», закритості або застереження обмін духовними цінностями буде наштовхуватись на стіну недовіри й остраху, які завжди супроводжують людину в контексті входження в іншу культуру.

Гостинність має якщо не примирити, то в усякому разі нівелювати ці суперечності, створити атмосферу відкритості, довіри, демократизму, свободи спілкування та взаємної поваги. Гостинність у цьому розумінні постає своєрідним камертоном туризму, який «налагоджує оркестр» – контактуючі людські спільноти – на «мелодію» взаємної довіри між ними, підтримки й захисту від негараздів, які за різними обставинами практично завжди супроводжують подорожнього. Пізнання й розуміння цього аспекту гостинності, формування технологій її здійснення – завдання якісної соціальної політики, обґрунтованої філософії і всебічно розвиненої культури [2, с.1-2].

Явище гостинності можна досліджувати у різних площинах. У найбільш загальному та цілісному філософсько-екзистенціальному сенсі гостинність є формою відношення до «Іншого», «Чужого», що передбачає доброзичливе та поважливе ставлення до нього. В цьому сенсі вона протилежна іншій фундаментальній формі відношення до «Чужого» – ворожнечі, якій властиві конфлікт, агресія, підкорення, знищення.

Гостинність є засобом перетворення невідомого чужинця на знайому людину, яка, після надання гостинного прийому, стає в певному сенсі своєю. Гостинність породжує моральний обов'язок гостя не завдавати шкоди господарю. Тобто її можна розглядати і як захист господаря від потенційної загрози від незнайомого прибульця.

За В. Русавською, явище гостинності є своєрідним сполучником між соціальними процесами та інститутами, з одного боку, та культурою і духовним життям – з іншого. Гостинність розглядається різнобічно, а саме: як специфічний спосіб сприйняття, розуміння і відбиття власного внутрішнього

світу, втілення індивідуального способу мислення в певній моделі поведінки, обумовленій звичаями, моральними традиціями, суспільними установками; як загальна духовна налаштованість на сприйняття іншої людини, групи людей, народу, нації в цілому, формується під багатовіковим впливом культурно-історичних, природно-кліматичних, геополітичних та інших чинників. Тобто гостинність проявляється в різних формах історично сформованих взаємин між людьми, в національному характері, темпераменті тощо [5, с. 9].

В. Русавська виділяє такі форми гостинності, як повсякденна і святкова, а також як селянська, громадська, міська, родинна, дворянська, світська і церковно-монастирська [5, с. 12].

Гостинність – це явище, що формується виключно у соціумі на певному періоді його розвитку та являє собою соціокультурний феномен.

Інститут гостинності є одним із найстаріших в історії людської цивілізації, що формується ще в архаїчному суспільстві. Прадавні людські цивілізації мали звичаї, обряди, ритуали прийому гостей. При цьому треба відмітити, що спостерігається схожість цих звичаїв та традицій серед різних народів та національностей світу. Культурі всіх народів притаманні правила прийому гостей, які, не дивлячись на певне національне забарвлення, універсальні: привітність, щедрість, заступництво, дружелюбність тощо.

Отже, гостинність є універсальним надбанням культури, яка разом з тим, у різні періоди культурно-історичного розвитку цивілізації, набувала характерологічних етнокультурних рис та різноманітних ціннісних форм.

У процесі сучасних суспільних трансформацій докорінно змінюється уявлення про гостинність, її соціокультурний сенс та соціальні механізми реалізації. Як наслідок, гостинність стає послугою, важливою складовою сервісу, зокрема сфери туристичних послуг. Протягом ХХ століття поволі формувалася індустрія гостинності як сукупність установ, закладів і організацій, що надають будь-які послуги, яких потребує подорожуючий, у тому числі турист: розміщення, харчування, анімація, транспортування, послуги страхування тощо.

Важливою складовою гостинності є щедre пригощання, яке носить інтегративний характер. Спільна трапеза є ядром і осередком ритуалу гостинності. Це випробуваний тисячоліттями прийом залучити «чужого» до своєї оселі, перетворити його на «свого». Спільна трапеза є підґрунтя формування як почуття родинності, так і дружнього ставлення до «чужих». Частування гостя є святим обов'язком господаря, порушення якого розглядалося як гріх. Для гостя призначено все найкраще з того, що є в будинку.

Норми щедрої гостинності у багатьох народів світу також передбачають обмін подарунками. Обмін дарами є церемоніальним обміном рідких і унікальних благ, предметів розкоші і прикрас, ритуальних виробів і символів статусу. Престижні речі, що підлягали обміну, символізували успіх. Цінність дару полягала не стільки в самій речі, скільки у зв'язку, який встановлювався і підтримувався між дарувальником і отримувачем подарунку. Зв'язок встановлювався за ініціативою однієї із сторін, яка пропонувала іншій стороні дар. Відмова від дару розглядалася як образа і приводила до ворожнечі. Прийняття дару накладало на одержувача зобов'язання дару у відповідь [6, с. 60].

Під час пошуку та вивчення нами витоків гостинності вражаючим є поступово сформоване однакове усвідомлення значущості її виявлення в різних народів світу (греків, германців, індіанців, росіян, народів Африки і Кавказу тощо) поряд з іншими, іноді зовсім несхожими, їх культурними традиціями. Так, наприклад, на чужій території людина ризикувала бути пограбованою, проданою в рабство чи вбитою, вчасно не отримавши поважний статус гостя. В іншому випадку незнайомець вважався чужинцем, позбавленим будь-яких прав, чи ворогом, відносно якого все дозволене. Тому все частіше між різними громадами виникали домовленості щодо недоторканності гостя та взаємної допомоги в боротьбі проти спільного ворога, що відображались спочатку в угодах заступництва, побратимства, а згодом – в угодах гостинності.

Отже, зважаючи на високий ступінь варварства згаданих вище та багатьох інших гостинних народів, гостинність за своїм походженням спочатку була вимушеною формою особистого захисту, чинником усвідомлення взаємної користі при небезпеці, а вже лише згодом – свідченням виникнення довіри, морального людського вдосконалення загалом. Пізніше формуванню та розвитку інституту гостинності сприяв економічний суспільний розвиток, зумовлений значною мірою виникненням торгівлі.

Саме налагодження торговельних зв'язків у Давній Греції, Давньому Римі, у північних та південних германців сприяло закріпленню звичая гостинності як морально обов'язкового не лише для друзів, а і для всіх жителів місцевостей, часто відвідуваних чужинцями безпосередньо з метою торгівлі. Таким чином, люди захотіли не лише виробляти і вирощувати, а й торгувати, не лише працювати, а й відпочивати. Це ще раз підтверджує той факт, що як виявляти гостинність, так і користуватись нею було перш за все заходом необхідності. При подальшому розвитку культури народів гостя стали розглядати не лише як джерело отримання матеріальних вигод, а і як джерело цінної інформації із зовнішнього світу.

Отже, саме культурний розвиток мав вирішальне значення у формуванні традицій гостинності та усвідомленні їх значущості як передумови виникнення довірчих відносин між людьми. Незважаючи на подібність передумов виникнення та функціонування звичая гостинності, у кожного з народів світу існують певні особливості його виявлення. Тому постає необхідність у більш докладному вивченні найяскравіших з цих особливостей та з'ясуванні причин, мотивів і наслідків, зумовлених появою гостинності.

Давня традиція гостинності в українців виступає обов'язковим компонентом їхнього способу життя і побутової культури, частиною світогляду і вірувань. Її характерними рисами є морально-релігійна спрямованість, надана свого часу православ'ям, а також міфологізація гостя як посланця Бога, тобто надання йому сакрального статусу.

Українська гостинність базувалась на високому ступені довіри не лише в колі родини, а й поза нею. Це зумовлено сформованим в українців поглядом на сім'ю і рід, як на святиню. Сім'я як базовий осередок формування української гостинності шляхом передачі традицій і звичаїв від старшого покоління до молодшого та їх засвоєння сприяла розвитку практики відносин з іншими сім'ями, колективами, громадою та представниками різних соціальних верств [2, с. 8].

Зупиняючись на витоках російської гостинності, слід відзначити, що, крім загально визнаної щирості душі слов'ян, до вияву гостинності їх спонукав й острах, а конкретніше, прагнення жити у злагоді зі світом, віра в потойбічне життя. Люди вірили, що гість може бути посланцем “звідти”, тому виявляли гостинність, щоб не гнівити духів.

На Кавказі гостинність вважається одним із найголовніших адатів. У давнину довіряли навіть ворогу-гостю, забуваючи на час його гостювання всі минулі образи. Серед народів Грузії і Північного Кавказу простежується високий рівень довіри до гостя (як реального, так і потенційного), що підтверджується існуванням спеціальних гостьових кімнат чи окремих будинків, двері яких для гостей постійно були відчинені. До речі, така традиція гостинності існувала ще за часів Давньої Греції. Водночас, велика увага приділяється й моральності гостя, оскільки традиційна гостинність передбачає двосторонні гармонійні людські відносини. У Грузії традиції гостинності є настільки сильними, що навіть вбивцю можуть простити, якщо він є гостем.

В ісламі виявлення гостинності вважається ознакою щирості довіри Аллахові Всевишньому. При цьому гостинність зумовлена законним правом гостя отримати весь комплекс гостинних заходів незалежно від бажання самого хазяїна оселі надавати його, але протягом однієї доби. Тому в ісламі гостинність як веління Аллаха має дещо примусовий характер і виступає скоріше обов'язком, ніж благодіянням. Проте існують версії інших хадісів, де зазначається про відсутність обов'язку гостинності мусульман, про її бажаний, а не примусовий характер.

Слід зауважити, що наявність гостинності не завжди супроводжується подальшим її переливанням у довіру. Яскравим прикладом цього виступає населення Єгипту. Загалом, визначаючи характерні особливості гостинності в державах Близького Сходу, слід сказати, що вони зумовлені єдністю мови та віросповідання (ісламу) поряд із несхожістю традицій, звичаїв, рівня і характеру проникнення західної культури до культур кожної з цих держав. Що стосується єгиптян, то через недовіру до зовнішнього світу є очевидним їхнє прагнення захистити свій внутрішній світ, довіряючи лише своїм родичам і близьким та намагаючись шукати прихований зміст у словах чужинців для збереження своєї гідності. Таким чином, бачимо, що розмова в цього народу стала мистецтвом, засобом для досягнення певної мети. Тому процес встановлення поверхових контактів і псевдодружніх відносин з єгиптянами є досить легким, на відміну від отримання справжньої довіри, дружби і відвертості.

Слід відзначити, що в основному розмова йде про традицію гостинності як явища, що триває короткий проміжок часу (від кількох годин прийому гостя до кількох днів його гостювання). Проте гостинність може охоплювати й інший, набагато довший період, що, у свою чергу, сприяє виникненню більш сильного відчуття довіри в людських стосунках. Тому далі доцільно детальніше розглянути це питання. Звичаєм із тривалим циклом прийому/проводів гостя вважається фостеридж, що практикувався у Стародавньому Китаї, Новій Каледонії і передбачав виховання дітей у чужій сім'ї, зазвичай синів у родичів матері, з подальшим їх поверненням вже дорослими й одруженими на своїх кузинах в обмін на рідних сестер.

Як бачимо, на засадах гостинності виникали довірчі відносини між родичами, що були настільки сильними, що давали батькам змогу без особливих хвилювань віддавати свою дитину на багато років до іншої, хоч і нечужої, оселі. Заходом гостинності тривалістю в життя цілого покоління вважають й екзогамний шлюб, де суб'єктом гостинності, а отже, і довіри, є не лише наречена, а й увесь її рід.

І нарешті, наймасштабнішим явищем прояву гостинності з найбільшою кількістю задіяних у довірчих відносинах людей могло б бути настання загальної гостинності по всій земній кулі, ідею якої висунув ще І. Кант у 1795 р. Свою ідею він пояснює вимушеністю сусідства людини з іншими людьми внаслідок обмеженості площі земної поверхні, а не культурними особливостями різних народів [4]. З цією думкою І. Канта навряд чи можна погодитись, адже сучасні проблеми гостинності та подальшого прояву довіри полягають не лише в юридичній свободі фізичного переміщення людей, а перш за все в можливості чи неможливості доступу людини до духовного світу інших народів. Саме взаємне нерозуміння і недовіра, культурна відносність є головними перешкодами на шляху до реалізації ідеї загальної гостинності.

Розглянувши сутнісні ознаки гостинності та її основні характеристики, сконцентруємо увагу на особливостях української гостинності. Українська гостинність мала і має багато проявів, традицій, ритуалів. Її основу складає традиційна селянська побутова культура, що характеризувалася щільним взаємозв'язком і взаємопроникненням виробничої і духовної сфер. Традиційність селянської культури і характер її функціонування забезпечили збереження в гостинності цілого пласта архаїчних елементів.

Прийом гостя складається з наступних етапів: зустріч – запрошення гостя зайти до оселі; пригощання – урочистий прийом гостя за столом; виряджання – проводжання гостя з даруванням подарунків на згадку. Святкова гостинність в Україні завжди була пов'язана з календарними релігійними святами (Святвечір, Різдво («Коляда»), Новий рік («Багата кутя»), Хрещення («Голодна кутя»), Великдень, Трійця, Вознесіння, Вербна неділя тощо). Традиції колядування, щедрування, засівання, що в якості обов'язкової деталі передбачали добре частування, повинні були забезпечити родючість, достаток. Цю обрядову місію виконувала сільська молодь, яка мала відвідати і привітати всі родини, бо співи, колядки, щедрівки були свого роду молитвами–формулами щастя–закляттями.

Суттєві зміни в українській гостинності з'являються починаючи з XIX століття. Це пов'язано з процесами трансформації суспільства в індустріальне, що спричинило помітні зміни як в родинному та індивідуальному побуті, так і у відповідних символічно-ритуальних формах гостинності. Тобто відбулося трансформування сільської побутової культури – у міську. Відповідно з'явилася нова специфічна форма гостинності – міська. Внаслідок чого у другій половині XIX ст. починається формування інфраструктури індустрії гостинності, або іншими словами, з'являється поняття туризму зі збереженням національних ознак української гостинності.

Наступний етап розвитку гостинності в Україні припадає на період існування СРСР. Це доволі суперечний період, коли значні досягнення у створенні та розвитку організаційної структури, матеріально-технічної інфраструктури, пропаганди туристичної діяльності поєднувалися з ідеологізацією, централізацією, плановими методами господарювання у сфері гостинності, значними обмеженнями міжнародного туризму.

В. А. Зінченко, відзначаючи українські традиції гостинності, зауважує, що лише в XX ст. він набув власних йому рис як специфічного виду суспільно-економічної і соціально-культурної діяльності. Зокрема, надзвичайно важливим етапом в історії розвитку вітчизняного туризму став післявоєнний період, особливо 1970–80-ті рр. Внаслідок економічного зростання, поліпшення добробуту населення, підвищення його освітньо-культурного рівня склалися відносно сприятливі умови для розгортання масового туристсько-екскурсійного руху, перетворення туризму на галузь економіки з розгалуженою інфраструктурою [3, с. 14].

З розпадом СРСР у незалежній Україні постає завдання реформування галузі гостинності та туризму, світоглядним орієнтиром якого є сучасна філософська парадигма гостинності.

Особливості філософії гостинності відображають глобальні зміни, що відбуваються у світі на початку XXI століття. Динамічність розвитку, урізноманітнення суспільних функцій та зростання ролі туризму як галузі

господарства в умовах глобалізації потребують розробки питань узгодження туристичної діяльності з природними, культурними, екологічними, економічними, інформаційно-технологічними, соціальними можливостями окремих країн, регіонів та світового господарства в цілому.

Дослідження розвитку гостинності та туризму сучасної України набуває актуальності в 2005 році, коли Україна вперше була країною, яка приймала в себе Євробачення. Пізніше ЄВРО – 2012, друга перемога на Євробаченні за часів незалежності України у 2016 року, фінал Ліги чемпіонів УЄФА – 2018, також сприяли розвитку туризму і популяризації української гостинності в світі, не зважаючи складової національної економіки та «гібридну війну» на Сході України.

Середовище, яке сприяло б гостинності та туризму має бути сформоване за рахунок таких конкурентних переваг: унікального клімату та природних ресурсів, які є дефіцитними для населення континентальної частини Східної Європи, Північної і Центральної Азії; значного історико-культурного потенціалу, який здатний задовольнити найвибагливіший попит на отримання нових вражень від подорожі; регіональної розгалуженості туристичних центрів та зон відпочинку; наявності великої кількості територій з лікувальними можливостями; забезпеченості розвитку туристичної індустрії нормативно-правовою базою; привабливості туристичної індустрії нашої країни для іноземного інвестування, яка пояснюється наявністю умов для високоефективної рекреаційно-економічної діяльності [4, с. 3].

Найперспективнішими напрямками для України в контексті розвитку туризму і гостинності є: гірський туризм (Карпати), екскурсійний (історичні та архітектурні пам'ятки), релігійний (християнські православні святині), сільський зелений туризм, який у більшості країн розглядається як невід'ємна складова частина комплексного соціально-економічного розвитку села. Але для того, щоб туризму стабільно розвивався, необхідно формувати його господарський механізм.

РОЗДІЛ 3

ПРАКСЕОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ ДОСЛІДЖЕННЯ ФЕНОМЕНА ГОСТИННОСТІ

3.1. Стан розвитку феномена гостинності на сучасному етапі

Сьогодні у науковій і професійній літературі широко використовують поняття “індустрія гостинності”, “індустрія туризму”, які часто ототожнюють, підмінюють за змістом, оскільки не визначена структура економічної діяльності кожної з галузей. Україна успадкувала стан розвитку індустрії гостинності з СРСР.

У попередній політико-економічній системі вивченню проблем задоволення фізичних і духовних потреб людини не приділяли належної уваги. Економічну, соціальну та морально-етичну складові категорії “індустрія гостинності” завуальювали під радянський соціокультурний сервіс. Фрагментарний характер досліджень туризму, зокрема сфери гостинності, започаткований у 50-х роках ХХ ст., відобразився в популярній тоді концепції про рекреаційно-географічний простір як основу розвитку теорії рекреаційної географії та головний об’єкт досліджень.

Новий формат розвитку індустрії гостинності в Україні актуалізує необхідність аналізу сучасного досвіду вивчення і розробки теоретико-методологічних положень еволюції, структури, особливостей взаємозв’язку з туристичною індустрією, виявлення основних тенденцій і чинників розвитку цієї соціально-економічної сфери в Україні та світі. В Україні термін “індустрія гостинності” порівняно з терміном “гостинність” новий, його використовують з початку ХХІ ст. З тієї причини більшість літературних джерел – це переклади закордонних авторів. Сучасні наукові дослідження індустрії гостинності в Україні передусім зорієнтовані на вивчення організаційно-економічних проблем, механізму функціонування та геопросторової організації готельного господарства, з яким ототожнюють цю сферу.

Не вирішеною є проблема вдосконалення теоретико-методологічного апарату, визначення змісту терміна “індустрія гостинності”, обґрунтування структури та зв'язку між складовими цієї та суміжних галузей. Серед закордонних авторів у вивченні індустрії гостинності назвемо: Р. Браймера, Л. Вагена, Дж. Уокера, С. Кінга, В. Квартального, М. Лайко, В. Романова, Е. Саака, С. Скобкіна, серед українських науковців – М. Бойко, Л. Гопкало, Х. Роглева та ін.

У сучасних літературних джерелах часто трапляються такі терміни, як “гостинність”, “готельна індустрія”, “індустрія гостинності”, “туристична індустрія”, змістовне значення яких нечітке, часто їх інтуїтивно сприймають як поєднання окремих понять або ототожнюють. Ключова категорія “гостинність” – одне з основних понять розвитку людського суспільства, закладене в морально-етичних принципах будь-якого народу. Морально-етичний характер відображається в духовності, фольклорі, церемоніалі толерантного, з повагою і пошаною приймання і частування гостей удома, у побутово-сервісному змісті – забезпечення якісного обслуговування в закладах гостинності. Отже, термін “гостинність” – універсальна категорія повсякденно-побутової культури, втіленої у привітності, толерантності й турботі про гостя [5, с. 53].

Комерціалізація гостинності зумовлює розвиток виробничо-сервісного бізнесу, виникнення окремої спеціалізованої сфери економіки – індустрії гостинності. Сьогодні це словосполучення закріпилось у професійно-економічній та науковій сферах [11–14].

Термін “індустрія” (з лат. *industria* – діяльність – “найбільша галузь економіки, сукупність споріднених підприємств, що характеризується єдністю економічного призначення створюваної продукції, однорідністю споживаної сировини, спільністю технологічних процесів і технічної бази, особливою професійною структурою працівників та специфічними умовами праці” [8, с. 28].

Формування назви й ототожнення індустрії гостинності з промисловістю логічно обґрунтоване. Упродовж тривалого часу промисловість – головна сфера

економіки більшості держав і світу. В ході еволюції соціально-економічних відносин суспільства відбулось розширення змістовного та структурного значення цього поняття. У ХХ ст. термін “індустрія” закріпився за вагомими в економіці та структурно складними галузями, які об’єднують споріднені види діяльності.

У науковій літературі є чимало визначень терміна “індустрія гостинності”, проте консенсусного, єдиного визначення не сформульовано.

Причини такого стану: “молодість” самої сфери, яка сформувалась як самостійна, складна й порівняно відособлена соціально-економічна система із задіяними значними матеріальними, фінансовими і людськими ресурсами лише в другій половині ХХ ст.; дослідження проводять у різних суспільних галузях, тому не сформований спільний підхід щодо структури, а отже, генези цієї сфери діяльності.

У Законі України “Про туризм” (1995) про індустрію гостинності не згадано, наведено лише таке визначення “туристична індустрія – це сукупність підприємств з перевезення, тимчасового розміщення, харчування, екскурсійного, курортного, спортивного, розважального та іншого обслуговування, організації, які здійснюють туроператорську і турагентську діяльність, а також організації з надання послуг екскурсоводів, гідів-перекладачів, спортивних інструкторів, провідників та ін.” [1].

Отже, туристична діяльність зосереджена насамперед на організації та реалізації туристичних послуг (туристичного продукту). Створенням, просуванням і реалізацією послуг гостинності займаються інші підприємства, тому замінювати або суміщати ці види діяльності згідно з Законом, організації технологічного процесу, недоцільно. Водночас необхідно брати до уваги, що послугами гостинності користуються не тільки туристи, значну частку становлять інші категорії подорожуючих, які, згідно зі стандартами UN WTO, об’єднані в категорію “відвідувачі” (visitors).

Індустрія гостинності – організаційно значно складніша сфера діяльності, яка зорієнтована на задоволення попиту не тільки туристів у вузькому

розумінні, подорожуючих у широкому, а також клієнтів, які проживають у місці розташування підприємства гостинності.

Американські автори Дж. Діттмер і Дж. Гріффін ототожнюють індустрію туризму та індустрію гостинності й надають перевагу в назві сфери діяльності, пов'язаної з обслуговуванням туристів, індустрії гостинності.

Як окрема складова економіки, індустрія гостинності складається зі сфери гостинності та сфери подорожей і туризму. Гостинність у вузькому розумінні об'єднує сферу громадського харчування і розміщення; сфера подорожей і туризму – діяльність турагентств і туроператорів, транспорт, розваги і відпочинок [6, с. 11].

Ці автори порівняно з Дж. Р. Уокером, на наш погляд, найбільш вдало відобразили назву сфери діяльності, пов'язуючи з притаманною морально-етичною рисою кожної людини – надати подорожуючим з суто гуманних міркувань, або в поєднанні з комерційною метою.

Сьогодні всі складові субгалузі забезпечують обслуговування туристів і подорожуючих, дотримуючись принципів гостинності. Посилення уваги до людини, гостя, людиноцентризм у сучасних суспільно-економічних відносинах, насамперед у сфері послуг, актуалізує використання на професійно-побутовому рівні терміна “гостинність”, “індустрія гостинності”.

Інший підхід щодо вирішення проблеми структури туристичної індустрії відображений у працях Дж. Торкілдсена. Автор розглядає основні структурні елементи індустрії туризму й гостинності як окремі складові комерційної діяльності, які разом з іншими формами організації – державним і волонтерським секторами (громадські, політичні організації) – формують індустрію відпочинку. У цьому підході головним критерієм є форма власності організаторів відпочинку (комерційна – некомерційна) [10].

Один з помітних недоліків пропонованої структури індустрії відпочинку – підхід щодо типології, за основу якого взято види організації діяльності згідно з формою власності, тобто чинник, який належить до вторинних. Інші недоліки – дублювання в різних секторах однакових видів діяльності,

сумнівність щодо виділених серед галузей індустрії відпочинку політичних партій і рухів, релігійних організацій, спілок інвалідів та ін.

Серед інших підходів обґрунтування змісту та структури понять “індустрія туризму”, “індустрія гостинності” та “індустрія відпочинку” – система ієрархії туристичної індустрії В. Фрейєра. Автор виділяє три рівні цієї сфери економіки: туристичну індустрію у вузькому розумінні – підприємства з виробництва типових туристичних послуг; туристичну індустрію у широкому розумінні – нетипові підприємства з виробництва типових туристичних послуг; окраїнну туристичну індустрію, – що представлена підприємствами-виробниками товарів і послуг, які не належать до типового туристичного продукту [10].

У пропонованій схемі структури індустрії туризму В. Фрейєра помітна нечіткість у виборі структурних частин рівнів ієрархії та логічності зв'язку між ними. Основною перевагою пропонованої моделі є поділ індустрії туризму на ієрархічні рівні згідно з участю складових галузей у створенні туристичних послуг та товарів. Згідно з наведеним вище, у багатьох сучасних дослідженнях структура індустрії гостинності абстрактна, а отже, охоплює чи не всю сферу послуг, в окремих дослідженнях – значний обсяг видів матеріального виробництва.

На наш погляд, гостинність – це відносини між двома категоріями людей: господарями і гостями, відношення між мотивацією і конкретними формами людської поведінки. Для адекватної дефініції понять “індустрія гостинності” та “індустрія туризму” необхідно виокремлювати й аналізувати основні напрями розгляду поняття “гостинність” у сучасних літературних джерелах: соціальний і комерційний. Соціальна складова первинна в еволюції феномена гостинності й виявляється в морально-етичних (гуманістичних) відношеннях. Саме гуманістичний принцип – основа розвитку людського суспільства, відображена на побутовому рівні, згодом перенесена на соціальний, політичний, комерційний та інші типи відносин, зумовлює ототожнення індустрії гостинності зі сферою послуг. Морально-етичний принцип виявлений у

толерантності міжособистісних стосунків у будь-якій сфері суспільних відносин.

Сьогодні в різних сферах діяльності, зокрема, у сфері послуг, професійному етикету приділяють значну увагу. Інша складова гостинності – комерційна, виявлена в організаційно-економічних формах підприємництва готельно-ресторанного профілю діяльності. Організаційно й технологічно ця галузь визнана на інституційному рівні UNWTO, авторитетними регіональними та національними професійними організаціями. Ознакою автентичності є нормативно-технологічна база, науково-методична робота, сформована мережа навчальних закладів з підготовки фахівців для цієї сфери, видання профільних періодичних видань.

Згідно з результатами нашого дослідження, індустрія гостинності – це соціально-економічна підсистема туристичної індустрії з чітко вираженою еволюцією, організаційно-технологічними процесами, організаційно-правовими формами організації та інституційним забезпеченням.

Сьогодні індустрія гостинності – це сфера економіки зі швидкими темпами зростання, одна з головних складових сфери послуг, сформована з підприємств готельного і ресторанного бізнесу, які забезпечують комплекс послуг з проживання, харчування, побутового обслуговування, дозвілля, розваг та інших послуг, а також реалізації товарів.

Основні аргументи виокремлення індустрії гостинності в структурі туристичної індустрії такі:

- гостинність як морально-етичний принцип, втілений у сервісні стосунки між людьми на початкових етапах розвитку, генетично пов'язана з домом, прототипами сучасних закладів розміщення і харчування, притулками для бідних, релігійними організаціями, у яких на соціальній та комерційній основі надають місце для ночівлі, харчування, напої, оздоровлення, моральну підтримку та ін. Сьогодні ці заклади модифікувались у структурно диверсифіковані типи готельно-ресторанних підприємств, які функціонують на комерційних, менше – соціальних засадах;

- ідентичність індустрії гостинності в структурі туристичної індустрії закладена визначенням індустрії туризму: туризм – це тимчасовий виїзд (подорож) громадян і осіб без громадянства з постійного місця проживання з оздоровчою, пізнавальною, професійно-діловою, спортивною, релігійною та іншою метою без заняття оплачуваною діяльністю в країні (місці) тимчасового перебування. У цьому визначенні в поняття “туризм” закладено факт переміщення туриста, терміни і мета його подорожі. Індустрія гостинності – це соціально-економічна сфера з надання на комерційній, частково або безоплатній основі послуг з ночівлі, харчування, побутового обслуговування, дозвілля, розваг та інших послуг у закладах готельного та ресторанного профілю;

- у професійній літературі часто використовують термін “індустрія туризму і гостинності”, у якому акцентовано на рівнозначності складових і певну автономність індустрії гостинності в структурі туристичного господарства. Для назви сфери гостинності оператори ринку використовують акронім HoReCa, сформований від перших двох букв слів Hotel (готель), Restaurant (ресторан), Café/Catering (кафе/кейтеринг);

- особливість закладів індустрії гостинності, окрім комерційної – соціальна спрямованість. Соціальні риси діяльності відображають генетичний зв'язок сучасних форм організації підприємств гостинності з прототипами на етапі їхнього виникнення. Соціальний характер діяльності насамперед виявлений у спеціалізованих закладах розміщення, які надають лікувально-оздоровчі, реабілітаційні послуги (санаторії, профілакторії, пансіонати), послуги відпочинку (бази відпочинку, дитячі табори) та інші, які повністю або частково субсидують держава, комерційні та громадські організації і підприємства. Діяльність підприємств туристичного профілю (туроператори, турагенти) цілковито комерційна;

- важлива особливість в організації обслуговування підприємств індустрії гостинності порівняно з індустрією туризму – надання послуг не тільки туристам, значну частку гостей становлять “відвідувачі” (visitors), а також

місцеві жителі, особливо у підприємствах громадського харчування. Саме з огляду на цю особливість у 2008 р. UN WTO ввела у статистичну звітність категорію “відвідувач”.

Отже, поняття “гостинність” значно складніше та ширше, ніж “туризм”. Індустрію гостинності необхідно розглядати як доволі самостійну, проте тісно пов’язану з туризмом цілями й завданнями сфери діяльності. Взаємозв’язок забезпечений взаємозумовленістю розвитку: підприємства індустрії гостинності – основна складова туристичної інфраструктури, важливий чинник розвитку туризму.

Водночас позитивні тенденції розвитку туризму зумовлюють збільшення кількості об’єктів індустрії гостинності внаслідок високої частки туристів у структурі споживачів послуг цієї галузі;

- виявом виділення індустрії гостинності в окрему сферу діяльності є виникнення перших професійних формувань – асоціацій, союзів, федерацій та інших форм інституційного характеру (1946 р. – Міжнародна готельна асоціація, 1982 р. – Конфедерація національних асоціацій готелів і ресторанів Європейського співтовариства (ХОТРЕК)) та ін.

Отже, індустрія гостинності – це складна й порівняно відокремлена соціально-економічна система зі створення, просування і реалізації послуг з розміщення, харчування, побутового обслуговування, дозвілля, розваг та інших послуг, а також реалізації товарів у закладах готельного і ресторанного профілю діяльності. Індустрія гостинності має тривалий еволюційний розвиток, складну організацію, сумісно з індустрією туризму формує єдину систему обслуговування туристів, відіграє вагомую роль в економіці.

3.2. Напрями оптимізації розвитку феномена гостинності у сучасному українському суспільстві

На сучасному етапі розвитку індустрія гостинності в Україні розвивається доволі швидко і має різні види прояву і реалізації, в залежності від потреб людей. Зокрема, розвиваються різноманітні форми туризму.

До речі, чимало мандрівних мудреців відвідали землі сучасної України, причому ще у давні часи. Наприклад, у десятій пісні «Одиссеї» Гомер описує старовинний кримський мис Фіолент (м. Балаклава). Припускають, що саме тут був розташований легендарний храм Діани. Свідчення про відвідування цих місць є у працях Страбона і Плінія, Овідія та Гесіода. В 1474 році топонім Балаклава згадує відомий мандрівник Афанасій Никітін. Французи, німці, італійці, англійці, шотландці, датчани, шведи, голландці, сирійці, які вперше відвідали українську землю за часів Козацької держави, зазвичай описують Україну в прихильних тонах, нерідко із захопленням відзначають привабливі риси українців, серед яких основною, безсумнівно, була і є гостинність українського народу [7, с. 11].

У маловідомій нашим співвітчизникам праці «Книга добрих скарбів», написаній у першій половині X століття Ібн-Дастом, вперше зустрічаємо відомості про таку рису українського народу, як гостинність: «Гостей шанують і добре поводяться з чужинцями, що шукають у них оборони, і з усіма, хто в них часто буває, не дозволяють нікому зі своїх кривдити і утискати таких людей» [7, с. 9].

Папський легат до Золотої Орди Джованні де Пляно Карпіні писав, що в 1246 році мандрував через «Русію» і двічі побував у Києві: «Кияни, довідавшись про наш приїзд, збіглися до нас усі з радістю і вітали нас... Так само приймали нас по цілій Русі, Польщі і Богемії. Данило (галицький князь — Лети.) і його брат Василько зробили для нас бенкет і проти нашої волі приймали нас у себе днів з вісім» [7, с. 10].

До цього можна додати безліч історичних свідчень про те, що наша країна була територією, яку часто відвідували чужинці. Наприклад, у 1437 році

відбулася подорож посла Венеціанської Республіки Амброзіо Контаріні до перського шаха. Він їхав через Німеччину, Польщу, Україну, Литву, Крим, Грузію. Повертаючись до Венеції через Москву, він відвідав Луцьк, Житомир, Білгородку, Київ, Черкаси.

До початку XVI ст. належать «записки» С. Герберштейна, відомого дипломата, «вірного служителя-дорадника чотирьох цісарів». Описуючи географічне положення України, автор «Записок» наводить інформацію про Дніпро, Дністер і Дон. З-поміж міст згадує Стародуб, Брянськ, Новгород-Сіверський, Чернігів, Путивль, Київ, Канів, Черкаси, Бересте, подає також деякі відомості про чорноморські степи, Крим і Кубань.

Особливо цікавим є щоденник подорожі Михалона Литвина, литовського дипломата в Кримському ханстві, який у 1550 році подорожував Україною й зібрав цінні відомості про Київ, про ґрунти й природні багатства Київщини та всього Придніпров'я.

Посол німецького імператора Рудольфа II до козаків Еріх Лясота був одним з перших іноземців, що залишив цікаві спогади про свою подорож на Запорізьку Січ улітку 1594 році. У його спогадах зафіксовано відомості про міста, через які він подорожував: Львів, Почаїв, Прилуки, Кам'янець-Подільський, Київ, Переяслав.

Велику історичну цінність мають спогади датського посла в Росії Юля Юста, який у 1711 році проїхав через усю Україну. Посол з особливою приємністю пише, що всюди в Україні його вітали, пригощали й виявляли особливу увагу не тільки в містах, а й у селах [7, с. 12].

Особливе значення для становлення філософії подорожей мають спостереження мандрівників періоду Ренесансу. У середовищі купців та підприємців, які торували нові географічні шляхи з Європи на Схід, Південь, Малу Азію, арабські країни, почали складатися сильні характери з яскравою індивідуальністю, що шліфувалися в повних ризику справах, пов'язаних із тисячами небезпек подорожах. «Тоді не було жодної видатної людини, яка б не

здійснила далеких подорожей, не володіла б чотирма або п'ятьма мовами, не проявила б себе в творчості», – зазначав Ф. Енгельс.

Серед таких видатних людей був Г. С. Сковорода – мандрівний філософу, український Сократ, життєвим кредо якого було: «Жити — значить мандрувати». Він пішки обійшов усю Слобідську Україну, відвідав Москву, Токай (Угорщина), Братиславу, Відень, Італію та Німеччину. Свої враження від мандрівок Сковорода висловив у «Розмові п'яти подорожніх про істинне щастя в житті» («Товариська розмова про душевний світ»).

Перелік знаних філософів-мандрівників вражає. При цьому одним із головних спонукань до подорожей було не стільки прагнення до нових знань, скільки знайомство з іншими людьми та їх культурами. Мандрівні філософи були носіями і агентами формування гостинності.

Туризм в Україні являє собою досить розгалужену систему, одним із структурних елементів якої є релігієзнавчий туризм. Релігія – це феномен духовного життя, світоглядна основа, що відбивається в ідеалах, уявленнях, морально-етичних нормах та інших формах уособлення історичного досвіду людства, які виконують регулятивну роль у життєдіяльності людини, формують її ставлення до навколишнього світу, спрямовують соціальну активність і поведінку. Тому незаперечною є роль релігійних уявлень у формуванні будь-якої національної культури. Релігійний туризм вважається історично першим видом туристичних подорожей, що може бути віднесений до періоду формування світових релігій.

У сучасному релігійному туризмі можна виділити два напрями: 1) власне релігійний – паломництво (відвідання святих місць з метою поклоніння реліквіям); 2) релігієзнавчий (не тільки для віруючих) – пізнавальні (ознайомлення з релігійними пам'ятками, історією релігії, культурою) та наукові поїздки [1].

Кожна країна світу робить усе можливе задля збільшення потоку туристів, з метою поповнення державного бюджету та зростання престижу та

авторитету держави на міжнародній арені. Важливим різновидом туризму у цьому сенсі може стати паломництво, релігійний туризм загалом.

В Україні релігійне життя бурхливого розвитку досягло після розпаду атеїстичної держави СРСР. Унаслідок цього зростає кількість первинних релігійних громад, зареєстрованих релігійних організацій багатьох конфесій, які діють в Україні. Позитивним явищем стала розбудова мережі культових монастирів, що були завжди відомими релігійними центрами.

Домінуючою релігією в Україні є християнство, на яке припадає майже 95% віруючих, з них 54,5% – православні, 18,6% – католики. Українське християнське паломництво відоме з XI ст. Попри складний шлях розвитку, паломницька традиція збереглась й активно розвивається.

Найбільшими центрами паломництва в Україні є Київ (Свята Софія, Києво-Печерська лавра) і Почаїв (Почаївська лавра). Вони належать до християнських святинь, пріоритетних для українських паломників. Популярні серед віруючих Михайлівський, Володимирівський собори в Києві та ін. Важливим релігійним об'єктом вважають Красногорську Свято-Покровську обитель, Мотронянський та Мгарський монастир Черкаської області, Спасо-Преображенський собор м. Чернігова. У західному регіоні України до популярних об'єктів українського паломництва належать собор Святого Юри, Успенська церква, Польська катедра у Львові, Крехівський монастир (біля Львова), Гошівський монастир (Івано-Франківська область) [2].

З кожним роком кількість туристів, охочих відвідати духовні і святі місця Україні збільшується з помітним приростом 10-15% щорічно. Це пояснюється релігійними мотивами, туристичним інтересом, сучасними тенденціями в галузі подорожей. На міжнародному ринку релігійного туризму Україна вже частково використовує свої можливості. Іноземні паломницькі потоки в Україну переважають з Білорусі, Польщі та Ізраїлю.

Останніми роками зростає паломництво хасидів (містичний напрямок в юдизмі – поєднання з Богом через індивідуальну молитву), засновником якого 129 був Баал Шем Тов із Поділля (с. Меджибіж), а продовжувачем його став

правнук цадік (праведник) Рабі Нахман, який помер в Умані 1810 р. і донині вважається учителем хасидів. Основні місця паломництва хасидів – у Черкаській, Житомирській, Київській, Вінницькій областях. Тут не лише діють паломницькі маршрути, а й створюється відповідна туристична інфраструктура [3]. Умань – українська столиця паломництва хасидів, яка стрімко розвивається, є одним із найперспективніших міст для релігійного туризму. Щороку тут відкриваються нові заклади розміщення та харчування, розширюється та вдосконалюється транспортне сполучення.

У 2019 р. понад 20 тисяч паломників із восьми країн світу прибули до Умані на святкування юдейського Нового року Рош Гашана. Про це у суботу, 28 вересня, повідомила поліція Черкаської області. За даними Державної прикордонної служби України, свято відвідують близько 25 тисяч хасидів. Серед них понад 1,6 тисячі дітей [4].

Перспективним напрямком релігійного туризму є Зарваниця та її Марійський духовний центр, де століттями зберігається чудотворна ікона Зарваницької Божої Матері. Туристів приваблює собор Зарваницької Божої Матері, хатинка Матері Божої, копія будівлі, розташованої у Назареті.

Минулого року на території Марійського духовного центру почав діяти комплекс споруд – «Український Єрусалим». Наступного року планується відтворити Вифлеєм. У Зарваниці за 20 років з нуля збудували ціле місто: величезний собор, монастирські келії, кілька церков, високу дзвіницю та адміністративну будівлю, що є зараз і реколекційним будинком (фактично – готелем, у якому живуть прочани, послушники, священники тощо).

Марійський центр входить у 20 найбільших у Європі. У 2018 його відвідали близько 1 млн віруючих з усього світу. Припустимо, що коли кожен з них залишив у Зарваниці хоча б 100 грн., річний бюджет Марійського духовного центру становить 100 млн грн. Між тим бюджет Золотниківської ОТГ, у якій 8 тисяч жителів, за минулий рік становив 48 млн. грн., з них 15 млн. грн. власних надходжень [5].

Отже, релігійний туризм перетворився на важливу складову сучасної індустрії туризму. Собори, мечеті, культові музеї і духовні центри – це туристичні об'єкти, популярність яких постійно зростає. На ринку туристичних послуг 130 з'являються фірми, що спеціалізуються на організації релігійних турів. Протягом останніх років збільшилось число туристів, що здійснюють паломництво до православних святинь України і виїжджають в інші країни з релігієзнавчою метою. Шляхом розробки національної мережі релігійних маршрутів, багато з яких мають міжнародне значення, туристичні фірми України спільно з церковними громадами різних конфесій здійснюють «невидимий експорт» церковної культури.

Останніми роками спостерігається прискорений розвиток світової туристичної індустрії, яка стала глобальною за масовістю, формами і технологіями організації відпочинку. Готельна індустрія є однією із найдинамічніших у світі. Тільки протягом другої половини ХХ ст. у цій царині відбулися кардинальні зрушення, що змінили розуміння готелю як місця для ночівлі та вивели готельний сегмент на провідні позиції серед складових туристичної галузі [1].

Туристські послуги пропонують понад 150 країн світу, кожна з яких має свій характерний образ і може позитивно впливати на все більш різноманітний попит і мотивацію поїздок туристів. Ефективному розвитку туризму і гостинності сприяє формування різноманітних сегментів і ніш міжнародного ринку. Індустрія відпочинку перетворюється на провідну галузь світової економіки. Згідно даних Всесвітньої туристичної організації (ВТО) за останні шість десятиліть, туризм відчуває постійні розширення і диверсифікацію. Незважаючи на періодичні потрясіння, міжнародні туристські готелі показали практично безперервне зростання – з 25 млн. у 1950 році до 278 млн. в 1980, 528 млн. в 1995 році, і 1087 млн в 2015 році. На фоні швидкого збільшення кількості готельних підприємств, сучасна сфера гостинності перетворилась в індустрію з багатомільярдними доходами у всіх сегментах ринку.

Серед головних тенденцій сучасного розвитку індустрії гостинності можна виділити: 1. Поглиблення спеціалізації та диверсифікація готельних послуг. 2. Утворення значних за розмірами корпоративних форм – готельних ланцюгів, які стають транснаціональними компаніями. 3. Широке використання в індустрії гостинності інформаційних систем управління, технологічного забезпечення, маркетингу. 4. Інтеграція капіталу готельних підприємств з капіталом фінансових, страхових, будівельних, транспортних та інших сфер економіки. 5. Широке використання наукового менеджменту в організації та управлінні готельним бізнесом. 6. Розвиток мережі невеликих готельних підприємств зорієнтованих на конкретний сегмент ринку [2].

Застосування передових технологій благотворно впливає на діяльність компаній, а саме: збільшує їх конкурентоспроможність, прибутковість, кількість споживачів, що дозволяє переглянути комплектацію та вимоги до компетенції кадрів, якості продукції і послуг [3].

На даний момент, аналізуючи діяльність провідних готелів Європи сформовано перелік із найбільш високотехнологічних інноваційних прогресів сьогодення: 1. Готелі, номери яких оснащені новітніми панелями, які кріпляться на зовнішній стороні фасаду і акумулюють енергію сонця і вітру. Температура і вологість в будівлях регулюється за допомогою водоспаду у внутрішньому критому дворіку. Величезна скляна стіна періодично відкривається, щоб в приміщення проникав свіжий морський бриз. 2. Щоб наповнити ванну, вода ллється зі стелі. В готелях також є «безшумні електронні дверні дзвінки». Обслуговуючий персонал натискає на кнопку дзвінка біля ваших дверей, і в номері включається інфрачервоний сканер. Якщо він фіксує якийсь рух, з'являється електронний сигнал «не турбувати» і службовець йде, щоб прийти пізніше. 3. Як тільки людина входить до готелю, вона стає одним з персонажів відео, що транслюється у вестибюлі. Кожному відвідувачеві видається телефон з технологією розпізнавання, за допомогою якого постоялець може потрапити у свій номер. 4. Дзеркало для гоління, яке не запотіває – це практичне рішення для постояльців чоловіків. 5. Готелі

організують внутрішнє співтовариство, відкрите для тих, хто забронював номер. Це дозволяє постояльцям і майбутнім постояльцям обмінюватися інформацією, ставити питання один одному, щодо якості обслуговування і надання послуг в даному готелі. Отже, інновації виступають в якості стимулу для подальшого розвитку готельного бізнесу, дають змогу готельним підприємствам Європи не тільки займати лідируючі положення у своїх ринкових сегментах, але й відповідати та бути світовим стандартом готельного обслуговування [4].

Діловий туризм є одним з основним сегментом ринку гостинності. Він відіграє важливу роль у підвищенні рейтингу будь-якої країни. Дослідження розвитку ділового туризму в готельному бізнесі є актуальним, адже на сьогоднішній день це одна з самих високоприбуткових галузей світової індустрії.

В умовах переходу економіки на сучасні інноваційні принципи управління в індустрії туризму проходить якісна реструктуризація та диверсифікація бізнесу: розширились сфери використання туристичних послуг, намітилась тенденція розширення та укріплення ринку туристичних послуг. Тому особливу актуальність набуває розвиток ділового туризму як соціально-економічного інструменту інноваційного розвитку.

Вплив ділового туризму на економіку проявляється в суттєвому прирості національного доходу, що забезпечується проведенням MICE-міроприємств. Діловий туризм (бізнес-туризм) – це поїздки (відрядження) співробітників компаній (організацій) з діловими цілями, або організація корпоративних заходів. Діловий туризм включає власне ділові поїздки (відрядження) бізнесменів і підприємців, конгресово-виставковий та інсентив-туризм, проведення подієвих заходів (Event).

Сьогодні замість терміну діловий туризм часто використовується англійський термін-аббревіатура – MICE, що точно відображає структуру цього виду туризму: Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions, що в перекладі означає: Зустрічі, Інсентив, Конференції, Виставки. Під MICE визначається ціла

індустрія, що забезпечує організацію та проведення різних ділових міроприємств. Закордонна МІСЕ-індустрія має наступну структуру: 65% – поїздки на конгреси; 16% складають зустрічі та семінари; 15% – виставки, ярмарки; 3% – інтенсив-поїздки [3].

Основні цілі здійснення ділових подорожей такі: проведення зустрічей та переговорів з партнерами; проведення нарад з керівництвом і колегами, представників філій та дочірніх структур; інспекція роботи представництв і філій; встановлення та налагодження ділових контактів; відвідини професійних заходів (виставок, конференцій і т. ін.); навчання співробітників; звернення в державні структури різних країн із метою здобуття сертифікатів, ліцензій, дозволів і т. ін. [2].

Виходячи з тенденцій міжнародного ділового туризму, актуальності та перспективності даної галузі, в Україні 2005 р. була створена Міжнародна асоціація ділового туризму й торгівлі, а у лютому 2007 р. – Асоціація ділового туризму України, які покликані об'єднати фірми й організації, що працюють у даній сфері. Пріоритетними завданнями цих асоціацій є:

- привернення уваги українського та іноземного туриста до можливостей ділового туризму в Україні;
- розвиток міжнародної концепції ділового туризму в Україні;
- розвиток потужної сучасної ділової інфраструктури в Україні;
- надання консалтингової, маркетингової і юридичної допомоги; створення мережі регіональних центрів ділового туризму;
- сприяння залученню інвестицій для розвитку інфраструктури туристичного бізнесу в українських регіонах;
- встановлення ділових контактів зі спорідненими закордонними організаціями;
- розробка нових програм і проведення заходів, спрямованих на вдосконалення середовища для ведення бізнесу в Україні, взаємну підтримку

суб'єктів ринку ділових поїздок і послуг, розвиток в'їзного ділового туризму тощо [8].

На сьогодні діловий туризм дуже прибутковий, оскільки людина, яка поїхала в ділову поїздку, може витратити не лише свої фінанси, але і гроші компанії, яка його відрядила. Завдяки цьому бізнес-турист має можливість витратити більше грошей, ніж звичайний турист. Однією з тенденцій у діловому туризмі є формування спеціалізованих туристичних компаній на різних видах туризму, і, зокрема, поява фірм, що займаються винятково бізнес-поїздками і проведенням виставок, семінарів і конференцій за кордоном, а також фірм, що спеціалізуються на інтенсив-програмах (інтенсив-тури використовуються керівниками компаній для заохочення своїх кращих працівників та стимулювання їх на нові досягнення).

Однак в Україні існує ціла низка проблем, які заважають швидкому розвитку туризму взагалі та діловому туризму зокрема. У нас немає стандартів і технічних регламентів, гармонізованих з європейськими, щодо туристичних об'єктів та об'єктів туристичної інфраструктури. Інфраструктурне й інформаційне облаштування цих об'єктів не відповідає сучасним вимогам. Матеріально-технічна база сфери туризму і курортів, зокрема, санаторно-курортних закладів, відверто застаріла.

В Україні спостерігається дефіцит кваліфікованих кадрів туристичної галузі з відповідним світовим досвідом. Діловий туризм в Україні має розвиватися на ґрунті особливої української національної специфіки, на усвідомленому рівні відтворення національного середовища, певному колориті й атмосфері. За таких умов нудна і виснажлива поїздка перетвориться на свято, здатне реально підвищити працездатність і творчу активність. Головними тут для країни, що приймає, є приязне ставлення бізнес-туристів до України і бажання відвідати її ще раз.

На жаль, нинішні умови ділового туризму в Україні такого бажання в багатьох випадках не викликають. Наша країна дедалі більше входить до кількості міжнародних організацій, проведення тут європейських і світових

форумів, спортивних змагань і чемпіонатів дають змогу швидко змінити ситуацію на краще. Україна має всі можливості стати діловою туристичною державою світового рівня.

В Україні внутрішньогалузевий ринок ділового туризму, як правило, складається з пропозицій рекламних турів, організованих великими представництвами іноземних приймаючої компанії або національних операторів, що спеціалізуються на виїзному туризмі, і профільних виставок, форумів і конгресів. У межах нашої країни рекламні маршрути рідкісні, враховуючи низький, у порівнянні з зарубіжними поїздками, попит платоспроможних споживачів на внутрішні тури. Тому підприємства, що пропонують національний продукт, проводять ревізію частіше в індивідуальному порядку, працюючи з року в рік з найбільш надійними партнерами. Це ускладнює вихід на ринок нових гравців, наприклад, малих готелів і об'єктів туристичного показу, які зазвичай відомі тільки в межах свого населеного пункту або району.

Отже, ефективна та ціленаправлена робота в даному інноваційному напрямку розвитку та модернізації системи регіональної економіки буде сприяти формуванню якісно нового бізнес-середовища з ціллю мінімізації державних витрат при отриманні найбільшого ефекту. Все це необхідно враховувати при формуванні політики стимулювання розвитку туризму в цілому та МІСЕіндустрії, зокрема в Україні на перспективу.

ВИСНОВКИ

Явище гостинності можна досліджувати у різних площинах. У найбільш загальному та цілісному філософсько-екзистенціальному сенсі гостинність є формою відношення до «Іншого», «Чужого», що передбачає доброзичливе та поважливе ставлення до нього. В цьому сенсі вона протилежна іншій фундаментальній формі відношення до «Чужого» – ворожнечі, якій властиві конфлікт, агресія, підкорення, знищення.

Гостинність є засобом перетворення невідомого чужинця на знайому людину, яка, після надання гостинного прийому, стає в певному сенсі своєю. Гостинність породжує моральний обов'язок гостя не завдавати шкоди господарю. Тобто її можна розглядати і як захист господаря від потенційної загрози від незнайомого прибульця.

Категорія “гостинність” – одне з основних понять розвитку людського суспільства, закладене в морально-етичних принципах будь-якого народу. Морально-етичний характер відображається в духовності, фольклорі, церемоніалі толерантного, з повагою і пошаною приймання і частування гостей удома, у побутово-сервісному змісті – забезпечення якісного обслуговування в закладах гостинності. Отже, термін “гостинність” – універсальна категорія повсякденно-побутової культури, втіленої у привітності, толерантності й турботі про гостя.

В. Русавська виділяє такі форми гостинності, як повсякденна і святкова, а також як селянська, громадська, міська, родинна, дворянська, світська і церковно-монастирська.

Традиції гостинності виявляють найхарактерніші риси комунікативної культури народів світу. Гостинність завжди була не тільки обов'язковим компонентом способу життя, а й частиною світосприйняття, вірувань і повір'їв. Проблеми, які існують в сучасному світі і шляхи їх розв'язання потребують жертвності. У свою чергу, гостинність, завдяки своїй властивості проникати у

всі сфери життєдіяльності людини є універсальною формою жертвовності. Тому дослідження феномену гостинності та його складових є надзвичайно актуальним на сьогодні. Адже в умовах глобалізації саме гостинність може забезпечити не тільки оптимальні форми комунікацій між народами, але й зберегти при цьому їх національну ідентичність.

Альтернативний погляд на дарообмін у контексті здійснення гостинності представляє філософський підхід до чистого значення гостинності і її центральної категорії – дару.

Звертаючись до історичного процесу розвитку різних світових цивілізацій, можна зробити висновок про паралельне існування обох форм гостинності – гостинності звичайного дарообміну і безвідплатної, що для цивілізаційного поступу мали велике значення.

Явище гостинності є своєрідним сполучником між соціальними процесами та інститутами, з одного боку, та культурою і духовним життям – з іншого. Гостинність розглядається різнобічно, а саме: як специфічний спосіб сприйняття, розуміння і відбиття власного внутрішнього світу, втілення індивідуального способу мислення в певній моделі поведінки, обумовленій звичаями, моральними традиціями, суспільними установками; як загальна духовна налаштованість на сприйняття іншої людини, групи людей, народу, нації в цілому, формується під багатовіковим впливом культурно-історичних, природно-кліматичних, геополітичних та інших чинників. Тобто гостинність проявляється в різних формах історично сформованих взаємин між людьми, в національному характері, темпераменті тощо.

Звичай гостинності зародився в епоху докласової формації. У період розпаду первіснообщинного ладу він набув особливого значення як універсально поширений механізм подолання племінної замкнутості та налагодження міжплемінних контактів. Цей звичай був єдиним засобом зміцнення та розвитку торгівлі та соціально-економічних зв'язків між територіально роз'єднаними народами.

Гостинність є такою специфічною людською моральною якістю, що існує у всіх народів з давніх часів у різних формах прояву і характеризується різною мірою розвинутості, залежно від економічного устрою життя людей. Вона виступала не тільки одним із засобів неформального спілкування людей, а й формою захисту людини, що потребує притулку, тепла і турботи, виявом довіри, співчуття, співпереживання, милосердя, розуміння і порозуміння.

Незалежно від характеру національних і культурних особливостей різних держав світу гостинність завжди обертається великим благословенням для виявляючої її людини і несе у собі всілякі надбання. Гостинність, відображаючи національну самобутність держав, водночас сприяє взаємозгуртованості народів, виникненню довіри між ними. Адже подібність ритуалів гостинності у народів, історично і географічно віддалених один від одного, не є випадковістю: це свідчення стійкості глибинних структур гостинності як фундаментальної умови існування соціуму.

Тому гостинність є соціальним явищем, що має глобальний, інтернаціональний характер; воно властиве всім народам, але виявляється у більш або менш яскраво вираженій формі. Вивчення особливостей формування гостинності показало, що із розвитком суспільства, встановленням зв'язків із зовнішнім світом, вона, передаючись із покоління в покоління, зазнавала значних змін, поступово набуваючи форми довіри.

Проте зміни стосуються не основних рис, що характеризують природу цього звичаю. Необхідність існування багатьох з них відпала сама по собі завдяки глибоким соціально-економічним перетворенням, зокрема появі транспортних засобів, засобів зв'язку, налагодженню мирних міждержавних відносин, які дали змогу виявляти гостинність не з остраху, для самозахисту чи бажання отримати інформацію, а з відчуття довіри, поваги і доброзичливості.

Тож звичай гостинності зник як соціальний інститут, але залишились морально-етичні установки, засновані на існуючих колись соціально-побутових засадах. Тому гостинність як важливий елемент міжособистісного спілкування

продовжує існувати як у побуті, так і у психології людей, зокрема за допомогою соціокультурного феномену довіри, в основі якого вона збереглася.

Гостинність – це явище, що формується виключно у соціумі на певному періоді його розвитку та являє собою соціокультурний феномен.

Отже, саме культурний розвиток мав вирішальне значення у формуванні традицій гостинності та усвідомленні їх значущості як передумови виникнення довірчих відносин між людьми. Незважаючи на подібність передумов виникнення та функціонування звичая гостинності, у кожного з народів світу існують певні особливості його виявлення.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Андрущенко Г. І. Гостинність як одна із перших форм прояву людської довіри. *Соціальні технології*. 2011. № 52. С. 7 – 12.
2. Байбурин А. К. У истоков этикета : этнографические очерки. Ленинград : Наука, 1990. 168 с.
3. Батай Ж. Проклятая часть : сакральная социология. Москва : Ладомир, 2006. 742 с.
4. Батай Ж. Теория религии. Литература и Зло / пер. с фр. Ж. Гайковой, Г. Михалковича. Минск : Современный литератор, 2000. 352 с.
5. Бенвенист Э. Словарь индоевропейских социальных терминов /пер. с фр. общ. ред. и вступ. статья Ю. С. Степанова. Москва : Прогресс- Универс, 1995. 456 с.
6. Бессмертный Ю. Л. «Анналы» : переломный этап. *Одиссей. Человек в истории*. Москва : Наука, 1991. С. 7–24.
7. Блок М. Апология истории, или Ремесло историка. Москва : Наука, 1973. 232 с.
8. Болдуин Д. «Жизни нужна страсть» : Бодрийяр и дар. *Хора*. 2009. №2 (8). С. 89 – 108.
9. Бродель Ф. Матеріальна цивілізація, економіка і капіталізм, XV–XVIII ст. : в 3 т. Т. 1. Структури повсякденності: можливе і неможливе / пер. з фр. Г. Філіпчук. Київ : Основи, 1995. 543 с.
10. Бродель Ф. Матеріальна цивілізація, економіка і капіталізм, XV–XVIII ст. : в 3 т. Т. 2. Ігри обміну / пер. з фр. Г. Філіпчук. Київ : Основи, 1997. 585 с.
11. Вишневська Г. Г. Еволюція сфери гостинності міста Києва другої половини XIX – початку XX століття в контексті розвитку українського туризму : автореф. дис... канд. культурології: 26.00.06 / Г. Г. Вишневська ; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ, 2008. 19 с.

12. Воронкова Л. П. История туризма и гостеприимства : учеб. пособ. Москва : ФАИР-ПРЕСС, 2004. 304 с.
13. Гарбар Г. А. Гостинність як соціокультурний феномен : український контекст. *Освітній дискурс*. 2018. Випуск 4 (3-4). С. 36 – 43.
14. Гуревич А. Категории средневековой культуры. Москва : Искусство, 1984. 350 с.
15. Гуревич А.Я. История – нескончаемый спор. Москва : Рос. гос. гуманитар. ун-т, 2005. 889 с.
16. Деррида Ж. Дарувати час / пер. з фр. М. Ющенко. Львів : Літопис, 2008. 204 с.
17. Дюби Ж. Развитие исторических исследований во Франции после 1950 года. *Одиссей. Человек в истории*. Москва : Наука, 1991. С. 48–60.
18. Жижек С. Возвышенный объект идеологии / пер. с англ. В. Софронов. Москва : Художественн журнал, 1999. 236 с.
19. Зенкин С. Н. Гостеприимство : к антропологическому и литературному определению. НЛО. 2004. № 65. URL : <http://magazines.russ.ru/nlo/2004/65/zen7>. html.
20. Іваннікова М. Етнопедагогічні традиції, їх зміст, структура, функції. *Вісн. ін-ту розвитку дитини* : зб. наук. пр. Київ, 2012. Вип.23. С. 79–84.
21. Кант И. Основы метафизики нравственности. Москва : Изд-во «Мысль», 1965. 1471 с.
22. Куле К. СМИ в Древней Греции : сочинения, речи, разыскания, путешествия... Москва : Новое лит. обозрение, 2004. 256 с.
23. Латышев В. В. Государственные и военные древности : очерк греческих древностей / вступ. статья и общ. ред. Э. Д. Фролов. Санкт-Петербург : Алетейя, 1997. 347 с.
24. Латышев В. В. Очерк греческих древностей. Богослужбные и сценические древности. Санкт-Петербург : Алетейя, 1997. 319 с.

25. Левинас Э. Избранное : тотальность и бесконечное / пер. И. С. Вдовина [и др.] ; сост. С. Я. Левит. Москва : Культ. инициатива ; Санкт-Петербург : Университетская книга, 2000. 415 с.
26. Лихачева Л. Этикет в социальном взаимодействии : полипарадигмальный подход. Екатеринбург, 2000. 153 с.
27. Лозко Г. Українське народознавство. Київ : Зодіак-ЕКО, 1995. 368 с.
28. Лоран Тевено. Чудесный хлеб гостеприимства : (недоразумения, проясняющие открытость и закрытость сообществ). *Новое литературное обозрение*. 2009. № 6 (100). С. 678–701.
29. Людина в сфері гуманітарного пізнання. Київ : Укр. центр духов. культури, 1998. 408 с.
30. Монтандон А. Гостеприимство. Этнографическая мечта? *Новое литературное обозрение*. 2004. №1 (65). С. 60-70.
31. Мосс М. Общества. Обмен. Личность : труды по социальной антропологии / пер. А.Б. Гофман ; РАН, Ин-т этнологии и антропологии им. Н.Н. Миклухо-Маклая. Москва : Вост. лит., 1996. 360 с.
32. Мосс М. Очерк о даре. Форма и основание обмена в архаических обществах. *Мосс М. Общества. Обмен. Личность : труды по социальной антропологии* / пер. с франц., послесловие и коммент. А. Б. Гофмана. Москва : Восточная литература, РАН 1996.
33. Мязина О. Б. Страннолюбие в раннехристианских общинах и античный обычай гостеприимства. *Закон и обычай гостеприимства в античном мире* : доклады конф. Москва, 1999. Ч.2. С. 177–180.
34. Пахолова И. В. Гостеприимство безответного дара как социокультурный опыт «Чужого». *Международ. журн. исследований культуры*. 2011. №1. С. 32–38.
35. Пахолова И. В. Социокультурный образ «Чужого» : автореф. дис... на соискание ученой степени канд. филос. наук : 09.00.11. Самара, 2010. 20 с.
36. Побут. *Історія української культури* / за заг. ред. І. Крип'якевича. 4-е вид., стер. Київ : Либідь, 2002. С. 5–184

37. Пономарьов А. Ф. Традиції культури поведінки. *Українці : іст.-етногр. моногр.* Опішне : Укр. народознав., 1999. Кн. 2. С. 153–157.
38. Русавська В. А. Гостинність в духовній культурі українського суспільства. *Духовна культура як домінанта українського життєтворення* : зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. Київ, 2005.
39. Русавська В. А. Гостинність в українській побутовій культурі ХІХ ст. : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. істор. наук : спец. 17.00.01. Київ, 2007. 27 с.
40. Фесенко В. Чужинність чужого. Діалог П. Рікера та директора журналу «Нувель обсерватор». Квітень 1998. С. 8–13. *Nouvel Observateur*; avril 1998, № 32. Дух і літера. 1999. № 5/6. С. 463–465.
41. Хамрина Ю. В. Способы и пути трансформации ритуалов в современном обществе. *Вестн. Томского государственного ун-та.* Томск, 2011. С. 53–56.
42. Яковенко Н. Нарис історії середньовічної та ранньомодерної України. 2-е вид. Київ : Критика, 2005. 584 с.
43. Яковенко Н. М. Українська шляхта з кінця ХІV до середини ХVІІ ст. (Волинь і Центральна Україна). Київ : Наук. думка, 1993. 416 с.
44. Ярославский Е. Нищие всегда ожидаемы в доме крестьянина (Традиции гостеприимства в Бретани и в России в ХІХ в.). *Традиционные и современные модели гостеприимства* : материалы российско-французской конф. 7–8 окт. 2002 г. / под ред. С. Н. Зенкина, А. Монтадона. Москва : Изд-во РГГУ, 2004. С. 27–54.
45. Blau P. *Exchange and Power in Social Life.* New York : Wiley, 1964. 352 p.
46. Goffman E. *Relations in Public.* New York : Harper & Row, 1972. 396 p.
47. Gouldner A. The Norm of reciprocity: A Preliminary statement. *American Sociological Review.* 1960. 25 April. P. 176–177.

48. Simmel G. The Metropolis and Mental Life. URL: http://www.blackwellpublishing.com/content/BPL_Images/Content_store/Sample_chapter/0631225137/Bridge.pdf.

**Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ**

Я, Попович Інна Сергіївна, студентка 2 курсу магістратури, форми навчання заочної, факультету соціології та управління, спеціальність «Філософія», адреса електронної пошти i.n.n.a.po.po.vi.ch@icloud.com,

– підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Феномен гостинності: соціально-філософський аналіз» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлена;

– заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

– згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата _____ Підпис _____ ПІБ (студент)

Попович І.С.