

Общероссийское общественное движение
«Молодежная Ассамблея народов России "МЫ – РОССИЯНЕ"»

ОСОБЕННОСТИ НАЦИОНАЛЬНОГО ГОСТЕПРИИМСТВА

Сборник методических рекомендаций

**Москва
2021**

УДК
ББК
О72

Редакционная коллегия
канд. ист. наук И. А. Селезнева (отв. ред.);

О72 Особенности национального гостеприимства : сборник методических рекомендаций / под ред. И.А. Селезневой. – М., 2021. –с.
ISBN

Издание представляет собой сборник методических рекомендаций, посвященных национальному гостеприимству в России.

*Сборник издан на средства Фонда президентских грантов
проект «Особенности национального гостеприимства»*

УДК
ББК

Содержание

Часть 1. Гостеприимство в системе межкультурной коммуникации.....	
Часть 2. Национальное гостеприимство как фактор формирования этнической и гражданской идентичности.....	
Часть 3. Традиции гостеприимства народов России.....	
2.1. От Калининграда до Урала (Европейская часть России, Урал, Крым, Кавказ).....	
2.2. От Урала до Камчатки (Сибирь, Дальний Восток).....	
Часть 4. Проекты гостеприимства.....	
4.1. Гостеприимство и музей.....	
4.2. Национальное гостеприимство как инструмент создания и проведения событийных и деловых мероприятий.....	
4.3. Региональные индустрии гостеприимства: тренды развития.....	
Особенности национального гостеприимства: вопросы, задания, практикумы.....	
Особенности национального гостеприимства: информационные ресурсы и рекомендуемая литература.....	
Сведения об авторах.....	

Часть 1. Гостеприимство в системе межкультурной коммуникации

Существует ряд определений понятия «гостеприимство». В некоторых случаях оно связывается с определенными душевными качествами человека («качество характера и поведения человека, отличающегося радушием и хлебосольством, любящего принимать, угощать гостей»), в других – с деловой активностью людей («широкий набор видов бизнеса, каждый из которых связан с обслуживанием людей, находящихся вне дома»). Практики гостеприимства исследуются, прежде всего, в контексте межкультурных коммуникаций этнографами и социальными антропологами. С точки зрения этнографии гостеприимство – это универсально распространенный общественный институт, обеспечивающий гостю прием и заботу. Возникновение этого института связывают с обычаями, известными в первобытном обществе при совместном использовании членами разных племен охотничьих, собирательских и т.п. угодий в целях обеспечения взаимной безопасности (например, у аборигенов Австралии или индейцев – собирателей дикого риса).

Значение гостеприимства для межплеменного обмена, а позднее торговли отражено в языке. Например, древнерусское слово «гость» имеет также значение «купец». Наиболее долго нормативный характер сохраняется в традиционных сообществах, население которых не имеет надежной защиты со стороны государства. Для многих народов на этой стадии развития характерен сложный обычноправовой кодекс и этикет гостеприимства, предписывающий (иногда только на определенный срок) предоставлять любому гостю кров и пищу, заботиться о нем и выполнять все его просьбы, мстить за ущерб его личности и имуществу и т.п. Так, у арабских кочевников каждый, прикоснувшийся к шатру, становился гостем и оставался им на протяжении трех суток, после чего лишался прав гостя и, если не обзаводился другим хозяином, мог быть ограблен и убит. Есть теория, согласно которой именно с всесторонней заботой о госте, а не с пережитками группового брака связан

гостеприимный гетеризм (обычай, при котором хозяин предлагает свою жену или дочь гостю).

Гостеприимный гетеризм появляется на ранних этапах развития человеческого общества. В научном сообществе нет консенсуса по поводу природы этого института. Он достаточно широко распространен в различных обществах в разных частях света (однако, в настоящее время практически исчез). Русский путешественник Афанасий Никитин описывал этот обычай в своём «Хождении за три моря»: «В Индийской земле купцов поселяют на подворьях. Варят гостям хозяйки, и постель стелют хозяйки, и спят с гостями». А. М. Пестерев фиксировал у бурят существование гостеприимного гетеризма. Правда, отмечал, что этот обычай в настоящее время (конец 1920-х гг.) можно отметить весьма редко, в самых отдаленных местах района, в которых он тоже изживается. Наиболее частые и подробные описания касаются практик гостевого гетеризма у народов Севера. У саамов, чукчей, эскимосов, исландцев, алеутов, эвенков и многих других народов существуют разнообразные практики, допускающие и предписывающие гостеприимные половые практики.

Архаические формы института гостеприимства вытекали непосредственно из понятий, господствовавших в родовом обществе: человек воспринимался не как отдельная личность, не как индивидуум, а лишь как член определенного коллектива, в первую очередь группы родственников. По этой причине возникали различные способы установления группового или индивидуального фиктивного родства и был вознесен на большую моральную высоту институт гостеприимства, который по существу близок к фиктивному родству.

Институт гостеприимства – это право-обязанность родственного коллектива временно рассматривать чужака как члена круга родственников, обладающего равными со всеми правами. В доме албанца гость может потребовать себе все, что пожелает (из еды, например). Среди кавказских горцев доньше практикуется обычай дарить гостю понравившуюся ему вещь.

Ныне все это рассматривается как знак особого уважения к гостю, но, по всей вероятности, это пережиток его равных с членами семьи имущественных прав. В некоторых вольных обществах Аварии еще в XIX в. существовал обычай, по которому лицу, появившемуся во время раздела или передела земли, в знак гостеприимства также выделяли пай.

Гостя принявший его коллектив защищал и нес за него ответственность в той же степени, как и за своего члена. Равным образом и гость отдельной семьи находился под защитой и ответственностью хозяина, приютившего его. Но именно поэтому обязанность гостеприимства не распространялась на общественные места, которыми пользовались все желающие. Пришелец не мог рассчитывать найти убежище в кузнице, на мельнице, на постоялом дворе.

С течением времени восприятие гостя как члена коллектива, оказавшего ему гостеприимство, ослабело, обязанность защищать гостя и нести за него ответственность превратилась в закон чести, другими словами – восторжествовала и закрепились в сознании эмоциональная сторона этого общественного явления. Недаром сложились поговорки: у осетин – «Гость – божий гость», у албанцев – «Дом албанца – дом бога и гостя», «Хлеб, соль и сердце». Со временем радушное гостеприимство стало явлением престижного характера: особенно гостеприимный дом пользовался всеобщим уважением.

Для албанского горца месть за гостя, пострадавшего в его доме, стала даже более обязательной, чем месть за члена его семьи: за убитого родственника можно было принять денежный выкуп, за гостя надлежало расплачиваться только кровью. Самый большой позор для горца – это ситуация, при которой его гость был убит, или ограблен, оскорблен, или просто осмеян и остался неотомщенным.

В современную эпоху гостеприимство не имеет правовой регламентации, и подход к нему значительно отличается в зависимости от национальных, локальных и прочих культурных особенностей, характера отношений между хозяином и гостем и обстоятельств их жизни. Например, во многих культурах сельские жители радушно примут нежданного гостя, горожане же – только

того, кого сами пригласили, и на определенное время. Однако в целом требование заботы о госте прочно удерживается всеми народами как одна из ценнейших традиций повседневно-бытовой культуры.

В советской литературе, особенно кавказоведческой, наряду с гостеприимством выделяют близкий ему институт куначества (от тюркск. кунак-гость). Различия между гостеприимством и куначеством заключаются в том, что первое оказывается любому человеку и одновременно, второе же проявляется в гостеприимстве по отношению к знакомому человеку и имеет постоянный характер.

Исследователи часто связывают обычаи проксении и куначества. Проксения – это институт древнегреческого международного права, общественное гостеприимство. Она происходит из частной ксении – обычая ритуального гостеприимства-побратимства (наиболее близкое понятие – куначество у народов Кавказа), заключавшегося двумя лицами – представителями разных полисов и налагавшего на заключивших его лиц (ксенов) ряд взаимных обязательств. Известный сюжет из Илиады описывает встречу Главка с Диомедом на поле сражения. Оба героя принадлежат к враждующим лагерям – Главк воюет на стороне троянцев, Диомед – на стороне ахейцев. Но, вместо того, чтобы сойтись в поединке, они обмениваются дарами, потому что их роды еще с давних времен были связаны узами гостеприимства. Таким образом, в гостеприимстве уживаются два мотива традиционной культуры – мотив договора, учреждаемого и подкрепленного взаимными дарами, и мотив вражды и опасности, которую несет с собой гость.

Собственно проксения, сложившаяся к V в. до н. э., имела уже безусловное политическое значение, особенно важное при дипломатических сношениях. Практически каждый полис имел с этого времени в других полисах своих представителей – проксенов. Проксения обычно была наследственной; однако, гражданин мог по своему желанию разорвать союз проксении, унаследованный им от предков, или вновь восстановить

разорванный союз. С упадком полисного строя, особенно начиная с эпохи эллинизма, реальная политическая роль проксении уменьшается.

Упомянутое выше слово «куначество» происходит от тюркского «конак», «кунак» – гость. Это социальный институт, существующий у народов Кавказа между двумя мужчинами (кунаками), принадлежащими к разным родам, племенам или народностям, связывающий их взаимными обязательствами в оказании друг другу гостеприимства, предполагающие оказание друг другу помощи и защиты. По происхождению обычай куначества связан с гостеприимством, но также по значению близок к побратимству. Человек, имеющий в чужих краях кунака, мог найти у него не только пищу и кров, но и материальную поддержку, помощь во всех делах, в поиске и наказании кровных врагов и т. д. Обычно кунаками становятся представители разных стран и народов, а также соплеменники, живущие далеко друг от друга. Устанавливалось также в отношениях горцев с казаками, с военнослужащими царской армии, с русским населением в целом. Отношения куначества передаются из поколения в поколение.

Различаются куначество-дружба и куначество-патронат. Первая форма – классическая и генетически исходная, близкая по своему содержанию к побратимству, основана на отношениях равноправия и взаимности: каждая из сторон может в любое время явиться к другой, рассчитывая на все, что в состоянии сделать для нее хозяин-кунак. Для кунаков предназначалось особое помещение – кунацкая, где постоянно все было готово к приему и куда кунак мог явиться в любое время, даже не уведомляя хозяина.

В отношениях между хозяевами и гостями огромное внимание уделялось этикету общения. Гости стремились показывать знание правил поведения, высокий уровень своей воспитанности. В кунацкой хозяин усаживал гостя на почетное место, а сам либо садился после его настоятельных приглашений, либо в знак особого уважения не садился совсем, самолично обслуживая гостя. Считалось, что в застолье важны не только угощения, но и интересная беседа. Собственно, каждое общество (не только кавказское) предписывает

собственный этикет гостеприимства. Причем, как правило, в нем изначально приоритетом обладают потребности гостя. Европейский этикет светских бесед берет свои корни так же в традициях вести беседы с гостями, таким образом, чтобы с одной стороны не задеть их чувств, а с другой – узнать всю необходимую информацию.

Приличия требуют от горца, чтобы, посещая селение, в котором живет его кунак, он останавливался лишь в его доме; нарушение этого правила считается оскорблением хозяина со стороны гостя и может привести к разрыву дружбы. Куначество-дружба остается престижной формой связей. Чем больше у человека кунаков, тем большим почетом он пользуется. Куначество-патронат, близкое к клиентеле (древнеримская форма социальной зависимости, подразумевающая взаимные правовые, социальные и экономические обязательства между представителями высшего и низшего социальных слоев), получило развитие в феодальном обществе. Человек, которого феодал брал под свою защиту (у адыгов он обозначался термином «канако», буквально – оставшийся при ком-то), становился неприкосновенным лицом, приближенным к князю. Эту форму можно считать близкой к коммандации (установления отношений верности между высшим и низшим слоями социальной иерархии) в средневековой Европе. Сходные с куначеством обычаи существовали у черногорцев, арабов, американских индейцев, эскимосов и др.

Гостеприимство в традиционной культуре связано с противопоставлением и противостоянием. Ритуал обязывает к дружелюбию, но и это дружелюбие становится видом состязания. Гостя надо принять более радушно, чем принимали тебя в его обществе, больше подарить, вкуснее накормить – т.е. в целом превзойти в этом своеобразном виде спорта. В крайней форме можно увидеть это явление в обычае, называемом в Северной Америке «потлач». Это публичный пир, сопровождающийся щедрыми раздачами накопленных индейским богачом натуральных сокровищ. К народам, которые празднуют потлач, относятся хайда, тлингиты, цимшианы,

салиши, нутка и квакиутл. У тлинкитов существуют три основных повода для потлача: укехаташих – поминки (кормление покойников); кхаташи, устраиваемый в связи с постройкой нового дома, и гишташиги – в честь детей. При этом на потлач приглашались лишь представители другой фратрии (не кровные родственники). Им раздаются подарки и они ревниво следят за тем, чтобы все сокровища были раздарены. Члены своей фратрии и рода подарков не получали. Они выступали в качестве «совладельцев» раздаваемых богатств. Потлач мог иметь разорительные последствия, поскольку во время его проведения вожди, чтобы показать свое могущество перед представителями других племен, демонстративно уничтожали или раздаривали имущество своих сородичей и материальные ценности. Когда какой-либо видный представитель тлинкитов, хайда, цимшиан, квакиютль или родственник им племен выстраивал «длинный дом» или проводил церемонию, связанную со свадьбой, похоронами или другим столь же важным событием, он приглашал всех родственников, а также недругов, конкурентов и недоброжелателей, чтобы поразить их своим гостеприимством и продемонстрировать свои возможности.

Этот обычай исследователи понимают как проявление так называемой престижной экономики, суть которой состояла в постоянной циркуляции избыточного продукта, или, в другой формулировке, как безрассудно избыточная щедрость. Не знающие культуру индейцев свидетели этого обычая видели в потлаче разорительный архаический и даже вредный обычай. Сами индейцы придерживались своей индейской точки зрения: «Потлач – это... потлач». В действительности дар носит в традиционной культуре важное общественное и коммуникативное значение. Даже если человек не понимает языка соседа, он может обмениваться дарами, таким образом, продемонстрировав свое дружелюбие, а также показав, что в его культуре является ценным даром. Кроме того, институт благотворительности в современном обществе является, в том числе, демонстрацией престижа: если человек может много отдать другим, значит, во-первых, у него есть, что

отдавать (он этого добился, достиг); во-вторых, он щедр и готов делиться своими ресурсами с окружающими (что опять же является поводом для уважения). Поэтому, во многих традиционных культурах присутствует норма, предписывающая отдавать гостям даже самые ценные вещи. Потlach же связан с важнейшими мифами, базовыми принципами культуры североамериканских индейцев, поэтому он проводился даже когда власти строго преследовали этот обычай.

Здесь следует отметить два важных момента: социальный характер щедрости, ее взаимосвязь с положением в обществе и интеграция в систему традиционной обрядности. Перещеголять в способности отдавать, принять гостя как можно радушнее, повысив, таким образом, свой собственный статус, характерно далеко не только для индейцев, это весьма распространенное явление традиционной культуры. Также универсалией является связь феномена гостеприимства с традиционной обрядностью: новорожденный ребенок сам является гостем в нашем мире, и его приход в мир сопровождается приглашением гостей (крестные, повитухи, священники); свадьба предваряется походами сватов в гости и состоит из гостеваний в домах, как семьи жениха, так и семьи невесты; похороны сменяются поминками с приглашением гостей, а сами души умерших воспринимаются как гости, которые могут посетить дом в определенные дни (например, кельтский самайн, славянские святки).

Мирный ритуал гостеприимства скрывает в себе сложный процесс соревнования. Ставка в этой борьбе – установление долговременных связей взаимопомощи и добрососедства. Превысить «другого» в даре, значит иметь право ожидать в будущем дар еще больший. Это испытание щедрости и победа в этом испытании не материальная, а символическая. Дарить, значит показывать свою силу, ставя «другого» в подчиненное и зависимое положение.

Как мы видим, гостеприимство в межкультурной коммуникации тесно связано с понятиями «свой – чужой», причем эта граница проходит как на

уровне разницы этнического происхождения, так и на уровне социального статуса, предписывающего разный этикет приема гостей для различных слоев общества и ситуаций. Само представление о границах своей группы, за пределами которой лежит чуждое, непонятное, страшное, но нечто с чем приходится считаться и иметь дело – инстинктивно. Принципы восприятия и взаимодействия формируются еще в эпоху мифа. Мир мифа состоит из бинарных оппозиций: высокий-низкий, левый-правый, близкий-далекий, внутренний-внешний, светлый-темный; и специальными оппозициями, которые соответствуют простейшим, пространственно-временным отношениям: небо-земля, земля-подземный мир, солнце-луна; в мире социальном: свой-чужой, мужской-женский, старший-младший; на границе природы и культуры: вода-огонь, дом-лес. Как правило, уже сами эти оппозиции имеют эмоциональную окраску: дом родной, лес страшный; солнце светит, луна обманывает и т. д.

Конфликт между «своим» и «чужим» в мифологическом типе оппозиции предполагает развитие участников конфликта, выраженное, в том числе, в изменении их статуса. Он возможен при наличии участников, переживающих свои противоречия и стремящихся к развитию в процессе разрешения конфликта, а также при соблюдении условия важности различий для всех субъектов конфликта. И «свой», и «чужой» переживают, понимают и принимают существующие между ними противоречия. Происходит осознание и ощущение границ «своего» и «чужого». Конфликт мифического или сказочного героя со своим антагонистом (или антигероем), как правило, заканчивающийся творением нового мироздания и снятый в этом новом мироздании, относится к первой модели конфликта. Примерами служат конфликты падчерицы и мачехи, девушки и Бабы-Яги, доброго молодца и Кощея и др. Результатом этих конфликтов становится качественное/статусное изменение героев. Таким образом, конфликт самоотрицается, в нем противоречия, сталкиваясь, рожают новое. Миф не знает конфликта как такового, мир в мифе оппозиционный, противоречивый.

Пример взаимодействия Ивана с Бабой-Ягой интересен и в контексте обозначения принципов гостеприимства. Яга выспрашивает о цели гостя: «Дело пытаешь или от дела лытаешь?». Главный герой отвечает требованием: «Чего кричишь? Ты прежде напой-накорми, в баню своди, да после про вести и спрашивай». И Яга при таком ответе совершенно смиряется: «Баба-Яга напоила, накормила, в баню сводила. Слезла, кланялась низко». Еда, угощение непременно упоминаются не только при встрече с Ягой, но и со многими эквивалентными ей персонажами. В тех случаях, когда царевич входит в избушку, а яги еще нет, он находит накрытым стол и угощается без нее. Даже сама избушка иногда подогнана сказочником под эту функцию: она «пирогом подперта», «блином крыта». Герой отказывается говорить, пока не будет накормлен. Сама яга говорит: «Вот дура я, стала у голодного да у холодного выспрашивать». Таким образом, через сказку, через миф проговариваются, прививаются принципы обращения с гостем.

Гостеприимные и негостеприимные хозяева – частые персонажи мифологических сюжетов и притч; в зависимости от их расположения к путникам (богам, героям или просто прохожим) они получают награду или бывают наказаны. Особую важность этот сюжет приобретает именно потому, что, с одной стороны, четко просматривается взаимосвязь мифа с миром обычных людских взаимоотношений: то есть миф выступает здесь в качестве наставления и поучения поступать так, а не иначе. С другой же стороны, мифологический сюжет служит обоснованием и объяснением того, почему необходимо привечать гостей и достойно и приветливо взаимодействовать с людьми в целом.

Гостеприимство – это конкретная встреча с «другим» или «чужим», оно раскрывает гостя как «иного», и встреча эта – всегда уникальна, хотя и происходит в мире, наполненном однообразными символическими связями. Основной путь изучения гостеприимства как философского понятия – через оппозицию «я – другой» (или «свой – чужой»). Однако, для полноты анализа содержания гостеприимства в конкретной ситуации необходимо понимание

исторического контекста, конкретных отношений между людьми, традиций и культуры коммуникации в обществе, что как раз и обуславливает возможность существования и развития гостеприимства как социального института, основанного на позитивном взаимодействии людей.

В латыни *foris* противопоставлено *domi*: «внешнее пространство» начинается «за дверью» и называется *foris* для того, кто находится дома, *domi*. Прилагательное, образованное от названия двери, обозначает не то, что относится к самой двери, а то, что находится снаружи, в чужом мире. Таким образом, тот, кто приходит извне (из-за двери), а не находится внутри, изначально чужой, иностранец, представитель иной культуры, признающий иные законы и порядки. Для того, чтобы ввести его в свой дом, свое общество, свою культуру, необходим обряд перехода – ритуал гостеприимства.

Небезынтересно выделить правила приема чужеземца Он, например, часто получает право пользоваться для проживания «общим домом», как, например, лапа на Мадагаскаре. У разных народов такой дом в той или иной степени выполняет функции «дома холостой молодежи», или «дома взрослых мужчин», или «дома воинов». Тем самым чужеземец оказывается фактически включенным не в общество в целом, а в особое сообщество, которое наилучшим образом соответствует его характеру активного и сильного мужчины. Это гостеприимство дает чужеземцу определенные политические, сексуальные и военные права. Такой обычай распространен в Индонезии, Полинезии, некоторых областях Африки, тогда как в других районах место проживания чужеземца определяется вождем или царем, т.е. особой священной. На следующем этапе развития сообщества местом приема чужеземца становится караван-сарай (на Востоке), а древний обряд включения заменяется разною рода данью; это уже начало чисто экономических отношений. Путник, пришелец, чужак, если он не изгоняется, должен быть включен в сообщество. Существуют различные приемы включения: совместная трапеза, братание, обмен дарами, т.е. материальными символами,

приветствия и т. д. Кроме того, практикуют и обычай исключения из коллектива – уход (отъезд) чужака (с ритуалами прощания).

В наше время правила гостеприимства воспринимаются не как правовой институт, а как правила хорошего тона, как обязательные знаки вежливости, воспитанности и составляют характерные черты домашнего и общественного быта. Институт гостеприимства представляет собой конгломерат практик и социальных ролей, которые могут варьироваться в зависимости от многих внешних факторов: времени, социального положения участников, их желания или нежелания соответствовать заранее заданным ролям. Все лучшее уже было в прошлом – это весьма распространенное мнение затрагивает в особенности сферу человеческих отношений, об ослаблении, деградации, если не сказать – упадке которых не перестают жалеть. Так происходит и в рассуждениях о гостеприимстве, где постоянно повторяется, что раньше гостеприимство было прекрасно, а теперь превратилось в почти забытый ритуал, к тому же извращенный материализмом и эгоизмом современного общества. Такая ностальгия порождает и особый интерес к гостеприимству в наши дни: оно, кажется, уже почти стало модным товаром.

В России конца XVIII в. походы в гости и прием гостей были настолько важным событием, что некоторые люди записывали каждый раз, что они побывали в гостях или что у них были гости, и кто именно. Например, зажиточный горожанин, купец Иван Алексеевич Толченев, долгое время бывшего бургомистром в Дмитрове, а под конец жизни поселившийся в Москве, сообщает, что за 16 лет (с 1780 по 1796 г.) он побывал в гостях 905 раз, т. е. каждый 6-й или 7-й день. А когда он оставался дома, едва ли не каждый день кто-нибудь «сидел» у него. Горожане победнее гостились реже: один-два раза в месяц или даже не каждый месяц. И вероятно, столько же раз зажиточные горожане принимали гостей у себя. «Светский» образ жизни вели преимущественно дворяне, офицеры некоторых привилегированных частей, верхушка чиновников. Гостеванья в этих привилегированных сословиях могли происходить почти ежедневно по вечерам. Простые же люди, как в

городе, так и в деревне, гостились только по некоторым особо почитаемым праздникам (например, на Масленицу, на Пасху) и дням семейных торжеств (именины, свадьба и т. п.). Приглашения (особенно в среде простых людей) передавались и устно. Хозяева не всегда лично приглашали гостей. Это делалось и через позывных – людей, специально посылаемых, чтобы приглашать от имени хозяина и его семьи. Во всех семьях, ожидая наплыва гостей, и следуя традиционному правилу «про гостя хорошо, про себя поплоше». Принцип предоставления гостю лучших условий, чем для хозяев дома, широко распространен, не только в русской культуре, и во многих случаях сохраняется до сих пор.

В контексте межкультурных коммуникаций представителей разных народов и стран, взаимодействие с фактами культуры и есть общение с ними в диалоге культур – иностранной и родной. Именно в таком диалоге культур формируются умения в познании собственной культуры и культуры других народов. Специфика культурных различий находит отражение в языке, способе выражения мыслей. Например, в английской культуре есть такое явление как *understatement*. А. А. Джиева определяет его как «недоговоренность, свойственную языку всех классов и сословий англоязычного общества». Ссылаясь на Дж. Микеша, она пишет: «The English have no soul; they have the understatement instead», то есть «у англичан нет души [речь идет о специфике широты русской души]; у них есть understatement взамен». В данном случае *understatement* рассматривается не просто как речевой оборот, но приобретает значение «души народа», базовой части менталитета. *Understatement* – это явление, которому трудно научиться, поскольку оно обусловлено воспитанием и подспудными психологическими мотивациями. Осознание иных, отличных от существующих в родном языке коммуникативных категорий, национально-специфических и этнопсихологических норм и правил коммуникации обуславливает взаимопонимание и эффективность общения, что в свою очередь способствует успешному диалогу культур.

Один из крупнейших специалистов в межкультурной коммуникации В. В. Кабакчи утверждает: «Мир вступил в эпоху глобального двуязычия: АЯ (английский язык) + национальный язык <...> Мы должны поставить АЯ на службу родной культуре, воспитав поколение Набоковых, – людей, в полной мере владеющих АЯ и, в то же время, не потерявших связи с родной культурой и способных превратить этот язык в ключ к родной культуре для всех тех, кто незнаком с русским языком». Иными словами, в современном глобализирующемся мире иностранный язык, как ни странно звучит, является важнейшим способом национально-культурного самовыражения.

В современном обществе перед человеком ставится задача выбора между национально-культурной самобытностью и адаптацией к условиям окружающей глобализационности мира. Это проблема создания, сохранения и столкновения культурных образцов. К примеру, кофе для немцев filtercafe – не очень крепкий напиток, существенно отличающийся от итальянского *caffè*, концентрированного и сервируемого маленькими порциями. Говоря одни и те же слова, в зависимости от культуры, мы характеризуем несколько разные вещи. В процессе восприятия иного языка, родной язык выступает мерилем всех явлений и значений окружающего мира. Само по себе культурное самоопределение происходит в процессе диалога культур. Разнообразные иноязычные включения отражают речевой этикет, характерный для другой культуры, и иную фразеологию: так термин «privacy» (приватность, неприкосновенность частной жизни, конфиденциальность), например, прочно вошел в сферу международного делового общения. Для понимания межкультурного общения важнейшее значение имеет переводоведение.

Тексты межкультурной коммуникации можно условно разделить на две группы: созданные посредством традиционного перевода (при участии переводчика) или внутреннего (общение на языке-посреднике). Передача национальной специфики, внешней по отношению к языку-посреднику, является основной сложностью перевода. Так, в переводах Л. Н. Толстого на английский язык обращают на себя внимание личные имена, номинации

предметов быта, одежды, кулинарные и метрические термины, фольклорные элементы, речевые характеристики.

Таким образом, в процессе общения с гостем или в качестве гостя, принципиально важное значение имеет не только знание языка, но и специфика культуры собеседника. Для привычных нам вещей может не оказаться слов в другом языке и другой культуре, или эти слова будут выражать несколько иные явления, иметь своеобразные оттенки значения.

Гостеприимство представляют как всеобъемлющую ценность и даже как инстинкт, ему придают множество качеств и атрибутов, показывающих, до какой степени понятие гостеприимства идеологически и мифологически нагружено. Образу универсального, всеобщего, уникального гостеприимства противостоит реальность специфических и дифференцированных практик, возникших благодаря разделению общественного труда, одним из оснований которого, вероятно, можно считать размежевание гостеприимства и милосердия. Идея упадка гостеприимства рождается вместе с этим разрывом и разделением, с исчезновением того, что составляло смысловую связь традиционных общественных отношений.

Если в традиционном обществе гостеприимство было определено ритуалом, традицией, законом, то в ситуации современного общества гостеприимству еще только предстоит заново определиться в различных частных и коллективных практиках «приема» гостей, туристов, приезжих, иммигрантов. Иначе говоря, гостеприимство в современном обществе – это проблема, которая требует своего решения, причем подчас в каждом конкретном случае. Неудивительно поэтому, что исследовательский интерес к теме гостеприимства сопряжен с практическим интересом – найти основания для гостеприимства в современных условиях, опираясь на изучение опыта традиционных обществ. Если в традиционных сообществах гостеприимство имело нормативную функцию, то в современности это бытовое понятие, означающее особый вид радушия, хлебосольство хозяев при приеме гостей. Также можно быть гостеприимным, проявляя заботу о других. Утрачивая

императивный ритуальный характер, гостеприимство приобретает более отчетливые гуманитарный и деловой смысл. Современные люди оперируют такими терминами как «рынок индустрии гостеприимства». И то, что когда-то составляло суть традиционной культуры, во многих случаях начинает воспроизводиться как театрализованная организация процессов гостеприимства с целью повышения качества обслуживания, продвижения продукта гостеприимства и повышения его прибыльности. В данном случае концепция «хозяин и гость» меняется на «поставщик услуг и клиент». Система эмоциональных влияний содержит элементы анимационной программы досуга отдыхающих, художественного оформления сцены гостеприимства, театрального искусства персонала фирмы. Эта система должна соответствовать декларации о миссии предприятия, его основополагающей идее, товарной марке, названию и пьесе театра гостеприимства.

В современном обществе дар и гостеприимство не играют той важной ритуальной, статусной и социальной роли, какую они выполняли в традиционном обществе. Однако, и дар, и гостеприимство, теряя позиции в сфере частной жизни, завоевывают новые горизонты в тех областях, которые раньше рассматривались с позиций экономических, политических или/и сугубо этических. Традиционные социальные институты не исчезают бесследно, но скорее трансформируются, поскольку эти способы взаимодействия обеспечивают позитивный, конструктивный диалог между членами общества (и обществ). Феномен гостеприимства и дарения чрезвычайно важен для самоидентификации человека в его отношениях с другими людьми. Благотворительность, туризм, миграции – современные воплощения дара и гостеприимства – выражают заинтересованность человека другим человеком. Приязнь к другому, ксенофилия может изучаться в качестве социального капитала современного общества. В туристической отрасли успешно используются театрализованные варианты традиционных форм обращения с гостями, характерных для конкретного народа и местности.

Таким образом, символический смысл традиционной культуры находит отражение в создании уникальных брэндов территорий или конкретных фирм.

Современные авторы выделяют множество видов гостеприимства:

– «корпоративное гостеприимство»: организация приема новых сотрудников в фирмы, призванное воспитывать чувство коллективизма, сопричастности сотрудника корпорации (посвящения в рабочие, офицеры, студенты и т.д.);

– «политико-национальное гостеприимство» – это прием иностранных граждан, их интеграция в иную среду, преодоление культурной чужеродности;

– «государственное или официальное гостеприимство», в основе которого лежит «протокол приема гостей», где больше всего пытаются сохранить национально-интернациональный дух гостеприимства.

– «ритуальное гостеприимство», теряющее в настоящий период свой сакральный подтекст, часто носит театрализованный характер;

– «семейно-бытовое гостеприимство», постепенно в эпоху всеобщей цифровизации утрачивает свою популярность. Если в 1960–1970-е гг. это застолья и кухонные посиделки были важнейшей частью повседневной жизни, то сейчас частота и формат этих встреч существенно изменились.

Различные виды и формы гостеприимства в своей основе содержат главные постулаты межкультурной коммуникации – созидательное взаимодействие, терпимость к инаковости другого, стремление узнать причину иного поведения, понять и принять ее. Гостеприимство предстает в виде ритуально-ситуативной игры, где главные ролевые участники – хозяин и гость, неизбежно столкнувшись с проблемами межкультурного взаимопонимания, зная культурные коды, принятые в родной среде обитания, должны понять и принять иной образ мысли и поведения. Само слово «гостеприимство» в последние десятилетия получило широкое распространение, прежде всего, в сфере туризма и гостиничного менеджмента, более того, стало даже официальным направлением, которое включает в себя прием и размещение гостя в гостиницах, обеспечение транспорта, а также

организацию его питания, отдыха и развлечений. В этом процесс постепенно исчезает функция гостеприимства как особой формы обмена иных взглядов, миров, укладов. Основная идея современного гостеприимства в туризме: создать гостю ту обстановку и атмосферу, к которой гость привык, поддержать его стереотипы о месте и культуре, показать памятники и шоу, которые соответствуют потребительскому спросу. В этом случае турист пребывает в иллюзии, которую по его же молчаливой просьбе создает другой, адаптирующий для него свою культуру, происходит процесс глобализации индустрии туризма и гостеприимства. В современной деловой межкультурной коммуникации выделяется особое направление – «деловое гостеприимство», главной целью которого является установление долгосрочных и многосторонних связей между партнерами и, соответственно, увеличение доходов. Учет национальных особенностей делового общения способствует достижению высокого уровня переговорного процесса и повышения качества работы. Таким образом, гостеприимство в современном мире как играло изначально в истории своего развития, так и будет играть важную роль, прививая чуткость к культурным различиям и многообразию, создавая надежную платформу для плодотворной межкультурной коммуникации.

Традиционный институт гостеприимства как обязательного ритуала, predetermined правом, религией и в целом культурой конкретных этнических и социальных групп утрачивает общераспространенность и императивность. Но это не значит, что в современном мире гостеприимству нет места. Гуманитарные принципы борьбы с ксенофобией призывают к терпимости в отношении представителей других культур, а также способствуют их интеграции, включению в собственное общество. Кроме того, традиционные формы гостеприимства театрализируются и осовремениваются, превращаясь в продукт отрасли туризма, сервиса и сценического искусства.

Часть 2. Национальное гостеприимство как фактор формирования этнической и гражданской идентичности

Гостеприимство является значимым социокультурным феноменом, охватывающим такие разные стороны общественной жизни, как личное и коммерческое гостеприимство. Личное гостеприимство по природе своей не преследует корыстных целей, лично заинтересовано, обусловлено характером существующих отношений между участниками, а также нормами и традициями гостеприимства, принятыми в рамках данной общности. Всем нам знакомы такие проявления личного гостеприимства, как семейный, добрососедский, дружеский.

Гостеприимство – универсальная традиция повседневно-бытовой культуры, предписывающая обязательность радушия и заботы о госте. Именно данные факторы играют важную роль, в отличие от коммерческого гостеприимства, особенно в период развития нетрадиционных форм отдыха для туристов, к их числу можно отнести: экотуризм, этнотуризм, концептуальный туризм (ретро-туризм). Основа каждого из направлений туризма является воссозданная среда. К примеру, этнотуризм (этнический туризм) – одно из направлений развития культурно-исторического туризма, предполагающее знакомство с языком, бытом, культурой, архитектурой, праздниками и обрядами выбранной группы народов. Как раз, данное направление является фактором в формировании этнической и гражданской идентичности в российской национальной традиции гостеприимства. Большинство туристов, выбравших данное направление, говорят о том, что их привлекает проникновение с культурой и духом прошлого, возможность услышать речь на древнем или не знакомом языке, песни народов, которые пережили не одну сотню лет, а также возможность попробовать пищу и напитки, схожие с теми, что пили и ели далекие предшественники определенного народа. Как раз, подобный вариант гостеприимства лишен стандартизированных продуктов, наполнен национальным колоритом.

Российская Федерация является многонациональным государством. Несомненно, данный фактор является уникальностью на общемировом фоне по разнообразию этносов, вер, народов и их интеграции – именно на этом строится этнотуризм в России. Основными факторами являются: сохранность традиций и культуры; наличие памятников культуры и искусства; наличие у местных жителей опыт в приеме гостей из других территорий и стран; учет сезонного характера. Передовыми регионами по развитию этнотуризма являются Карелия, Алтай, Хакасия, Прибайкалье. Ямало-Ненецкий округ предлагает туристам для погружения в атмосферу прожить день в чуме, участвовать в народных праздниках, прокатиться на оленьей или собачьей упряжке. Этнотуризм в Приморском крае заключен в возможности побывать в деревеньках у истоков Уссури; побывать в музеях, парках, городских крепостях, поучаствовать в театрализованных костюмированных шоу. Краснодарский край позволяет познакомиться с казаками, познакомиться с самобытным наследием и культурой. Развивается этнотуризм на Чукотке, где посетители могут пообщаться с коренными народами: чукчами, эвенками, поучаствовать в местных праздниках. Кольский полуостров предлагает поучаствовать в туре на снегоходах по маршруту через перевалы, знакомство с саами, хаски и северными оленями. Любой путешественник может познакомиться с многоликой Сибирью, ее народами, бытом и традициями. Остановиться можно в тувинских, хакасских юртах, познакомиться со

В современном обществе существует ряд тенденций, снижающих значение личного гостеприимства во взаимодействии индивидов и общностей. Так, американский футуролог Э. Тоффлер говорит о распаде дружеских, соседских, а часто и родственных связей, связанном с частыми сменами места проживания, и, как следствие, – о «гостеприимстве в спешке» – поверхностном и не ведущем к установлению длительных межличностных и межобщностных связей. Вместе с этим изменение образа жизни и рост мобильности населения, прежде всего молодежи, ведет к увеличению количества контактов (преимущественно с работниками сферы обслуживания). Таким образом,

происходит смещение акцента с личного гостеприимства, долгое время игравшего роль одного из механизмов интеграции индивидов внутри группы и взаимодействия между социальными общностями, на коммерческое гостеприимство, преследующее, прежде всего, материальные интересы владельцев и сотрудников предприятий индустрии гостеприимства.

Одним из «индикаторов» данных изменений могут служить взгляды молодежи на проблему гостеприимства. Среди досуговых предпочтений молодежь выбирает посещение кафе, ресторанов, ночных клубов, то есть посетить предприятия индустрии гостеприимства. Варианты проведения досуга «пригласить гостей» или «сходить в гости» не распространены среди современной молодежи. Использование (потребление) услуг предприятий индустрии гостеприимства (коммерческое гостеприимство) занимает ведущее место среди видов деятельности, привлекающих молодых людей в свободное время.

На протяжении долгого времени гостеприимство выступало в роли одного из механизмов установления и поддержания связей между индивидами и социальными общностями. На современном этапе развития общества, а мы можем говорить, с одной стороны, об атомизации общества, а с другой, – о глобализации общественных процессов, происходит трансформация гостеприимства, оно теряет свою значимость традиционного механизма интеграции. Мы говорим не об исчезновении личного гостеприимства, а о смещении акцента гостеприимства на его коммерциализированные формы.

Во многих странах сети гостеприимства играют значимую роль, наряду с коммерческим гостеприимством, особенно когда требуется одновременно разместить большое количество туристов, прибывающих на какое-либо событие. В нашей стране эти сети пока только начинают делать первые шаги.

Сначала уточним, что такое «сеть гостеприимства». Это сообщество людей из разных городов и стран, в рамках которых люди приглашают друг друга в гости. Как правило, речь идет о кратковременной остановке на несколько дней. В мире существуют сотни проектов и клубов, занимающихся

организацией обменов бесплатно, или за членские сборы, установленные для участников. Членами клубов являются мобильные люди, для которых подобная практика позволяет погрузиться в настоящую, а не предназначенную для туристов действительность другой страны. Сильнейшим драйвером развития практик социального обмена в сфере путешествий и гостеприимства стало создание социальных Интернет-площадок, таких как CouchSurfing (крупнейшая площадка, объединяющая 7 миллионов людей в 100 тыс. городах по всему миру), Hospitality Club, BeWelcome, Place to stay, Flat jump – где каждый зарегистрировавшийся пользователь может найти себе ночлег или пригласить в гости к себе. Помимо общедоступных сетей, существует ряд узкоспециализированных, например, для велосипедистов (Warm Showers), эсперанто-говорящих людей (Pasporta Servo), для женщин (Welcome Women World Wide) и другие сети, удовлетворяющие запросы специфичных общностей людей, игнорируемые традиционными институтами, функционирующими в области гостеприимства.

Таким образом, мы видим, что лица, ищущие ночлег через «сети гостеприимства», заинтересованы не только в получении крова над головой бесплатно (или почти бесплатно), но в большей степени в возможности изучения быта, языка и нравов страны пребывания. В перспективе сети могут рассматриваться как механизм межкультурного обмена и глобальной коммуникации, существующие и развивающиеся параллельно официальным (программы межгосударственного культурного обмена, международные учебные программы, познавательный и образовательный туризм). Сами сети декларируют в своих миссиях создание мира «без предрассудков и расизма», развитие толерантности и взаимопонимания, «знакомя и объединяя людей разных национальностей и культур – путешественников и аборигенов, гостей и хозяев», «создание вдохновляющего опыта» – активизировать межкультурный обмен и общение людей в дружеской неформальной обстановке.

Использование «сетей гостеприимства» является формой социального обмена, в котором гости не только получают вышеназванные блага, но и сами готовы сделать хозяевам что-либо в ответ.

Мы наблюдаем процесс активного развития практик приема гостей в рамках «сетей гостеприимства»: складываются правила, регулирующие взаимоотношения в рамках данного процесса, формализуются сообщества, участвующие в них, налаживаются каналы взаимодействия между членами сетей, создавая тем самым альтернативу коммерческому гостеприимству, построенную не на коммерческих интересах компаний и корпораций, а на личных интересах членов сетей.

В современной России практика обмена гостеприимством ещё мало известна большинству населения. Уровень проникновения «сетей гостеприимства» в жизнь и досуг россиян является одним из показателей интеграции нашего общества в глобальные процессы культурного и интеллектуального обмена. Пока этот уровень не очень высок. К сожалению, не существует ни одной российской «сети гостеприимства», а только виртуальные представительства международных сетей. Но данное направление инициативная молодежь пытается развивать, так можно привести в пример проект Даниила Грамотина из Тюмени. Даниил выиграл 1 миллион рублей на культурно-образовательный проект «By Foreigners». В нем 30 иностранных студентов с русскоговорящими наставниками живут в молодых семьях различных народов нашей страны. Они знакомятся с особенностями жизни и быта, осмысливают сложившиеся шаблоны и стереотипы о российской действительности. По окончании программы созданы видеоролики «Россия глазами иностранца». В настоящее время автор проекта разрабатывает интернет-платформу для иностранных студентов и принимающих семей.

Востребованность взаимного гостеприимства в молодежной среде тесно связана с возрастными социально-психологическими потребностями: с одной стороны, недостаточностью финансовых и материальных возможностей, с другой – стремлением к многофакторной социализации (в том числе через

общение в группах сверстников); поисковой активностью; повышенной эмоциональностью; склонностью к игровой деятельности и т.д. Развитие информационных сетей, прежде всего Интернета, ведет к расширению возможностей взаимного гостеприимства.

Учитывая данные факторы можно говорить о том, что сферу национального гостеприимства можно успешно развивать среди молодежи посредством коллабораций с общественными организациями и бизнес-структурами.

Национальное гостеприимство также вызывает интерес с точки зрения формирования этнической и гражданской идентичности у молодежи.

Идентичность - явление сложное и многомерное, различные стороны идентичности изучаются многими науками, например, философия, психология, социология, педагогика и так далее. «Кто я?», «Какой я?», «Где свои, а где чужие?», «Я такой же, как кто?» – вопросы, которые рано или поздно задает себе каждый человек. Самоопределение – одна из сложнейших проблем психологии. В науке это называют идентичностью. Образовано от латинского *identitas*, что означает «тождественный, одинаковый».

В процессе взросления каждый человек решает для себя две основные задачи. Во-первых, он стремится понять, проявить и обозначить свою неповторимость и уникальность. Во-вторых, ему необходимо сориентироваться в разнообразии групп, окружающих его, и определить свое место в социокультурном пространстве.

В соответствии с вышеперечисленными задачами у каждого формируется персональная (личная) и социальная (групповая) идентичность. Персональная идентичность – это осознание человеком себя как особенной, непохожей на других индивидуальности, обладающей уникальным жизненным опытом, неповторимой личностной структурой. Социальная идентичность – это восприятие себя как члена определенной группы, ощущение принадлежности и эмоциональной привязанности к ней.

Гражданская идентичность – это осознание себя как гражданина определенного государства. Скажем, граждане Российской Федерации идентифицируют себя как россияне, а жители Англии, Шотландии и Уэльса – как британцы. Такая идентичность формируется и поддерживается государственными институтами: системой образования (школы, вузы), средствами массовой информации (телевидение, радио, газеты), армией. Основным инструментом является пропаганда, которая может быть более или менее явной. Актуализация гражданской идентичности является частью государственной политики, иногда успешной, иногда нет. Наличие у человека гражданства определенной страны не является гарантией возникновения у него соответствующей гражданской идентичности.

Этническая идентичность – составная часть социальной идентичности личности, психологическая категория, которая относится к осознанию своей принадлежности к определенной этнической общности. Этническая идентичность – это осознание своей принадлежности к определенной этнической общности и обособления от других этносов. Этническая идентичность – это переживание своего тождества с одной этнической общностью и отделения от других. Этничность определяется по ряду объективных показателей: этнической принадлежности родителей, месту рождения, языку, культуре.

Из практики проведения мероприятий этнокультурного характера можно привести такой пример: девушка, выросшая в моноэтнической семье казахов, не признавала себя казашкой, но на проекте Молодежной Ассамблеи народов России «МЫ – РОССИЯНЕ!» актуализировала свою идентичность казашки после ряда проведенных дискуссий и упражнений.

У большинства людей преобладает моноэтническая идентичность. Моноэтническая идентичность с чужой этнической группой (измененная этническая идентичность) возможна в случаях, когда в полиэтничном обществе чужая группа расценивается как имеющая больший высокий статус, чем своя. Конечным результатом идентификации с чужой группой является

полная ассимиляция. Например, еврей часто принимает русскую идентичность, отказавшись от своей группы.

Биэтническая идентичность свойственна людям, осознающим свое сходство с двумя группами и обладающими компетентностью в двух культурах. Например, российские немцы, проживающие в Германии, обладают идентичностью русских и немцев, дети, выросшие в таких семьях, воспитываются часто в двуязычной культуре.

Маргинальная идентичность проявляется у тех людей, кто балансирует между двумя культурами, не овладевая в должной мере нормами и ценностями ни одной из них.

Возможна четко не выраженная идентичность или даже ее отсутствие в ряде случаев на осознаваемом уровне, когда человек отрицает значимость этнической принадлежности в жизни.

Таким образом, выделяется 4 типа этнической идентичности, которые в различной мере влияют на поведение человека и на определение его места в социуме.

Этническая идентичность формируется такими институтами, как семья и этническая община, через участие в традиционных праздниках, посредством приобщения к языку, фольклору, обычаям и ценностям.

Может показаться, что этническая идентичность – то же самое, что национальность. Однако это феномены разного порядка. Национальность (этничность) – это внешняя характеристика, приписываемая человеку социумом (графа в свидетельстве о рождении, о браке, в анкетах и т. д.). А этническая идентичность – это внутренняя, психологическая характеристика, результат самоопределения человека в этническом пространстве.

Интерес к другому народу, его языку, обычаям, традициям не означает наличия соответствующей этнической идентичности. Так, можно увлекаться историей и культурой немцев, но при этом иметь четкую этническую идентичность русского. Знакомство с жизнью других этносов скорее

способствует лучшему осознанию собственной идентичности, а не отказу от нее.

Каким образом связаны гражданская и этническая идентичность? В каждом отдельном случае возможны различные сочетания этих элементов.

В современном мире существуют моноэтнические (которых меньшинство) и полиэтнические государства. В первом случае этническая и гражданская с/р идентичности жителей могут совпадать, например, в Японии, где 98,5% жителей – японцы. А во втором – гражданская и этническая идентичность функционируют параллельно.

Нередко гражданская идентичность связана с этнической идентичностью одной из этнических групп, проживающих в этой стране. Скажем, основой для британской гражданской идентичности служит этноидентичность англичан. Этническая идентичность меньшинства и большинства формируется по-разному. В силу вышеописанных закономерностей люди, принадлежащие к этническому меньшинству, осознают свою этническую идентичность раньше и придают ей большее значение, нежели представители этнического большинства. Скажем, русские, живущие в России, реже вспоминают о своей этнической принадлежности, чем русские, живущие в Германии.

Насколько значимы гражданская и этническая идентичность в мире, где активно идут процессы глобализации, возрастают объемы миграции, интенсифицируется межэтническое взаимодействие?

Какие психологические функции выполняет этническая идентичность? Прежде всего, она способствует сохранению этнической группы. Как показывает история, этнос может существовать, утратив родной язык или государственность, переходя от одних обычаев и традиций к другим, отказываясь от одной религии и принимая другую. Но утрата осознания единства со своей группой, ощущения принадлежности непременно означает, что этнос перестанет существовать.

Помимо этого, этническая идентичность дает человеку чувство защищенности, удовлетворяет потребность в принадлежности к коллективу.

«Я не один, таких, как я, много» – такое ощущение возникает, безусловно, не только благодаря этнической идентификации, но именно причастность к этнической группе является наиболее устойчивой и надежной по сравнению с другими. Этническая идентичность является одной из наиболее устойчивых, в результате чего именно с ней наиболее часто связывается функция психологической защиты. Наконец, как показывают многочисленные исследования, позитивная этническая идентичность является основой конструктивного межкультурного взаимодействия. Прежде чем научиться продуктивно общаться с представителями другого народа, необходимо сформировать позитивное отношение к своему собственному

Гостеприимство является одним из факторов формирования этнической и гражданской идентичности. Национальные традиции гостеприимства у разных народов значительно разнятся. И это несмотря на то, что каждый из ритуалов направлен на то, чтобы расположить гостя. Россия – страна, оставшаяся многонациональной даже после распада Советского Союза. Если исколесить ее с запада на восток и с севера на юг – можно увидеть всю широту этнических особенностей населения, которые связаны с приемом и встречей гостей.

Приготовление пищи, встреча гостей, застольные беседы, национальные игры – все это является частью культуры того или иного народа, а значит влияет на формирование этнической идентичности и осознания личности гражданином своей страны. Таким образом информацию о национальном гостеприимстве можно использовать в мероприятиях с молодежью для актуализации гражданской и этнической идентичности. И здесь важно говорить именно об актуализации идентичности, а не ее формировании. Так как формирование идентичности не может стать возможным результатом проведения мероприятий по этнокультурной тематике.

Формирование предполагает процесс, который происходит больше под влиянием внешнего воздействия. Например, можно сформировать навыки публичного выступления, повторяя набор определенных упражнений и

добиться хорошего результата в практическом применении этих навыков. Гражданская и этническая идентичность создается личностью, это внутреннее самоопределение. При этом влияние внешних факторов также играет важную роль, но все же осознание принадлежности к той или иной этнической группе – это выбор каждого из нас.

При проведении мероприятий этнокультурной тематики для молодежи необходимо понимать, что информация по данной проблематике должна подаваться в адаптированном виде, с учетом характеристик группы, ее возрастного и профессионального состава.

Необходимо понимать, что сформировать этническую и гражданскую идентичность нельзя. Чрезмерная пропаганда и давление на молодежь может вызвать противодействие и отторжение от заявленной темы. Но можно организовать специальные мероприятия с погружением в определенную тематику, например, тренинг. Таким образом мы создаем условия, в которых участники мероприятий задумаются о принадлежности к своему народу или своей стране. И такой вид деятельности можно назвать «содействие актуализации этнической/гражданской идентичности». Цель таких мероприятий не в том, чтобы участники проектов четко осознали и сформулировали свою гражданскую и этническую идентичность, а в том, чтобы мотивировать участников к познанию себя, своих корней, исследованию и принятию самих себя как представителей определенного народа и своей страны.

Актуальной формой работы в данном направлении могут быть не только тренинги, но и дискуссионные площадки, работы в малых группах и сторителлинг на тему «Кто я? Как я пришел к тому что я – ...».

Накоплен достаточный опыт реализации проектов на актуализацию этнической идентичности посредством приобщения к национальному гостеприимству во многих межнациональных и мононациональных молодежных организациях, например: проект «Межнацпогружение» Омского отделения МАНР позволил ребятам из Омской области не просто узнать о

традициях гостеприимства разных народов, населяющих регион, но и поучаствовать в приготовлении национальных блюд и добыть воду из глыб замороженного льда, на проекте «МежнацТочкаОмск» Омской областной молодежной общественной организации «Методический центр немцев Омской области» ребята из числа молодежи узнали о национальных настольных играх, которые проводятся после щедрых застолий с гостями.

В качестве методических инструментов для проведения мероприятий приведены варианты вопросов для введения в тематику мероприятий или проверки уже полученных знаний участниками, модификации упражнений. Очень важно, чтобы модератор (тренер) имел четкое представление о том, какие цели достигаются тем или иным упражнением, потому что только в этом случае он может выбрать форму работы, адекватную выдвинутым задачам.

Несмотря на сложность тематики, не стоит внедрять в оборот большое количество терминов. Участники должны понять суть понятия, а не его научное название. Кроме того, как показывает практика, после введения нового понятия стоит провести упражнения, направленные на его закрепление и получение обратной связи от участников. Это также позволяет ведущему, модератору или тренеру узнать, насколько корректно было усвоено данное понятие. Если возникли трудности с пониманием, следует дать пояснения и/или провести другие упражнения на ту же тему.

Что же является результатом проведения предлагаемых упражнений? Работа с тематикой идентичности может строиться в двух направлениях:

1) Познавательном – как повышение общей грамотности участников в вопросах, связанных с этнокультурной проблематикой, и в частности – с этнической и гражданской идентичностью.

2) Личностном – как создание условий для осмысления участниками собственного «багажа» идентичностей, стимулирование процесса этнического и гражданского самоопределения. Соответственно, результаты работы можно рассматривать также в двух аспектах.

С одной стороны, участники получают новые знания: углубляется их понимание этнокультурных процессов, появляется стремление рассматривать этнические феномены в широком социальном контексте, приходит понимание относительности культурных норм, возрастает интерес к этнокультурной, этнопсихологической проблематике.

С другой стороны, возрастает значимость этнического фактора в общем процессе личностного самоопределения участников, увеличивается интерес к истории народа и семьи, происходит переосмысление содержания работы в молодежных клубах и организациях и рост интереса к ее этнокультурному компоненту.

А также, получив новые знания о себе и своих соседях, ребята относятся к представителям других культур с большим пониманием и уважением.

Занятия по актуализации этнической идентичности предъявляют особые требования к ведущему. Они, с одной стороны, обладают определенной тематической спецификой, с другой – подчиняются общим принципам социально-психологического тренинга. То есть тренер должен быть в одно и то же время и хорошим модератором, и компетентным экспертом в этнокультурных вопросах. Даже наличие хорошего тренерского опыта не является гарантией его способности продуктивно работать по этнокультурной теме при отсутствии соответствующей подготовки. Возможность ведущего дать участникам компетентную обратную связь, привести грамотные примеры, прокомментировать итоги дискуссии значительно повышают результативность упражнений. Тренер по возможности должен иметь опыт участия в курсах по этнической идентичности в качестве слушателя. Хорошая осведомленность позволит тренеру выбрать оптимальный подход к обсуждению темы идентичности, поскольку ее не всегда удобно обсуждать «в лоб». В качестве тем, подводящих к откровенному разговору, могут выступать такие темы как «Культура», «Семья», «Родина» и т. д.

Основным механизмом, содействующим актуализации гражданской и этнической идентичности, является рефлексия – осмысление личного опыта и

опыта других, формирование собственного ценностно – смыслового отношения к обсуждаемым вопросам. Поэтому очень важно создавать в группе атмосферу, способствующую анализу и осмыслению полученного опыта. Ведущему следует придерживаться принципа: важно не само по себе упражнение, а возможность обсудить его в группе. При планировании мероприятий следует заложить достаточный временной ресурс для обсуждения результатов упражнений. Не нужно стремиться увеличить количество упражнений, лучше постараться организовать содержательное и разностороннее обсуждение каждого из них. Два упражнения, сопровождающиеся увлекательной дискуссией, больше повлияют на этническое самоопределение участников, чем десять упражнений без обсуждения.

Нередко возникают ситуации, когда обсуждение проблем, связанных с этнической или гражданской идентичностью, вызывает у участников довольно болезненные воспоминания или переживания. Ни в коем случае нельзя игнорировать подобный опыт, его важно проговорить и осмыслить. Хорошей поддержкой в этом случае может стать обратная связь со стороны группы: возможность поделиться своими чувствами, получить поддержку со стороны других позволяет снизить остроту переживания.

При этом важно помнить, что проблематика этнической идентичности не предполагает наличия «правильных» и «неправильных» ответов. У каждого есть свое субъективное мнение по этому вопросу. Поэтому не нужно добиваться от всех равного участия и откровенности. Некоторые слушатели предпочтут не выступать с публичными заявлениями. Тренер может пригласить их к дискуссии, но, ни в коем случае, не провоцировать и не принуждать. Молчание вовсе не свидетельствует об отказе продуктивно работать над упражнениями, оно может быть также показателем глубокого личного интереса. Для наилучшего усвоения материал должен быть представлен не то вербально, но и визуально. Можно фиксировать на доске

наиболее значимые пункты обсуждений, рисовать графики и схемы, не только значимые

По возможности следует использовать иллюстративный материал: фотографии, аудиозаписи, отрывки из кинофильмов. Это повышает эмоциональную значимость занятия, дает новый вектор дискуссии. Новые образы позволяют выйти за рамки группы и сделать беседу более непринужденной. К примеру, участники могут забыть о каком-то аспекте или просто не знать того или иного факта. В этом случае иллюстративный материал может подтолкнуть мысли участников в новом направлении.

Перед подготовкой мероприятия, связанной с национальным гостеприимством и актуализацией этнической и гражданской идентичности важно соблюдать определенный порядок и прописывать основные этапы проведения:

1. Подробно описать и изучить целевую группу мероприятия (возраст, количество мужчин и женщин, национальный состав группы, наличие представителей субкультур, вероисповедание, пищевые предпочтения участников и т.д.). Из практики проведения проекта «Гражданинициатива» Немецкого молодежного объединения: рабочий график на семинаре с малочисленной группой строился с учетом наличия двух человек в группе, совершающих пятиразовый намаз, а также на многих проектах учитываются предпочтения в пище – халяль и вегетарианство.

2. Определение цели мероприятия.

3. Определение формы и содержательных блоков мероприятия (теоретический блок, формирование общего понятийного аппарата, упражнения, вопросы для дискуссионных площадок, работа в малых группах, подготовка наглядного материала для визуализации – видео, карточки, картины, презентации, и т.д).

4. Подбор упражнений с учетом особенностей целевой группы, целей, времени проведения мероприятия, планирование вопросов для обсуждения по итогам проведения упражнений.

5. Составление программы, тайминг по программе.
6. Оценка программы, подготовка реквизита, необходимых ресурсов.
7. Разработка способов оценки эффективности мероприятия.
8. Корректировка программы. Составление окончательной версии программы мероприятия.

Для «прогрева» целевой группы и подготовки аудитории к слаженной работе, можно за 3–5 дней до проекта, провести знакомство участников в онлайн-формате. Для этого необходимо создать чат в любом мессенджере, поддерживающем формат отправки видео- и фотоматериалов. В чат приглашаются все участники мероприятия, где им задаются определенные задания, связанные с этнокультурной темой. Первым заданием может быть подготовка видеовизитки от каждого участника в национальном костюме или с использованием элемента национального костюма в одежде, возможно использование родного языка в речи с обязательным переводом на русский язык. Таким образом, до мероприятия можно собрать более полную информацию об участниках и дать им возможность познакомиться друг с другом в таком формате. Групповая динамика будет запущена до мероприятия, и это позволит облегчить рабочие процессы в группе, а также сгладить «острые углы» при обсуждении некоторых вопросов. Задания в чате могут быть разные, это зависит от готовности выполнения участниками таких заданий, мобильности и реакций друг на друга. Для некоторых упражнений можно принести на мероприятие семейные реликвии или сделать их фото для того, чтобы после проекта создать «Музей национальных семейных ценностей», такой музей может быть сохранен в электронном формате и быть использованным как наглядный материал для других групп при согласии участников на распространении такой информации.

Оценка эффективности мероприятия занимает важное место в подготовке проекта в целом. Примеры оценки эффективности мероприятия:

– Обратная связь от участников непосредственно сразу после мероприятия:

Вопросы:

– Что для вас явилось самым важным на мероприятии?

– Что нового вы узнали или поняли в ходе мероприятия?

– Что вы теперь будете делать по-другому?

– Тесты, опросники до и после мероприятия – замеры результатов, при обработке учитываются разница показателей в замерах до и после мероприятия.

– Анализ мероприятия с точки зрения полученного опыта для организаторов, организации или тренера.

– Отзывы участников после проведения мероприятия, необходимо дать время участникам осознать результаты проекта, и попросить обратную связь спустя некоторое время.

Часть 3. Традиции гостеприимства народов России

2.1. От Калининграда до Урала

Выбранный регион напоминает детскую мозаику, включая в себя Европейскую часть России: самую населенную часть страны; Урал и Северный Кавказ, расположенные в Азии или на границе Азии и Европы, а также Калининградскую область.

Здесь проживает более 50% населения Российской Федерации. Эти территории можно считать историческим ядром, внутри которого сложились самые многочисленные народы страны – славянское население, тюрки, финно-угры, кавказские группы, и даже представители монгольской группы народов – калмыки.

Природа здешних мест охватывает зоны от суровой тайги Русского Севера до снежных вершин Кавказа. Кого-то влекут крупные речные артерии, такие как красавица – Волга, а кто-то мечтает побывать на Белом или Черном море. Также разнообразны и традиции гостеприимства, вырабатываемые веками как, например, «кавказское гостеприимство», превратившееся из культурного элемента в современный успешный бренд.

Народы Северного Кавказа

Кавказское гостеприимство

В административном отношении Северный Кавказ 7 республиками: Адыгея, Карачаево-Черкесия, Кабардино-Балкария, Северная Осетия-Алания, Ингушетия, Чечня и Дагестан, и 2 краями: Краснодарским и Ставропольским. Все эти образования входят в Южный и Северо-Кавказский федеральные округа.

Столь же разнообразен и этнический состав населения Кавказа. Корифеем отечественной этнологии – В.А. Тишков, указывает в одной из своих работ, что «население Северного Кавказа – самое пестрое в России по этническому составу». И действительно, лишь часть республик Северного Кавказа имеет по

одной «титულიной» национальности, например, в Адыгее – адыгейцы, в Северной Осетии – осетины. Жители региона относят себя более чем к 80 национальностям. Около трети жителей Северного Кавказа образуют 17 крупных этнических групп, каждая численностью не менее 100 тыс. человек. Северокавказский регион уникален тем, что помимо больших этнических групп там расселены десятки малочисленных, насчитывающих по одной тысячи человек и менее.

Жители Северного Кавказа говорят на абхазо-адыгских, картвельских и нахско-дагестанских языках (в их числе кабардинцы, адыгейцы, черкесы, шапсуги, чеченцы, ингуши, аварцы, даргинцы, лезгины, лакцы и др.). Кроме того, в структуре населения Северного Кавказа есть представители индоевропейской (например, осетины), алтайской (карачаевцы, балкарцы, кумыки, ногайцы) и семитской языковых семей.

Однако, не смотря на столь пестрый состав, традиции «кавказского гостеприимства» имеют схожую природу, основанную на уважении к гостю. Эта черта описана многими путешественниками, посетившими Северный Кавказ в разное время.

«Выше всего восхваляется их щедрость, почему они много дарят из своего имущества, за исключением лошади и оружия. <...> вообще долг гостеприимства свято соблюдается по отношению к любому человеку. Хозяин и гость у них называют друг друга «кунак». Хозяин провожает гостя до следующего кунака, охраняет его и, если потребуется, то отдает за него свою жизнь как самый верный друг. И хотя, как было сказано, грабеж в этой стране такое обычное дело, что на нем, казалось бы, и не грех заработать, однако кунакам своим они остаются верны и дома и вне дома», – писал автор первой средневековой монографии о предках адыгов путешественник, географ и этнограф эпохи итальянского Возрождения Джорджио Интериано.

Более века спустя его характеристики повторил Джованни да Лукка в своем «Описании перекопских и ногайских татар, черкесов, мингрелов и грузин»: «Нет в мире народа добрее этого, или радушнее принимающего

иностранцев. Они сами услуживают тому, кого поместили у себя, в течение трех дней».

До настоящего времени обязанности гостеприимства распространялись на любого мирно вошедшего во двор дома или вступившего на землю, принадлежащую хозяину, в том числе и на иноплеменника. Гостем считался и тот, кто оказывался в селе проездом. Человека, неприветливо встретившего гостя, осуждали, он терял уважение и престиж у народа.

В XVII веке, по мнению авторов европейских описаний, гостеприимство хозяев оценивали по тому, возвращался ли гость в их дом, если оказывался в населенном пункте повторно. В случаях, когда гость позволял себе принять приглашение остановиться от других хозяев, «прежний хозяин считал бы себя обиженным, тем, что ему показывают, будто он дурно принимал гостя».

В культурологических исследованиях тема гостеприимства связана с еще одним символом Кавказа – долголетием. «Гость приносит семь счастья, б оставляет хозяевам, одно уносит с собой», говорят в Абхазии. Схожие черты можно найти и в карачаевских пословицах: «Куда не заглянет гость – не заглянет добро», «В гостеприимном доме котел всегда над огнем», «Пришел гость, вешай котел».

Для посещения гостей необязателен был серьезный повод. Зарезал кто-либо барана – к нему являются незваные гости, и хозяин обязан разделить с ними трапезу. Его при этом не приглашают даже сесть за общий стол, он молча садится сам, как в собственной семье. Приехал кто-либо с базара и привез что-либо съестное, лакомство – незваные гости и тут, и опять угощение с сообщением новостей.

Традиции гостеприимства у мусульманских народов Кавказа особенно ярко проявляются в праздничные дни. Так, на протяжении всего месяца Рамадан все желающие, даже незнакомые люди, могут приходить в гости к кому захотят. В праздничные дни накрывают столы со всевозможными яствами, готовятся различные блюда, как европейской, так и национальной кухни. Этой «праздничной» возможностью чаще всего пользуются молодые

люди, которые подыскивают себе девушку, или женихи, не имеющие возможности в обычные дни посещать дом девушки, за которой они ухаживают.

У некоторых народов есть более четкие правила и приметы, связанные с гостеванием. Так, у ингушей в первые два-три дня празднования Ураза-байрам в гости ходят только мужчины, лишь на четвертый день очередь переходит к женщинам. А у осетин есть примета, гласящая, что первый гость приносит счастье или несчастье в наступившем году. Гость входит с теми же обрядами и пожеланиями, как и ночные колядовщики, а хозяева замечают, кто был у них первым гостем. Взаимные посещения и угощения продолжаются несколько дней подряд.

Пребывание гостя в доме регламентировалось негласными правилами. Как только гость входил во двор, хозяйка шла к очагу готовить для него угощение. Европейские путешественники XIX века писали, что «обед не подается в положенные часы; едят, когда голодны, и где находятся в ту минуту. Когда же есть гость, церемоний соблюдается больше; угощение бывает сколько можно блестящее, но сами они [черкесы] есть при гостях считают постыдным делом и недостатком вежливости...».

Чтобы не смущать гостей и создать им обстановку для отдыха и покоя, хозяева уходили и оставляли с ними только одного родственника или оставляли одних. Для того, чтобы развлечь почетных гостей, устраивали танцы, приглашая молодых родственников и соседей. Когда гости ложились спать, женщины-хозяйки (обычно снохи) «чистили им одежду», стирали и штопали носки, мыли обувь. После трех дней пребывания гость или гостья делали попытку принять участие в хозяйских делах. Им обычно доверяли выполнять наиболее легкие, приятные виды работ. Женщины, например, могли шить, вышивать, готовить сладкие блюда.

Ради гостей в некоторых местах даже откладывали погребальные церемонии. Если в гости приходили уважаемые люди Ингушетии или особо почитаемые родственники семьи (родственники со стороны зятя, снохи,

старые родственники со стороны деда, бабушки, отца и матери) не зная, что данную семью постигло горе, их принимали так, как будто ничего не произошло. Если в доме покойник, его прятали в дальнюю комнату или его ложе задвигали под кровать, а гостей встречали с улыбкой, дабы не омрачить их настроение. Лишь проведив их с почестями, хозяева продолжали похоронную процессию, панихиду и традиции.

О почетном статусе гостя в социальной иерархии говорит и то, что при появлении гостя или незнакомого человека, хозяева встают и могут сесть только после настойчивых уговоров. Такие же действия со стороны младших соблюдаются в отношении старших, свидетельствуя об уважении и почтении к ним. Однако, это правило не распространяется на членов семьи. При появлении несемейных родственников – по этикетным нормам большинства народов встают все присутствующие и после обмена приветствиями старшие по возрасту, в том числе и вновь прибывшие, садятся строго по рангу.

У кабардинцев в среде привилегированных сословий по традиции имелись два гостевых помещения. Одно представляло собой отдельный дом за оградой основной усадьбы, со своим собственным двориком, коновязью и конюшней, другое – гостиную в общем жилом доме. Бывало даже, что строились два отдельных гостевых дома, один из которых, за оградой жилого дома, предназначался для самых почетных гостей. У балкарцев эта традиция распространения не получила, и обычно ограничивались гостевой пристройкой к жилому дому.

Гостей встречали богатым угощением, было принято всегда иметь в запасе продукты, предназначенные для встречи гостей. Проявлением этикетного символизма является рассаживание сотрапезников за столом в соответствии с возрастом и почтенностью гостя. Особенно почетными гостями являются представители других народов, фамилий, родственники невестки и замужней дочери. Прежде чем сесть за стол, все уступают друг другу более почетные места. Близкие родственники садятся ближе к дверям. В любом застолье, от рядового до праздничного, обязательно наличие тамады.

Мужчины и женщины сидели за разными столами и в разных помещениях, дабы каждая из сторон не чувствовала себя скованной. Дети не сидели вместе со взрослыми за одним столом, а угощались в другой комнате под присмотром взрослого. Гость независимо от возраста, национальности, верования обязан был сидеть за столом рядом со старшими. По карачаево-балкарскому этикету, гостя, случайно попавшего на пир, усаживают, угощают, а о том, кто он такой, гость говорит присутствующим сам, когда тамада предоставляет ему слово для тоста. Расспрашивать его без предоставленного тоста считается проявлением пренебрежения.

Если при приеме почетного гостя хозяева не садились за стол, то они вообще не ели или ели после гостя. При всех обстоятельствах хозяин не должен был опережать гостя, скажем, есть быстрее или первым отодвигать блюдо. Распорядку застолья уделялось больше внимания, чем изобилию еды. Руководил распорядком – переменной блюд, тостами и т. п. – не хозяин, а кто-нибудь другой, старший из присутствующих за столом.

В повседневном быту скатерти не использовались. Однако во время приема гостей абхазы обеденные столы накрывали домотканой скатертью – *акэыришэ*. Еще в 70-х гг. XIX в. при парадных обедах, стол или правильнее скамейки, покрывались полотенцем или куском коленкора, а яства расставлялись на различных тарелках, на колени каждого гостя, расстилали домотканые полотенца – *ашьамхкэыришэ*, выполнявшие роль салфеток.

Когда гости садятся за большие столы, в первую очередь принято заносить хлеб-соль, затем мясо и другие блюда. Более почетные, престижные куски мяса (голова барана, грудинка и курдюк) предлагают гостям. Их подача на стол освящена особым ореолом торжественности.

У ингушей лучшими национальными блюдами для гостя считается отварное мясо с кукурузными галушками, чесночным соусом и бульоном, а также сушеное мясо с галушками и чесночной приправой. Хорошим угощением для гостя считается мясо птицы, особенно индейки, с кукурузными галушками и чесночной приправой. Жареными на топленом масле яйцами

угощают гостей – близких родственников, соседей; почетных гостей до приготовления баранины, на скорую руку.

У карачаевцев для гостей-женщин выделяются «почетные» передние три ребра бараньей тушии берцовые кости, язык с челюстью, а также позвоночные кости и колбасы. Для особо дорогих гостей закалывали специально предназначенного для убоя вола. В числе излюбленных молочных продуктов, предназначенных для стариков и гостей, следует назвать вареные пенки – *къаймакъ*. Также имело большое значение в конце трапезы и то, как поставлено на стол блюдо с половиной головы жертвенного животного. Если половина головы была повернута носом в сторону двери, гостю следовало спешить уйти. А если нет, то не было основания спешить.

У кабардинцев это грудинка и пупок птицы, правая половина головы и правая лопатка барана; у балкарцев, отдававших предпочтение баранине, – правая лопатка, бедренная часть, суставы задних конечностей. Хозяевам доставались менее излюбленные куски, распределявшиеся в порядке старшинства.

Особым праздничным и гостевым блюдом в чеченской семье было *кортий-накхий* (голова-грудинка) – мясное блюдо, преподносимое важным гостям в начале застолья, это, приготовленное из только что освежеванного барана. На поднос клали хорошо опаленную и проваренную голову барана, на середину подноса укладывали вареную грудинку, бараний курдюк. Гостевым являлось блюдо из бараньих глаз. Его подавали с ореховым соусом, гарниром из картофеля или риса, а иногда и с мамалыгой.

Столь же важный элемент трапезы связан с подачей вина к столу, традиционно считавшегося божественным напитком. У абхазов, поднимая первый бокал, каждый, кто сидит за торжественным столом, обязан вновь произнести ритуально-символическое словосочетание, естественно, с соблюдением принципа возрастной иерархии: «Бог, дай тепло своих очей!».

В некоторых группах гостей было принято одаривать. Например, у ингушей гостям дарили платки, которые заранее запасали в зависимости от

количества предполагаемых гостей. В некоторых больших семьях, где много родственников, число платков могло варьировать от 100 до 500.

В прошлом кроме платков девушки дарили избранным гостям праздничные флаги (кусок ткани размером 70x100 см) разных цветов, но преимущественно зеленого, с изображением звезды и полумесяца и с вышитыми или написанными бронзовой краской добрыми пожеланиями. Платок являлся знаком особого уважения, им, подчеркнем еще раз, одаривались лишь определенные гости. Так, если речь шла о родственниках, то их в первую очередь дарили ближайшим родственникам снохи или замужней дочери, почетным старикам и членам местного духовенства.

В последние годы на празднике стали одаривать гостей пожилого возраста носками. По мнению исследователя О.С. Павловой: «со временем происходит какое-то своеобразное смешивание традиций между соседними народами. К примеру, в Ингушетии принято мужчине, пришедшему в день празднования Рамадана, дарить в подарок чистый носовой платок. В Чечне такого раньше не было. Но вот уже несколько лет как этот ингушский обычай переняли чеченские хозяйки. Другой обычай, пришедший на этот раз с востока от Чечни, – в Дагестане вместо платков принято дарить носки. Естественно, новые, в упаковке».

Каждый хозяин, который держал пчел, старался сделать подарок гостю в виде пчелосемьи или меда. «Гость, принятый медом, собранным окуриванием пчел», – говорили, желая подчеркнуть высокий уровень гостеприимства. Это нечто вроде принятия гостя резанием барана. Напиток из одной части меда и шести частей воды называли «напитком для гостя».

В числе значимых подарков для дорогих гостей также значилась бурка (верхняя мужская одежда типа плаща из войлока).

У чеченцев в честь гостя организуется *синкъярам*, где тот может предложить «руку и сердце» любой девушке или вдовушке. Девушке, понравившейся гостю, последний мог быть не по душе (из-за возраста, внешних данных, отсутствия красноречия и пр.), но она не могла перечить

воле гостя. Свой «протест» девушка могла высказать только в песне. По форме – безадресная, сатирическая песня крайне едко высмеивает не встречающее должного сочувствия «увлечение» гостя.

У кавказских народов бытует один общий охотничий обычай. Когда гостеприимный хозяин охотился с гостем, то первый выстрел, несомненно, предлагался последнему, даже если он был моложе охотника.

Гость считался посланцем бога, защита его имущества и самой жизни вменялась в прямую обязанность хозяина. «Вошедший в дом, – писал Хан-Гирей, – вступает во все права гостеприимства, под защиту родовых прав хозяина... Если кто оскорбит его или что-нибудь похитит у него, то хозяин за все вступается: обида, нанесенная гостю, равномерна обидна и хозяину, который жертвует жизнью и достоянием, стараясь доставить удовлетворение гостю, так же и себе, ибо недостижение этого приписывается его слабости, унижающей до оскорбления его род. Гость случайный остается под такую же защиту до тех пор, пока не съедет со двора». Даже личная вражда не освобождала хозяина от долга гостеприимства, перед человеком, переступившим порог его дома.

Очень точно охарактеризовали право гостя на защиту со стороны хозяев адыгские просветители. «Хозяин, – писал Ш. Б. Ногмов, – отвечает перед всем народом за безопасность чужеземцев, и кто не сумел сберечь гостя от беды, или даже простой неприятности, того судили и наказывали. Хозяин должен был, в случае надобности, жертвовать для гостя жизнью».

Это правило описано и в заметках европейских путешественников разных периодов. «Тот, кто принимает странника, защищает его, если это необходимо, не только своей кровью и жизнью, но также и всеми родственниками, и не отпускает гостя без конного эскорта, провожает его до следующих своих союзников, причем убийство или причинение несправедливости гостю отмщается так же, как убийство единокровных родственников», – пишут авторы XVII–XVIII вв.

Адыги, провожая гостей на дальние расстояния, иностранцев не покидали до тех пор, пока не передадут их в надежные руки, следующему хозяину.

Осетинец жертвует всем, чтобы защитить от обиды своего гостя. Незыблемость этого правила отражена в вербальном стандарте молитвы о покровительстве и защите: «Сделай его [Боже] своим гостем». Если бы женщине вне дома понадобилась какая-то услуга, мужчина ей будет покровительствовать. Таким образом, приглашение и прием гостя предполагали всестороннюю ответственность за него и его охрану.

Гость карачаевцев, вручив свое оружие хозяину дома, давал понять, что он находится под покровительством хозяина дома. Хозяин понимал, что гость совершил какое-то преступление. Его надо было оберегать.

Если же в доме оставалась лишь хозяйка, муж которой оказался вне дома, то роль мужчины – защитника гостя, исполнял сын или близкий родственник на правах хозяина дома. Если в дом, где не было мужчины или он отсутствовал временно, прибывал гость-мужчина, его принимали женщины, но в доме ночевали пожилые женщины или мужчины-родственники. Этот обычай соблюдается и сейчас.

Важным этикетобразующим звеном цикла был отъезд гостя, его проводы. У осетин один из представителей хозяев снимал шапку, поднимал *нуазан* (почетный бокал) и произносил прощальное слово.

У карачаевцев согласно этикету, провожая гостя, первым из дома выходил хозяин, вслед за ним гость. Проводить гостя выходили вначале мужчины, а затем женщины. Прощаясь, было принято пожать друг другу руки и обменяться фразами: «Счастливо оставаться!», «В добрый путь!». Непременным условием при прощании была просьба гостя к хозяину, чтобы последний обязательно посетил и его дом. Уехать, не попрощавшись, считается верхом неприличия.

Таким образом, на Кавказе, как в культурной «кладовой» сформировался комплекс норм, сочетающих традиции приема гостя, основной категорией в котором было уважение и помощь. Специфическими формами

гостеприимства были этика приема гостя, куначество (иногда его сравнивают с побратимством), а также уже не столь востребованные в современном обществе аманат и аталычество. Все это позволяет говорить о кавказском гостеприимстве, как о социальном феномене, культурном символе и сейчас уже – об уникальном и востребованном бренде.

Башкирское гостеприимство

Не менее достойное место на карте гостеприимства занимает и Башкирия, расположенная на границе изучаемого региона. Титульной нацией здесь являются башкиры. Говорят они на башкирском языке западнотюркской подгруппы тюркской группы алтайской языковой семьи. По своим конфессиональным и языковым особенностям башкиры близки народам Кавказа. Объединяет их и еще одна черта – гостеприимство.

О гостеприимстве башкир как отличительном свойстве их национальной души писали древние путешественники, русские ученые и писатели XVIII–XIX вв., которые на своем собственном опыте могли судить о щедрости и радушии башкирского характера.

А у самих башкир существует целая легенда, объясняющая важность традиций гостеприимства. «Когда был создан мир, собрал Бог гонцов от всех народов и раздал им по пять самых разных праздников. По пути домой у башкира сломалась телега, и он отдал их другим, чтобы не оставлять на дороге. Невесело было жить башкирам без праздников, и они снова отправили к Богу гонца. «Кончились у меня праздники, – ответил Бог. – Если они вам очень нужны, приглашайте гостей. Каждый из них принесет с собой праздник». И с тех пор приглашение в гости стало у башкир обычаем. Пришел гость – значит, пришел в дом праздник».

В народных верованиях бытовало представление о том, что «угощение и камень растопит», т.е. гостеприимство обладает удивительной способностью обезоруживать стихийное зло и болезни. Существовало поверье: чтобы

умилостивить и обезопасить болезнь, нужно пригласить ее в гости и оказать самый радушный прием.

Башкирия – поликонфессиональный регион, но традиционно башкиры – мусульмане, поэтому весь месяц Рамазан в течение светового дня башкиры-мусульмане соблюдают пост. Среди них распространен обычай приглашать в дом муллу и созывать гостей на разговление (постепенный переход на привычное, типичное до поста питание). В один из дней поста, после захода солнца гости собираются за столом с обильными угощениями. В дни Курбан-байрама, а праздник продолжается три дня, верующие ходят друг к другу в гости, дарят подарки.

Традиции гостеприимства ярко проявлялись и во время Сабантуя – праздника плуга, который проводили накануне весенних полевых работ, а местами после них. У многих народов Сабантуй превратился в синоним веселья, застолий и пиров. И это не случайно. Для праздника забивали кобылицу или несколько баранов, корову, приглашали гостей из соседних деревень, до и после общей трапезы устраивали борьбу (*көрәш*), конные скачки (*бәйгә*), соревнования в беге, стрельбе из лука, состязания в перетягивании канатов, бой мешками, разбивание горшков с завязанными главами и др.

Однако, временем частых гостевых визитов была зима. Именно в эту пору было принято ездить в гости. В честь приезжавшей родни хозяином устраивалось застолье – *Кунаккүрһәтәү* (показ гостей), куда собирались живущие поблизости члены семьи и соседи. Этикет требовал, чтобы каждый приглашенный участник застолья в ответ позвал приезжего гостя к себе и выразил к нему уважение, показав свой дом и вкусно накормив.

В начале зимы, в период массового забоя скота, башкиры сельской местности, как и раньше, заготавливают колбасы. Из говядины или баранины (реже конины), вернее, из ливера, делают *тултырму*. В некоторых семьях до сих пор существует обычай приглашать гостей на угощение тултырмой.

В хозяйстве башкир далеко не последнюю роль играло птицеводство, поэтому особое распространение имели гусиные помочи (*казәмәһә*). Организовывались помочи поздней осенью либо зимой. Хозяйка лично приглашала каждого из гостей. Получить приглашение считалось большой честью и оценивалось как форма признания мастерства женщины.

Однако, теснее всего в башкирской культуре неразрывно связаны между собой два важных символа – гостеприимство и мед. Есть здесь обычай: коль попал на откачку, выпей стакан меда. Гость в такую минуту – добрая примета, но только если он отведаст угощения.

Для приема гостей у зажиточных башкир существовал специальный дом – *Кунакйорто*, а у тех, у кого не было такой возможности, гостиной служила часть дома. Дом для гостей был своего рода и центром воспитания и социализации подрастающего поколения. Здесь исполнялись героические песни, *кубаиры*, рассказывались предания и постигался смысл социальной организации и ее отражения в традициях гостеприимства.

Раньше во время гостевых трапез мужчины и женщины рассаживались отдельно; иногда в разных комнатах (или даже домах), но чаще для женщин организовывалось угощение за занавесом. Мужские застолья оформлялись более торжественно, женщины же публично не трапезничали. Данный принцип размещения гостей за трапезой в наши дни уже не соблюдается, все располагаются за одним столом.

При рассаживании гостей, как в мужском, так и в женском кругу, соблюдались определенные правила. Почетные места во главе застолья предназначались мулле и аксакалам, далее учитывались социальный статус, старшинство, родственная принадлежность приглашенных. При равных основаниях предпочтение отдавалось тому, кто приехал из более отдаленного места; говорилось, что у него «дорога старше».

Гости делились на несколько условных категорий, в соответствии с которыми организовывался их прием. Были гости званые и случайные, приезжающие часто или изредка. Званых гостей встречали у ворот. Обычно

это делали мужчины или взрослые дети, реже – женщины. До 1970-х годов в некоторых деревнях сохранялась традиция накрывать отдельные столы для мужчин и женщин. Обильное угощение являлось обязательным элементом гостеприимства, поведение гостя и хозяина было четко регламентировано.

Первыми начинали и последними заканчивали трапезу сами хозяева, хозяин же распределял кушанья на мужской половине, женщины садились за трапезу отдельным кругом. В присутствии гостей в доме все члены семьи должны были всячески выказывать дружелюбие и внимательное отношение к малейшим желаниям гостя, не допускались выражения недовольства, пререкания между собой, чтобы гость не принял это на свой счет

Именно в застолье познавался скрытый смысл башкирского гостеприимства, очень точно подмеченный Мустаем Каримом. Глубоко философско-педагогический и практический, этот смысл отражен в следующих словах писателя: «Не только в поле, но и в застолье познается человек. Порой в труде, в поле что не узнаешь, то потом в застолье постигнешь. В круг стариков и молодежь принимают. Пусть слушают».

Кроме возрастной субординации за столом соблюдалась и субординация нравственная. Свое яркое отражение она нашла в рассказе «Батя Ялалетдин» М. Карима: «Содержимое чугуна хозяйка вывалила в эмалированный таз. Гора дымящегося картофеля в мундире выросла перед нами.

– Ну, приступим, пожалуй, – сказал хозяин.

Первым потянулся Зуфар. Но отец быстро заметил и легонько шлепнул его по руке:

– Вперед сироты за пищей не тянись, запомни.

Бери, Миша, тебе первому. И все приступайте».

Башкиры деликатны в отношении гостей. У них не принято заранее говорить о предстоящем деле, расспрашивать гостя, пока он сам не расскажет о себе, разговаривать во время молитвы и трапезы и т.п. Любой разговор принято начинать с приветственных слов, затем следуют взаимные расспросы о благополучии семей, родственников и общих знакомых, скота и хозяйства.

Если встреча случается недалеко от дома одного из собеседников, то следует приглашение войти. Соглашаться сразу считается плохим тоном, обычно приглашение принимается только после долгих уговоров со ссылкой на ожидающий гостя накрытый стол.

Вкус башкирского гостеприимства помимо меда связан также и с лакомствами из мяса. Как и другие степные кочевники-скотоводы, башкиры употребляли мясо преимущественно в вареном виде. Любимым кушаньем у них был *бишбармак*, который стал своеобразным символом башкирской народной кухни. Лапшу-салму (*һалма*) для бишбармака нарезают квадратиками или ромбиками, отваривают в небольшом количестве бульона или воды, после чего, соединив с нарезанным мясом и *казы*, щедро поливают наваристым мясным бульоном. Бульон, в котором варились тесто, гостям обычно не подают. При угощении этим блюдом соблюдается определенная последовательность. Сначала, положив в деревянную чашу, подается мясо на кости, причем каждому из присутствующих предназначается его доля, по краю посуды в нескольких местах насыпается соль для обмакивания мяса. Затем выносится глубокая чаша с вареной салмой, кусочками мяса и конской колбасы. Важным компонентом угощения является мясной бульон – *һурпа* с разведенным *курутом* (традиционный кисломолочный продукт, вид сушеного творога), который подается отдельно, в небольших пиалах.

На юго-востоке Башкирии (Баймакский, Хайбуллинский, Зилаирский районы) до сих пор существует любопытный обычай, называемый *Итһогондороу* (глотание мяса). Взяв рукой с блюда небольшой кусок мяса с жиром, хозяин подносил его прямо ко рту гостя, тот должен был проглотить угощение и поблагодарить за оказанную честь.

К древним башкирским напиткам относится *буза* – мучнистый, слегка хмельной напиток. Она использовалась не только в повседневном питании, но и предназначалась для некоторых обрядовых, в том числе свадебных, трапез. Потребление бузы увеличивалось с наступлением поздней осени и зимы. Для приготовления этого напитка вымытое зерно (ячмень, позже – пшеницу или

пшеницу вместе с ячменем и рожью) ставили в теплое место до появления небольших ростков, а затем высушивали или замораживали, чтобы удобнее было смолоть на ручных жерновах или растолочь в ступе. Полученную массу заливали водой и варили. В остывший напиток для скорейшего заквашивания и бурного вспенивания добавляли немного нутряного бараньего жира (*туң май*), козьего или коровьего масла. Затем бочонок с напитком держали какое-то время в тепле для брожения. У башкирской бузы была довольно густая консистенция, сероватый или коричневатый цвет и кисло-сладкий вкус. Перед подачей гостям ее тщательно перемешивали, иногда в сосуд с напитком опускали раскаленный кусок чугуна, при этом он как бы вскипал, и на его поверхности появлялась обильная пена.

Употребляли башкиры кумыс, который они научились готовить многие столетия назад, а также башкирским национальным напитком стал чай, завезенный торговцами. Благодаря чаю не только утолялась жажда, он также был формой общения, церемонией и педагогическим средством. Н.А. Крашенинников писал: «Чай и сахар для башкира – самое дорогое на свете». Как и у большинства тюркоязычных кочевых народов более всего ценился горячий, почти кипящий, чай.

Неторопливая обильная трапеза, сопровождавшаяся степенной беседой, постепенно перетекала в более активную, развлекательную часть – *куңеласыу* (поднять настроение, развлекаться). И гости, и хозяева пускались в пляс под курай или гармонь, танцы сменялись песнями, и время пролетало незаметно. В ближайшие дни подобное мероприятие устраивала другая семья, затем – следующая. Таким образом участники *хугымашы* поочередно помогали друг другу, совмещая полезное с приятным. Этот период иногда затягивался на несколько недель, а то и пару месяцев. Структура *хугымашы* сегодня мало чем изменилась, разве что круг приглашенных стал более узким, ограничиваясь родственниками.

Традиции гостеприимства тесно связаны и с семейной обрядностью. На третий день после рождения ребенка у башкир было принято устраивать

праздник для более широкого круга женщин – *енсәйе* (чай/кушанье в честь младенца), в котором участвовали пожилые родственницы и соседки. Они приносили с собой угощения (масло, сметану, сладости и выпечку) и подарки ребенку, украшения – девочке, кисеты и лоскуты ткани – мальчику, произносили благопожелания.

Угостить роженицу считалось добрым делом, взрослые, не сумевшие прийти сами, отправляли на праздник детей. После трапезы гостям раздавались мотки ниток, заранее приготовленные роженицей – *енсәйе* (нити младенца), обязательно белого цвета. Длина ниток отмерялась следующим образом: нитки 10, 33 или 40 раз наматывались на руку от большого пальца и до локтя, или ногу от стопы до колена, затем отрезались. В северо-западных районах Башкирии по случаю праздника на стол ставился большой таз, который, передвигаясь по кругу, постепенно наполнялся подарками. И в настоящее время в башкирских селениях принято навещать роженицу после роддома, принося с собой гостинцы (сладости, выпечку, плов).

Завершала все церемония проводов гостя. О своем предполагаемом отъезде гости сообщали заранее. Церемония прощания предписывала взаимные пожелания всяческих благ и здоровья. «В ответ на угощение – угощение», «Ешь в гостях утку – готовь своего гуся», – рассуждал народ, и поэтому гость считал своим святым долгом пригласить хозяев к себе и оказать такой же достойный и радушный прием.

Собравшегося уезжать просили остаться погостить еще, однако без излишней настойчивости и надоедливости – хозяин должен был уважать желания и свободу действий своего гостя. Церемония расставания была последним аккордом великодушия в этом ритуале: гостя одаривали подарками, гостинцами для детей и домашних, желали всяческих благ и приглашали приехать еще. Открывали ворота и долго смотрели ему вслед, пока он не скрывался за ближайшим поворотом, деревом, домом.

Близкими соседями башкиров являются калмыки – уникальный во всех отношениях народ. В Европе лишь они исповедуют буддизм, к тому же являются единственными монголоязычными европейцами. В 1996 году открыт самый большой в Калмыкии и крупнейший в Европе буддистский храм Сякюсн-Сюме. В республике действуют Крестовоздвиженская православная церковь в с. Приютном, православный Казанский кафедральный собор в г. Элисте, мусульманская мечеть в п. Прикумском, две католические часовни – в г. Элисте и с. Веселом Городовиковского района.

Долгое время калмыки вели кочевой образ жизни, который сильно повлиял на традиции гостеприимства.

В своих этнографических описаниях И.А. Житецкий указывал, что Кибитка калмыка, кроме экстраординарных случаев, как болезнь, роды и т.п., всегда открыта для посторонних, и каждый калмык, знакомый или незнакомый, заходит в любую кибитку. Он входит, спокойно садится на месте согласно национальному этикету, закуривает трубку, принимает участие в разговоре, как у себя в кибитке. Хозяева, если только это лицо не из важных, нисколько не нарушают своего порядка жизни; но если они станут есть или пить что-либо, они обязательно предложат и вошедшему в кибитку.

Частые гости в доме расценивались как положительный признак. Однако, существовали и некоторые запретные меры на гостевые посещения. Нельзя было посещать кибитку после заката солнца, если у хозяев имелся грудной ребенок, так как вместе с гостем мог в жилище проникнуть злой дух и ребенок мог заболеть. Женщинам нельзя было ночью ходить по гостям, так как в подоле ее платья мог запутаться злой дух и проникнуть вместе с нею в жилище.

Гостей приглашали на первый ритуальный пир по случаю дня рождения ребенка, который устраивали на седьмой день после появления его на свет, когда его впервые представляли обществу. Самыми почетными гостями на пире были повитуха и старший родственник по материнской линии.

Весь Белый месяц (праздник начала весны) полагалось ходить в гости в следующем порядке: сначала проведать старших в роду, затем младших, после чего совершить визит к родственникам по материнской линии. Этой традиции во многом стараются придерживаться и сейчас.

Гость, по обычаям калмыков, должен быть напоен, накормлен и принят наилучшим образом. Для гостя ничего не жалеют, дают ему самое лучшее, иногда даже последнее. Бывали случаи, когда калмык, не имея ничего у себя, занимал у соседей, чтобы угостить приезжего.

Когда кто-нибудь подъезжал к кибитке, несколько человек выходили ему навстречу. Один из вышедших брал у гостя поводья лошади, отводил ее в сторону. Гость входил в кибитку. После обычных приветствий он садился в правой стороне кибитки, где ему подстилали *ширдг* (кошму). После этого младший из присутствующих брал у гостя трубку и раскуривал ее. Одновременно разводили огонь в очаге и варили чай. Чай подносил гостю младший в семье, причем считалось нетактичным и вместе с тем дурным предзнаменованием, если подносящий прольет хотя бы несколько капель из чашки. В таком случае молодому человеку делали замечание, и чашка доливалась, чтобы возратить счастье пьющего человека.

В традиционном быту калмыков существовал запрет на участие женщин в разговорах с незнакомыми гостями.

За все время пребывания гостя за его лошадью ухаживали члены семьи хозяина. Считалось позором для хозяина кибитки, если с гостем во время пребывания у него случится какое-нибудь несчастье. Каждого прибывшего гостя хозяин кибитки непременно должен был расспросить о корме, о скоте, о благополучии того аймака (родовая или племенная группа), рода, хотона (этническая группа), откуда происходит приезжий. Если гость ему был знаком, то его следовало спросить о здоровье стариков-родителей, детей, родственников и т.д. В свою очередь, гость обязан был расспросить хозяина о том же. К хотону нужно было подъезжать тихо. Издавать при этом шум, гиканье, крики считалось неприличным, точно так же нужно было и уезжать.

Приближающийся к кибитке гость, чтобы показать свои мирные намерения, должен объехать ее по солнцу, т.е. подъехать с правой стороны. Если человек подъезжает к кибитке с левой стороны, тем самым он выражает свои недобрые намерения. Спешившийся гость должен в первую очередь подать знак хозяевам кибитки. Способов для этого несколько. Во-первых, гость, перед тем как войти в кибитку, должен прочистить горло покашливанием, снять с себя оружие, положив на землю его и плеть. Войти в кибитку с оружием или плетью в руках или за поясом мог только недруг. Если у гостя в этот момент во рту находилась курительная трубка, то перед тем, как войти, он должен вынуть ее изо рта, а войдя может вновь продолжить курить. Если гость – пожилой человек и пользуется тростью, то ее он также оставляет у входа в кибитку. У гостя остается только небольшой нож на поясе, с ним он не расстается и использует его во время трапезы. Входить в кибитку, как и выходить, нужно с правой ноги, не касаясь порога и не наступая на него. Хозяева со своей стороны старались остановиться и сначала пропустить гостя, а потом уж выходить самому. До сих пор считается, что входящий несет в дом добро, но, тот, который не уступил дорогу входящему, уносит его тут же.

Войдя, гость должен поприветствовать хозяев. Стиль и форма приветствий у калмыков разнообразны. Они зависят от времени года и времени суток, когда происходит встреча, от того, как давно не виделись встретившиеся, от их возраста, социального ранга, степени родства.

Зашедшему в кибитку гостю при варении, например, мяса или чая, нельзя было уезжать, не отведав пищи. Если приготовления к их варению только делаются, то он может ограничиться тем, что бросит кизяк (высушенный или переработанный навоз, используемый в качестве топлива) в огонь очага, а затем выйдет.

Внутренние стены в типичном калмыцком войлочном жилище (*кибитке*) у состоятельных калмыков и священнослужителей занавешивались сплошной ситцевой или коленкоровой тканью, а земляной пол покрывался войлоками (*ширдг*) или коврами (в бедных семьях ширдг имелся только для сидений

почетных гостей, а пол устилался циновками). В глубине кибитки на полу расстилали войлочные покрытия, на которых днем сидели, а ночью спали гости и некоторые члены семьи.

На правой стороне от входа кибитки обыкновенно ставят домашнюю утварь – котлы, ложки, кочерга, кожаные ведра бурдюки и т.п. Там же стоит традиционная конусообразная кадка с поршнем, где постоянно содержат *арьян* (квашеное молоко) и откуда семейные или гости могут получить пищу (и ночью) во всякое время дня.

Традиционное деление кибитки на правую – мужскую и левую – женскую стороны определяется если брать за точку отсчета человека, стоящего в кибитке лицом к выходу, и гость соответственно по половому признаку и социальному статусу занимает в ней свое место. Правая сторона считается почетной стороной. Стариков и особо почетных гостей приглашали сесть выше – возле алтаря, это как раз напротив входа в кибитку.

По правилам степного гостеприимства только что вошедшему гостю не задавали вопросов: кто он, откуда и куда направляется. Если гость не специально присланный посыльный, спешащий по делу, то он также не спешит говорить о себе. Как только он займет свое место, хозяйка кибитки берет у гостя его курительную трубку, набивает табаком и, раскурив, возвращает хозяину. Если же у гостя нет своей трубки, но он курит, то хозяин угощает своей трубкой. Каждому гостю обязательно заваривают свежий чай.

Существует неписанный свод правил поведения человека в гостях в традиционной системе этикета. Когда в кибитку входил гость младше хозяина, он останавливался у порога: мужчина – с правой стороны, а женщина – с левой. Дождавшись приветствия от хозяина, поздоровавшись в ответ и получив приглашение, гость садился. В присутствии старшего младший садился на оба колена или на одно, подогнув другое под себя. Этикет не позволяет хозяину лежать при разговоре и прощании, соблюдалось равенство, разговор, как правило, шел обоюдный. Старшего или священнослужителя, хозяин выходил встречать сам, брал под уздцы лошадь, помогал слезть с коня.

Женщина считается младшей при хозяине, исключение составляли жены нойонов и зайсангов. Если приехала женщина, ей помогал слезть с коня и сесть младший мужчина, а у зайсангов – мужская прислуга. При разговоре младшие не называют старших по имени.

Ни гость, ни хозяева не имели права прислоняться к *баран* – месту, где собрано и сложено все лучшее имущество хозяина. Запрет объясняется тем, что если это место искривится, то приведет к тому, что у хозяина кибитки все дела никогда не будут завершены и во всем будет недостаток.

Этикетные нормы касались даже жестов. Поднося гостю во время застолья пиалу с чаем, требовалось держать ее обеими руками либо правой рукой, но ни в коем случае не левой. Правая рука считается благодатной – ее используют, когда что-либо отдают или принимают.

Не желательным было угощать гостя из чаши со сколом или трещиной по краю, это приравнялось к поиску повода к потасовке, ссоре. Возможным выходом из щекотливой ситуации являлось закрытие щербинки хлебным мякишем.

Пища калмыков не была разнообразной даже у калмыцкой аристократии. Топограф И.Ф. Бларамберг, который был в гостях у нойона Серебджаба Тюменя в 1836 г., написал впоследствии в своих мемуарах: «... нас ждал обильный обед или, скорее, ужин полуфранцузской, полукалмыцкой кухни: мясо жеребенка, очень нежное и вкусное, бешбармак («пять пальцев») – рубленое мясо в соусе, которое калмыки едят руками, баранина и шашлык; в изобилии имелись хорошие французские вина, а также шампанское...».

С появлением на территории калмыцких улусов русско-украинских поселений в пищу калмыков вошло мясо свиней и домашней птицы. Кочевой быт не располагал к разведению свиней и домашней птицы, но калмыки были знакомы с их мясом, когда охотились на диких кабанов и птицу в зимнее время. Блюда, приготовленные из домашних свинины и птицы, считались деликатесом, поскольку не каждый мог позволить себе дорогое покупное мясо.

Отдельно надо отметить употребление в пищу такого продукта как кровь животных. В условиях кочевого быта кровь считалась ценным питательным продуктом, поэтому, когда резали скот, то старались это делать без пролития крови. Вареная кровь была деликатесом, которым угощали только самых уважаемых членов общества – стариков, гостей и других, имевших статус почетного лица.

Если же гость оставался ночевать, то вечером специально для него резали барана. Такое угощение считалось признаком наибольшего уважения к гостю со стороны хозяина кибитки. Сваренное мясо вынимали из котла и укладывали в одну посуду. Из нее хозяйка раскладывала мясо присутствующим в чашки, каждому в соответствии с его положением. Существовала и специальная посуда для мяса: большие круглые блюда *тавг* и продолговатой формы *теви*, в которых гостям подавали традиционно почетные части мясного угощения.

Старикам всегда давали лопатку, при этом они не должны были есть ее в одиночестве – тот, кто ее получил, должен был поделиться с другими. Если лопатку давали кому-нибудь из гостей во время свадьбы или других торжеств, то он непременно должен был переломить ударом пальца лопаточную кость в ее широкой части, для чего она предварительно тщательно очищалась от мяса. Если съевший лопатку был не в состоянии это сделать, то считалось для него позором. Человек, который чувствовал, что он не в состоянии отбить кусочка лопатки, ни под каким видом не дотрагивался до нее и должен был вернуть ее обратно.

У современных путешественников калмыки скорее ассоциируются с такой экзотикой, как кюр – бараниной, тушеной в желудке в собственном соку, в земляной яме без использования посуды. Ведь «калмык без баранины – не калмык». Варка национального мясного блюда кюр – занятие преимущественно мужское. Женщины, причем только пожилые, приглашаются для «вспомогательных работ» - подготовки ингредиентов.

Еще одна диковинка для современного путешественника – калмыцкий чай – напиток, в котором кроме чая можно обнаружить мускатный орех,

парное молоко и сливочное масло. Гостеприимные хозяйки могут подать к чаю обязательный атрибут традиционной трапезы, аппетитные борцоки – лепешки из сдобного теста, которые жарятся в кипящем жиру. Причем, как отмечали, например, участники экспедиции журнала «Вокруг света», лепешки эти не плоские, а фигурные и «со смыслом»: если вам подают «хуц», то есть изделия в виде барана, значит, желают большого приплода. Узорчатые намекают на солнечный свет и удачу, а самые красивые крученые «мошкут» – символизируют «узел счастья», одну из Восьми буддистских драгоценностей.

Были распространены у калмыков и более крепкие напитки. Важному гостю в качестве подарка было принято преподносить «тепленькую» молочную водку (*арьку*). Непринятие дара грозило не только обидой хозяина, но и несчастьем кибитки. Употребляли ее сразу по готовности, не давая остыть, отсюда и ее «тепленькое» название. Конечно же бытование этого напитка связано с основной хозяйственной сферой – молочным животноводством. Это был действительно дорогой подарок, ведь для приготовления двух литров арьки уходило не менее двух ведер айрана. Считалось, что лучшая арька получалась из кумыса, который был доступен только богатым калмыкам. Если посторонний входил в кибитку в то время, когда варится «тепленькая» или только делаются приготовления к ее варению, он уже не должен уйти раньше, чем напиток будет готов и гость отведает его.

Использовалась она и в качестве дара в свадебных обрядах. При первой поездке к родителям невесты сваты привозили одну *бортху* (кожаная фляга) молочной водки и сладости для детей. Прибыв в дом невесты, они должны были оставить привезенное угощение у двери в левой части кибитки родителей невесты, а сами располагались в ее правой части. В этом случае привезенная и оставленная в левой части кибитки *бортха* с водкой указывала на настоящую цель приезда гостей.

В повседневной жизни калмыки не приносили с собой молочную водку, когда шли в гости. Это было связано, во-первых, с тем, что она считалась молочным «белым» продуктом и имела сакральную символику. Во-вторых,

как угощение она использовалась при проведении различных обрядов календарного и жизненного циклов. Если родители невесты не знали приехавших гостей и сомневались в причине их приезда, то гостям задавали вопросы для выяснения истинной цели визита. Согласно обычаю гостеприимства, их угощали свежесваренным молочным чаем и подносили раскуренную трубку.

Гостеприимство было связано и с другими приметами в семейной обрядности калмыков. Когда в дом приходил гость, ему подавали мясо с костью, где есть *альчик* (овечья бабка). Гость съедал мясо, вынимал альчик, очищал его от жил и бросал перед собой на стол. В зависимости от того, как он падал, определяли пол будущего ребенка: если альчик падал гладкой стороной, то считалось, что родится мальчик; если неровной стороной, то – девочка.

После рождения ребенка гости приходили с подарками, размер которых зависел от благосостояния семьи. Бедные ограничивались небольшими гостинцами в виде сладостей. Состоятельные родственники при рождении мальчика преподносили отцу ребенка седло, пояс, кинжал. Существовал обычай одаривать новорожденного скотом: мальчику дарили обычно коня, девочке предназначался верблюд. Подарки расценивались как признание родства и покровительства со стороны родственников, как символ принятия младенца в род. Гости одаривали младенца серебряными монетами, символизировавшими долгую жизнь, произносили благопожелание и получали право посмотреть на ребенка.

Таким образом, гость, по воззрениям калмыков, важное лицо в кибитке и на хозяине лежит обязанность не только ограждать его личность, но и охранять имущество. Хозяин обязывается по требованию обычаев вознаградить гостя, если у того была украдена какая-то вещь. Единственным недоступным для гостей атрибутом была одежда (и особенно – головным убором). Об этом в пословице говорится: «Лучшую пищу – отдай гостю, лучшую одежду – надевай сам».

В свою очередь гость не должен был, например, переворачивать в гостях рюмку вверх дном. Подобный жест говорил о том, что этот человек дает знать, что никогда больше в этом доме не будет ни пить, ни есть. Для хозяев дома такой жест означал смертельную обиду.

Когда гость собирался в путь, приводили его лошадь, седлали ее, сажали его на коня, причем голова лошади уезжающего должна была быть обращена в сторону кибитки.

В самом сердце региона находится Поволжье – многонациональный район, связанный с одной из крупнейших российских водных артерий – Волгой. У проживающих здесь народов такие же богатые традиции и широкая душа.

Многовековые связи народов, проживающих в Среднем Поволжье и Приуралье, привели к формированию у них общего регионального слоя культуры, который в разной степени охватил хозяйство, сферы материальной и духовной жизни.

Чувашское гостеприимство

В Среднем Поволжье расположена Республика Чувашия. Основное население здесь составляют чуваша. Чувашский язык является единственным живым представителем болгарской группы тюркских языков. По своей конфессиональной принадлежности большая часть чувашей православные.

Гостеприимство издавна было одной из главных черт чувашского народа, что нашло отражение в большом числе народных пословиц: «для гостей мясо варится, если мяса не будет, так лицо краснеет», «если нет и скамьи для гостя, то этот человек – не чуваш», «когда дома гости, хозяйка всегда с кочергой».

Не случайно с традиционным гостеприимством связаны важные даты в народном календаре. Гостевание (посещение с гостевым визитом) было обязательным элементом Масленицы до середины XX века. В гости ходили во второй половине масленичной недели: с пятницы до воскресенья. В случае

трехдневного празднования – с пятницы до воскресенья – гостевание проводилось только в последний день недели.

Важное значение для сельских жителей вплоть до 1990-х годов имели престольные праздники, в каждом селе они были свои. В этот день собиралась вся родня из окрестностей. Гостей ждали с нетерпением. Чувашские хозяйки готовили свои лучшие угощения. Специально для родни резали барана и варили шурпу – наваристый мясной бульон. Баранина считалась очень вкусным мясом. Авторы учебника по этнографии чуваш упоминали, что «мальчики, при встрече со сверстниками на улице, заявляют как о крупной новости, что они ели сегодня баранину («епир така ашĕ ҫирĕмĕр»)».

Барана кололи с соблюдением особых ритуальных действий: на его голову выливали холодную воду, встряхивание животного означало, что жертва принята. Мясо варили в больших котлах, трапеза начиналась с молитвы. Сваренную голову преподносили старшему члену семьи или почетному гостю.

Непременным атрибутом праздничного стола было домашнее пиво, ведь Чувашия славится своим хмелем далеко за пределами Республики. Был на столе и самогон, но его пили не так много: «ну четверть самогона на 3–4 десятка человек если выпьют за весь вечер, то хорошо». Вообще с крепким алкоголем у чувашей сложные отношения, в советское время водка считалась дорогой, называли ее «монополька» и угощали только дорогих гостей. Могли взять с собой бутылочку, если отправлялись на важное мероприятие, например, на свадьбу. Это считалось признаком хорошего тона и со стороны хозяев и со стороны гостя. Сейчас, конечно, покупной водкой на свадьбе никого не удивишь.

Поддержание семейных связей, даже с дальними родственниками, – важная черта чувашского менталитета, поэтому если Вы будете проездом в дальних краях, где живут Ваши чувашские родственники, обязательно сообщите им о своем путешествии. Они постараются угостить Вас повкуснее или завернуть гостинцев с собой.

Эта черта сочетается с традициями почитания старших членов семьи. У бабушек и дедушек принято спрашивать совета по всем важным вопросам, будь то выбор невесты или жениха, или покупка жилья. На их дни рождения старается собираться вся родня – «тавансем». У чувашей в сельской местности до настоящего времени сохраняется традиция «помочей», когда все родственники и соседи собираются, по возможности, чтобы помочь в важном деле, например, строительстве дома. Хозяева благодарят всех щедрым угощением.

Традиции гостеприимства также пронизывают всю сферу семейной обрядности. Очень хорошо они представлены в описаниях Александры Фукс. И не смотря на то, что речь идет о событиях XIX века, многие из этих сюжетов можно найти и в современных чувашских семьях. «Катерина дней десять как вышла замуж и еще не делала церемонных визитов к своим родственникам. А в этот день собиралась первый раз в тетке своего мужа, где ее ожидали гости <...> Она открыла одну кадку с приданным и начала наряжаться <...> Катерина нарядилась красиво, надела шелком вышитую рубашку, фартук, вышитый богато, обвешалась разными украшениями из пронизок...». Обязательным элементом посещения родственников было угощение пивом.

О важности этого напитка говорит существование в зимнем цикле праздника «*Девичье пиво*». Он проводился в конце осени – начале зимы, в некоторых районах – на Масленицу. Для этого девушки снимали избу, приносили муку, солод, крупу, хмель, масло и другие продукты, здесь же варили пиво, готовили ритуальную еду. Иногда пиво готовилось заранее. Каждая девушка приглашала гостью (например, девушку из соседней деревни) и угощала ее, исполняя при этом роль хозяйки. На девичий пир приходили посмотреть пожилые люди и парни, которые наблюдали за девушками, а те старались показывать свое умение готовить и угощать гостей.

На селе гостей созывают, как правило, за день до пиршества либо с утра в назначенный день со словами «*сараядме*» (пиво пить). Их встречают у ворот, либо дома с хлебом солью и пивом.

При рассаживании за столом обычно соблюдался такой порядок: хозяин с хозяйкой – на почетном месте, жена садилась по левую руку от мужа, мужчины располагались по правую руку от хозяина, а женщины – по левую, ближние родственники ближе к хозяевам, а дальние – почти у двери. Первый ковш с пивом подавался хозяину, затем поочередно остальным мужчинам, хозяйке и другим женщинам. В некоторых празднично-обрядовых ритуалах угощения пивом принимали участие и дети. От них требовалось вежливое обращение к гостям, особенно ценилось искусство угощения. Молодая невестка в XIX веке выказывала уважение, если ее приглашали в гости, следующим образом: становилась на колени в центре избы и произносила благопожелательную речь, после этого шла угощать пивом родственников. Чтобы ее поддержать, к церемонии присоединялись молодые незамужние родственники из числа хозяев.

На Масленицу в каждом доме гостей угощали блинами, пивом, усаживая их за стол, а некоторых – на подушку, приговаривая, «чтобы неслись куры». По поведению гостей судили о том, как будет себя вести домашняя птица во время высидывания потомства: смиренно или непоседливо.

Продукты пчеловодства – мед *пыл* и воск *карас* – широко применялись в обрядовой сфере и в быту. На праздничный стол выставляли медовые напитки *пыл сарай карчама*, угощали ими почетных гостей.

Но особенным лакомством, подававшимся к праздничному столу, обычно в зимнее время, считался *хуплу (пелёш)* – большой круглый пирог из пресного сдобного теста, для гостевой трапезы его пекли с добавлением молока и яиц и сложной начинкой. Технология его приготовления сохраняется чувашскими хозяйкам и по сей день. Тесто делают, пресное, из пшеничной или полбенной муки. Муку просеивают сквозь сито. В XVIII–XIX вв. наблюдалась разница между пирогами для семьи и для гостей: «Когда пирог предназначают для гостей, в тесто запускают или молоко или яйца; если – для семьи, то этого не делается». Размесив тесто, делят его на 2 части; раскатывают в лепешку; один лист кладут на смазанную маслом сковороду, а на него искрошенную

картошку: на нее мясо, мелко изрубленное, и небольшой слой самого жирного свиного мяса, посыпают слегка солью и покрывают другой лепешкой теста. Начинка может быть изготовлена иначе. Вместо картофеля к мясу добавляется крупа. После того, как уложена начинка, пирог закрывают второй половинкой теста, его края защипывают и делают в центре отверстие. После этого отправляют надолго в печь. Затем достают и дают немного остыть. По обычаю разрезание хуплу производится в торжественной обстановке.

Вообще пироги условно делились по сезонам: осенью большой популярностью пользовались пироги с капустой или морковкой, к которым добавляли немного мяса или сала, летом – пироги с ягодными начинками. А если бы Вы оказались в Чувашии в гостях в XVIII или XIX веке, то смогли бы даже отведать, по мнению В.И. Даля, «чугунные пирожки» или пельмени. В середине XX века гости могли попробовать еще и настоящий шартан (в вольном переводе «колбасу») – начиненный мясом коровий желудок, который после длительного запекания в печи превращался в небольшой шарик.

Праздничным и обрядовым блюдом была каша на мясном бульоне, которую варили после того, как из котла вынималось сваренное мясо. При закладке дома обрядовую кашу *никёспатти* варили на курином бульоне. Такой кашей обязательно угощали перед отъездом гостей домой.

В чувашском фольклоре самыми многочисленными, глубокими по содержанию, своеобразными философскими обобщениями были пирушечные песни: застольные (*кёреке*), гостевые (*хана*) и собственно пирушечные (*ёдкё-дикё*). В них ярко выступают идеи трудолюбия, верности семейно-родственным узам и традициям. Пир начинался с застольных песен. Их запевали старики, сидевшие на почетном месте – в *кёреке* (красном углу) с полными ковшом в руках, остальные гости стояли. Эти песни являются своеобразными гимнами, в них возвышается крестьянский труд, добром поминаются родители, предки, выражается почтение к старшим, высказываются наставления молодым. Из застольных песен особенно популярна *Алранкайми аки-сухи* («Не выпустим из рук плуг-соху»). *Гостевые*

– песни родственников, приехавших из дальних деревень. В них высказываются комплименты хозяевам за их трудолюбие, прочную семью, крепкое хозяйство, гостеприимство, обильное угощение (пиво из бочки с двенадцатью ободьями, праздничный пирог *хуплу* с начинкой из трех гусей). Перед отъездом каждая семейная пара дальних гостей поет особую песню – благодарность с приглашением к ним.

В конце застолья на стол ставилась так называемая «прощальная каша», гостям подавали *дул курки* (букв, «дорожный ковш») «на посошок», гости в свою очередь благодарили хозяев: сажали их за стол, давали по ковшу пива, пели благодарственные песни и кланялись в пояс, приглашали в гости к себе. Один из таких ковшей любознательный турист может обнаружить на экспозиции Российского этнографического музея.

Выходя из-за стола, гости желали хозяевам: «Пусть корова ваша будет плодovitой, чтобы вы были с молоком-маслом». Затем угощение возобновлялось. Этот обряд с некоторыми изменениями соблюдается и поныне.

Татарское гостеприимство

Ближайшими соседями чувашей были татары. Татары говорят на татарском языке кыпчакской подгруппы тюркской группы алтайской языковой семьи и делятся на 3 основные этно-территориальные группы: татары Среднего Поволжья и Приуралья, сибирские татары, астраханские татары. Про сибирских татар Вы прочитаете в следующем разделе. Большая часть татар исповедует ислам, за исключением кряшен и нагайбаков, обращенных в православие еще в XVI–XVIII вв.

Если соединяются слова «татарин» и «гостеприимство», обычно вспоминают фразу «незванный гость хуже татарина». И не смотря на то, что в татарском языке есть понятие «дуслар», которое означает, что хозяину будет необходимо доставать все свои припасы, чтобы приготовить угощение, отложить запланированные дела и развлекать гостя, тем не менее гость

важный человек в доме, и поэтому хозяин должен сделать все чтобы угодить ему. А выражение это имеет опосредованное отношение к гостям у татар вообще, оно пошло с периода татаро-монгольского ига и закрепилось в русском и английском языке, обозначая то, что обернется неожиданными неприятностями, угрозами.

В татарском языке слово «гость» звучит почти также, как на Кавказе – «кунак», «кунакта» переводится как «в гостях», а чтобы позвать кого-то в гости Вам нужно произнести: «кунакка чакырам» – зову в гости; или «кунакка килегез» – «приходите в гости» или же краткое «без кәтәбез» – «мы ждем». Если же Вы выступаете в роли гостя, но из-за форс-мажорных обстоятельств не сможете прийти, то в татарском языке найдется прекрасная фраза: «Мин бара алмыйм шул». Слово «шул» в ее окончании показывает, что несмотря на причины у человека есть сильное желание идти в гости. Знание фраз, относящихся к гостеприимству, непременно пригодится, ведь татары очень хлебосольный народ, не смотря ни на какие поговорки.

У татар Поволжья родственники, живущие в одном или разных населенных пунктах, часто посещают друг друга с целью узнать о здоровье, поделиться проблемами, радостями и печальми, отметить праздник или семейное торжество, помочь, если в некоторых случаях дети сельских жителей, приехав в город на учебу или на работу, живут у своих родственников на правах членов их семей. В гости принято брать с собой гостинцы, сейчас уже не считается зазорным поинтересоваться «Что купить / взять в гостинец?». В ответ в 90% случаях Вы, конечно, услышите «ничего не надо», но вежливее будет все же прихватить что-нибудь к чаю.

На звание гостеприимного праздника мог бы претендовать традиционный праздник Жыен, который существовал в татарских деревнях. Он проводился в летнее время, в период между окончанием весенних полевых работ и началом сенокоса и жатвы. Особенность праздника состояла в том, что он подразумевал прием гостей и хождение в гости, в том числе выезды к

родственникам в соседние деревни. В этот праздник считался обязательным приезд к родителем дочерей, выданных замуж в другие деревни.

Вторым таким самобытным народным праздником был Сабантуй, занимающий особое место в жизнедеятельности казанских татар. Он обычно устраивался перед началом посевной. Наряду с обрядами весеннего цикла, Сабантуй включал в себя коллективное угощение детей кашей, сбор детьми и юношами крашеных яиц, особенно в кряшенских деревнях, сбор подарков для победителей предстоящих соревнований и состязаний в силе и ловкости, а также общественные жертвоприношения. Сабантуй чаще всего был «своим» деревенским праздником и на него не было принято приглашать гостей из других деревень. Желаящие же принять участие в состязаниях могли прибывать из других деревень без приглашений.

Время перед зимними праздниками, посвященное заготовке мяса, начинало череду гостеваний-помочей. Массовая заготовка мяса служила поводом собраться родственникам разных деревень. По такому случаю, как правило, собирались дети и внуки, в том числе живущие вдали.

В зависимости от возрастных, социальных и других характеристик в семейной обрядности татар существовало несколько типов застолий.

Свадебное застолье для гостей среднего возраста сейчас именуется *туй*. Вообще «туй» – слово многозначное, оно может переводиться и как «свадьба», и как «пиршество, праздник, торжество». На него и сейчас приглашают самое большое количество гостей.

Бытует проведение празднества в честь новорожденного – *бэби туге* с приглашением большого количества гостей: родных, знакомых, товарищей по работе. Сейчас на *бэби туге* обязательно приглашают парами – мужа с женой.

Есть и такое понятие, как *кунак ашы – кара-каршы*, т.е. гостевание должно быть ответным: идешь в гости – приглашай и сам.

Хождение в гости и прием гостей у татар происходит с соблюдением исторически сложившегося этикета. Приличия ради гостей приглашали заранее, специально навещая соседние деревни. Предварительно обсуждалось

время приезда, количество гостей, определение мест для размещения гостей, составлялось меню застолья и угощений. Неотъемлемой составной частью этикета казанских татар, входившего в репертуар гостеприимства, выступало приготовление бани. Баню топили во все дни пребывания гостей. В ней поочередно мылись супружеские пары. «Баня – высшая почесть для гостя», – говорили татары. После бани обязательным было чаепитие. К чаю подавали *коймак* – небольшого размера оладьи из кислого сдобного теста, которые жарили на углях на сковороде в печи.

Мужчины и женщины совместно посещали лишь меджлисы (домашние званые обеды), где супруги сидели отдельно, каждый на своей половине – мужской или женской. Гостям обычно отправлялись специальные пригласительные билеты, то есть, несмотря на свой домашний характер – меджлисы организовывались на достаточно высоком уровне.

При приеме гостей на палас или ковер стелили скатерть (повсеместно – *ашъяулык*, у астраханских татар – *тастархан*), вокруг которой сидели на стеганых подстилках.

Уже упоминаемый праздник Жыен (Джыен) чаще всего проводился во время ярмарки. На следующий день после нее устраивались традиционные конные скачки, бега, борьба, а также шуточные состязания. Обязательной частью татарского застолья в ходе проведения Джыена была предварительная демонстрация всеобщему обозрению той части угощений, которые были привезены гостями. Только после этого хозяйка и хозяин подавали на стол пироги, калачи и другие, заранее приготовленные угощения. Разновидностью застолья являлся званый полуденный обед – *аш*, на который приглашали родственников и друзей из своей деревни. Приглашенные гости из другой деревне могли остаться ночевать в доме, где проходило вечернее застолье. В джыенные дни во время застолий допускались некоторые отступления от догм ислама. Имеются сведения о том, что в эти дни выпивалось большое количество пива и специально приготовленной медовухи.

В советские времена в повседневной жизни татар бытовали два типа званых обедов (*аш*), во-первых, званые обеды, проводимые по традиционному ритуалу, и званые обеды, проводимые по-новому. В «традиционном» варианте сохранялось чтение Корана, различных молитв и раздача подаваний, трапезничество без спиртных напитков, а порой и раздельное угощение мужчин и женщин. Согласно сценариям второго (модернизационного) типа званых обедов гостей принимали парами, меню составляли из новых блюд с включением колбас, салатов, сыров с обязательными спиртными напитками. Вместо молитв на модернизированных застольях пели песни, исполняли танцы и пляски.

Массовый заезд гостей был, как правило, в четверг. Приезжали на украшенных подводах (с бубенцами, в гриву лошади вплетали ленты, на дуге – узорные полотенца), создавая максимум удобств для себя – на сиденья клали подушки, стелили одеяла. Въезжали в деревню с песнями, музыкой. Деревенские ребятишки открывали полевые ворота гостям, получая за это небольшой подарок – конфеты, орехи, монеты и т.д.

В дни *Корбангаете* (праздник жертвы) совершали жертвоприношение – *корбан чалу*, по правилам, четко разработанным в исламе. Мясом жертвенного животного старались угостить как можно больше людей. Исследователи отмечали: «В праздничные дни татары оставляют стол накрытым целый день, обыкновенно два-три дня подряд. Всякий входящий, кто бы он ни был, имеет право угощаться сколько ему угодно».

Узнать татарский стол с одной стороны просто – по обилию продуктов из коровьего молока и национальных блюд, а с другой стороны – сложно, т.к. из-за тесных контактов с соседями их кулинарные традиции очень сблизились между собой. Татарские хозяйки и сейчас обязательно предложат гостю бишбармак, вяленую конину и гусятину, колбасу из конины, пельмени-ит пильмёне из молодой баранины или жеребятины; перемячи-пёрёмёч, очпочмак-ичпочмак, бялиш-бэлеш, убадию-губадию или чакчак (чёкчёк).

В праздничные дни, особенно по случаю приезда гостей, готовили фаршированную курицу – *тутыргантавык*. Для этого курицу осторожно ощипывали, чтобы не порвать кожу. Через отверстие на шее отделяли кожу от мяса и в образовавшееся пространство вливали смесь яиц, взбитых с молоком, в которую добавлялось сливочное масло. Затем курицу варили в котле с небольшим количеством воды. Перед тем как подать на стол курицу разрубали пополам, а каждую половину еще на четыре части, затем укладывали на блюдо.

В XIX–XX вв. самым популярным напитком был чай. Его пили утром, в обед и вечером, значительно чаще, чем соседние народы. Излюбленным считался черный байховый чай – индийский и цейлонский. Заваривали его крепким, пили горячим. К чаю отдельно подавали мед или сахар, молоко, масло или топленые сливки.

Традиционный чайный стол очень обилен: масло, мед, *кабартма* (пышки из дрожжевого теста), *кош-теле* и *чак-чак*, орехи, сухо-фрукты, пастила из яблок и ягод. По правилам гостеприимства, любого человека, пришедшего в дом, надо накормить, но при этом трапеза может ограничиться бесконечно длинным чаепитием с подачей сладостей и выпечки.

Ритуальное значение имел *ширбат* – подслащенная медом вода. Например, у казанских татар во время свадьбы в доме жениха гостям выносили «шербет невесты». Гости, выпив его, клали на поднос деньги, которые предназначались молодой. У мишарей его использовали при встрече молодой в доме мужа.

В дни празднования Сабантуя проводился сбор подарков – *айбержыю*, *яулыкжыю*. В некоторых деревнях для сбора подарков седлали до 50 и больше самых лучших колхозных коней. С веселой песней юноши разъезжали из одного конца деревни в другой, собирая полотенца, платки, отрезки материи и т.д. Их прикрепляли к уздечкам коней. Чем больше собрано подарков, тем богаче украшена лошадь наездника. Поэтому каждый юноша старался заполучить как можно больше подарков, договариваясь о них заранее со

своими соседями, родными, знакомыми. Если же юноши собирали подарки без лошади, то обвязывались крест-накрест через плечо двумя полотенцами и вешали на них другие подарки. В отдельных деревнях под Казанью подарки собирали уважаемые в селе старики-аксакалы. Они шли от дома к дому и подвешивали подарки к шесту, который несли на плече. Обычно хозяин, а чаще хозяйка сами выносили подарки и ждали сборщиков у ворот своего дома. Интересно отметить, что подарки давали и приезжие гости. Юноши благодарили одаривающих песнями. Завершая сбор подарков, юноши еще раз проезжали по аулу с песнями, музыкой, показывая всем собранные дары.

В целом татарское гостеприимство можно описать двумя пословицами: «когда приходит гость – мясо жарят, нет мяса – самого в жар бросает» и «когда идёшь в гости, вымой свой казан».

Финно-угорские народы Поволжья и Приуралья

Мордовское, удмуртское, марийское гостеприимство и гостеприимство коми

В западных и северных районах Среднего Поволжья и северо-западном Приуралье проживают финно-угорские народы – мордва, мари, удмурты, коми-зыряне и коми-пермяки, традиции гостеприимства у которых во многом схожи. Самой многочисленной группой из них в России считается мордва, а самой малочисленной – коми-пермяки.

Как отмечала М.Г. Якунчева: «У мордовского народа под влиянием исторических и социокультурных условий развития этноса сложились традиции гостевого этикета – «инжиень примама» (эрзя), «иньжиень васедема» (мокша). О том, что у мордвы высоко ценились такие качества как великодушие и щедрость свидетельствуют фольклорные данные. Так в мокшанской пословице говорится: «Хозяин каждого гостя и поит, и кормит и на руках носит». О значимости соблюдения этикета гостеприимства свидетельствуют данные языка: в слове «инжи» (гость) заключен корень инь- / ине- – «наивысший», «наибольший», являющийся, также основой слов

«инешкай» – «верховный бог», «инязор» – «большой хозяин», «царь», «инечи» – «большой день», «Пасха» и т. д.».

Путешественники, оказавшиеся среди мордвы, описали обычаи встречи гостей. В XVIII веке Г. Де Рубрук, например, сообщал: «Если к ним (мордве) придет купец, то тому, у кого он впервые пристанет, надлежит заботиться о нем все время, пока тот пожелает пробыть в их среде». Здесь мы, безусловно, можем провести параллели с кавказским гостеприимством.

Гостевой этикет у мордвы, как и у многих народов, отражал систему социальных связей и был довольно строгим. Так, например, все гости делились по категориям: это были близкие родственники, дальние родственники, друзья, гости, приехавшие по делам, незнакомые путники и т. д. Радушно встречали близких родственников и друзей. Гостей, приехавших по делам, и незнакомых гостей также встречали, угощали, но встреча была менее теплой. Большие семейные торжества и праздники было не принято посещать без приглашения, но с другой стороны, осуждалось пренебрежение некоторыми родственниками. В народе говорили: «Какой праздник без гостей».

Традиции гостеприимства были тесно связаны с годовым циклом крестьянского земледельческого календаря. В последний месяц осени, когда убран урожай, в жизни крестьянина наступало временное затишье. В благодарность за содействие в получении сельскохозяйственных продуктов мордва устраивала праздник, в котором карнавальное веселье перемежалось с богатым застольем. Праздник этот назывался «*Тейтерень пия кудо*» («Дом девичьего пива»). Кстати, в Музее народной мордовской культуры в Саранске есть целый зал, посвященный этому празднику. Думаем, Вы без труда вспомните о похожем чувашском празднике. Карнавал «*Пия кудо*» служил действенным средством в укреплении добрососедства и дружбы между отдельными селами. Он сближал и сплачивал людей разных национальностей. В дни совместных карнавалов с веселыми песнями в нарядных тройках одно село направлялось в соседнее, где хозяева и гости объединялись в один

дружный коллектив, люди водили хороводы, разыгрывали шуточные импровизированные сцены, жгли костры, играли в различные игры.

Марийское же гостеприимство связано с праздником Уярня – Масленой неделей, Масленицей. В эти дни родственники, а также соседи и знакомые отправлялись в гости, обязательным атрибутом которых были обильные шумные застолья. Не меньшей популярностью пользовался и Праздник нового хлеба, справляемый марийцами в начале жатвы. Обычно он был приурочен к Ильину дню (2 августа). В этот день было принято печь хлеб и варить кашу из свежей ржаной муки или только что обмолоченного зерна. Важной частью празднования Ильина дня были застолье, гостевание родственников, обход домов, где обязательно угощали новым хлебом.

На марийский праздник Шорыкйол, совпадающий со святочной неделей, группа девушек, будущих невест, с помощью парней собирала вскладчину солод, хмель и продукты, варила пиво и готовила кушанья. В нанятой избе девушки устраивали вечер-угощение, куда приглашали гостей.

Формой гостевого приема удмуртов, связанного с совместными трапезами родственников, соседей, был обычай *цкжысиён* (угощение молозивом) – излюбленный праздник детворы. Появление теленка всегда было радостным событием в удмуртской семье. Это означало и скорое появление вкуснейших молочных продуктов. Молозиво при медленной варке на слабом огне приобретало вид творога, по консистенции – более вязкого, именно этот продукт и называется *цкжы*.

Другая форма гостевого приема удмуртов – *ктчасъкысаветлон* (гостевание по приглашению) или *коркасъ корка ветлон* (хождение из дома в дом). В праздники или на следующий день после какого-либо торжества, днем, женщина лет 45–50 или пенсионного возраста приглашала своих ровесниц, подруг, родственниц, их мужей на чаепитие. Предлагались закуски, суп, чай и спиртные напитки. После угощения в первом доме веселая компания следовала к другому, где к тому времени их уже ждал накрытый стол: хозяйка

заранее покидала компанию для его приготовления. Так гостевание продолжалось до тех пор, пока не будут обойдены дома участвующих.

К приему гостей, непременно сопровождалось преображением всей будничной привычной обстановки, а также внешнего облика людей. В первую очередь убирали и мыли в избе. Домотканые ковры и полотенца создавали праздничную обстановку в доме. К приходу гостей и для гостевания надевали самую лучшую одежду, готовили праздничные повозки. Обязательным также было приготовление загодя праздничных кушаний и особенно напитков. Праздничное время у удмуртов называлось – *юон дыр*, т.е. время пиров.

В гости без приглашения приходить было не принято. О незваных гостях у удмуртов есть поговорки: «Званный гость – в красном углу, незванный – у порога»; «Без приглашения только собака приходит»; «Незваного гостя и угощать не хочется»; «Для нежданного гостя скатерти заранее не стелют».

У удмуртов существует обряд *бекчепоттон* (вынос бочки), устраиваемый по случаю приема родственников и гостей.

По воспоминаниям Г.С. Зайцевой из д. Новая Бия Вавожского р-на Удмуртской Республики, родственниками из п. Игра специально для них с мужем как для особо уважаемых и долгожданных гостей был проведен этот обряд: «Мы приехали в деревню к моим родственникам. Нам сразу обещали, что устроят вынос бочки по случаю нашего приезда. Хозяева-пчеловоды, насколько я могла почувствовать, очень симпатизировали мне и относились особенно трепетно. Я призадумалась, какую же бочку хотят вынести. Смотрю, катят бочку с медом. Сказали, что выносят ее ради нас, по случаю нашего приезда. После этого нам спели песню «И дом отстроил», сплясали, высказали пожелания счастья и здоровья. Потом у мужа спросили: «Сможешь поднять?». А как поднять такую тяжесть? И все же нам удалось поднять ее на несколько сантиметров, что было встречено с восторгом и радостью. Далее последовали угощение спиртными напитками и одаривание. По традиции мужчине преподносили полотенце, женщине – платок. На стол поставили мед: каждый

пришедший должен был попробовать его, угоститься. Затем бочку унесли, а мед подарили нам».

Обряд «вынос бочки» имеет двойное смысловое наполнение. С одной стороны, это символ особого уважения, почтения, признания, дружеского и родственного благорасположения к гостям, с другой – демонстрация достатка и материального благополучия. Наполненный бочонок, ведро либо какая-то другая тара – это своего рода символ «неиссякаемой чаши» и пожелания полной жизни во всех смысловых значениях.

Гостеприимство у коми-зырян считалось одним из положительных качеств человека. С постоянным ожиданием гостей как посланцев Бога связана практика хранения хлеба и соли на столе. Принять постороннего человека, накормить и напоить его являлось способом выстраивания взаимоотношений с предками, от благорасположения которых зависело благополучие общества: «накормишь прохожего – десять лет с хлебом будешь, десять лет голода знать не будешь». Обильное угощение – характерная черта праздничной трапезы, с помощью которой благодарили за урожай, за благополучие в семье и обществе и моделировали изобилие и благополучную жизнь: «на гостей израсходуешься – вернешь на охоте». Прием гостей в доме вносил свои коррективы и в порядок размещения за столом, и в правила приема пищи. Иные, чем в будни, правила поведения за столом подчеркивали исключительность праздника. Праздничное застолье у коми-зырян отличалось от будничного тем, что детей не сажали за общий стол.

Однако, дети были свидетелями того, с каким радушием встречают в семье гостей. Все, что было самое вкусное в доме, ставили на стол. У мордвы был обычай припасать продукты для заезжих людей. Девочки помогали матери привести в порядок помещение, накрывать на стол. Мальчикам поручалось ухаживать за лошадьёю гостя, проводить путника до нужного дома или места. И поныне эта добрая традиция в почете у мордвы.

За стол, как правило, первыми садились мужчины. Они занимали почетные места, находящиеся в переднем (красном) углу избы. Женщины усаживались на оставшихся свободных местах.

За столом было принято вести себя чрезвычайно скромно. Хозяева же усиленно уговаривали гостей есть и пить. Показывая им пример, сначала отпивали сами. После первой просьбы никто не выпивал рюмку и не приступал к еде – ждали многократных предложений и упрасиваний.

У закамских удмуртов в этом случае употребляется глагол «*кусяськыны*» (уговаривать пить). «Вино любит, когда уговаривают», – говорят в народе. В процедуру угощения, особенно спиртными напитками, вносились игровые моменты. Например, хозяин мог взять ухват и стоять с ним над гостем, пока тот не опустошит содержимое бокала. Иногда вместо бокала спиртное наливали в яичную скорлупу, в емкость из кожуры огурца и т. д.

У коми-зырян отсутствовали развитые традиции потребления алкогольных напитков, но на праздничном столе обязательным было домашнее пиво. Хмельное темное с густой пышной белой шапкой пены пиво из бочонков наливалось в медные енды или деревянные братины, которые пускались по кругу за столом. Ограничений в питии пива не отмечается, хотя считалось, что необходимо выпить не менее двух стаканов. При отказе от второй чаши пива говорили: «*ю, абусин пола*» (буквально «пей, не одноглазый») или «*мод кок выладсувт*» (буквально «на другую ногу встань»), где достаточно четко просматривается символика четных чисел, сопряженных с миром живых.

В ритуале коми-пермяков при угощении гостей есть специфичная традиция, когда пришедшие гости выпивают первую рюмку и после этого кладут на дно ее монетку или бумажные купюры; хозяйка берет их с обязательными словами «Ой не надо, не надо». Своеобразны произносимые во время застолья тосты. Поскольку гости собирались не только по праздникам, но и после совместного труда, поводом для выпивания становилась проделанная работа. Например, после общего высаживания картошки

говорилось «Пусть картошка очень крупная вырастет». На застолье по поводу отелившейся коровы говорят: «У меня сегодня корова отелилась – так выпьем же до дна, чтоб телёнок хорошо пил!». Важно было соблюсти порядок угощения, а подача определенных блюд служила сигналом перехода к следующему этапу гостевания.

Магический смысл у коми-пермяков имеет обыкновение гостя соглашаться выпить только после троекратного предложения: «– Пей. – Да нет. – Пей. – Да не буду. – «Да пей же». – Да ладно, выпью». Обереговый смысл имеет предложение начать угощение из общего блюда: «Ну что, дорогие гости, покушаем сначала из одной тарелочки!»; предложить в гостях кому-нибудь поесть из отдельной посуды расценивается как оскорбление. Следующие слова хозяйка говорит гостю, который стесняется отведать угощение: «Не приворожу», «Ничего не наколдовано».

Без чая не обходился повседневный и праздничный стол, на который обычно ставился самовар. Чай стал считаться первым угощением гостей. Его подавали к блинам, ватрушкам, пирогам. Пили его с медом, позже с сахаром, разбавляли молоком.

Украшением стола коми-зырян был самовар, который к празднику специально начищали. Чай пили горячим, подача холодного чая рассматривалась как неуважение к человеку. Это связано с тем, что, по народным представлениям, холодная пища предназначена для мира иного.

Интересные традиции чаепития сохранились у коми-ижемцев (это группа коми-зырян). Здесь к чаю подавали к чаю соленую рыбу или пили чай с добавлением перца, аниса и лука. Практику подачи чая с луком в 1896 г. отмечал А.П. Энгельгардт. Почти через 110 лет, в 2005 г., одна из жительниц с. Мохча Ижемского района рассказывала: «Если лук в магазин привезут или откуда-то доставали, его с чаем пили, его в чай клали и с луком чай пили»). У удорских и вымских коми деликатесом считались соленые икра (пёк) и внутренности рыбы (чоля / чуля), а на десерт можно и сейчас отведать ягоды с молоком / сметаной, брусники с толокном, и даже морошки с сусликом.

Главным признаком праздничного застолья у большинства финно-угорских (и не только у них) народов была выпечка. У коми-зырян можно отвесть закрытые и открытые формы выпечки. Выпечка с начинкой обычно начиналась с сочня (сочон) – хрустящей лепешки. Коми гордятся своими шаньгами, любимыми среди них были шаньги на пресном ржаном сочне: «Настоящие шаньги на сканцах, на тонкой корке». Современные хозяйки иногда делают шаньги и из дрожжевого теста, которые называют «кыз ку шаньга» (букв. Шаньга на толстой корке) или «дыш шаньга» (букв. ленивые шаньги), так как при формовке сочня не требовалось особых усилий и сноровки. А если Вы когда-нибудь окажетесь в гостях у вашкинских коми, то сможете попробовать четырехугольные шаньги, которые часто именуют «калитками». Вообще, «калитка» - это выпечка на тонком сочне с начинкой.

Подобная открытая выпечка с разнообразной начинкой имела широкие территориальные рамки распространения. Шаньги с начинкой из семян конопли были характерны для марийцев и коми-пермяков, в карельской кухне были шаньги с начинкой из картофельного пюре, в мордовской – с крупяной начинкой, такие же шаньги были включены в меню русских Пермского края и удмуртов.

Не обходились праздники и без пирогов. Для коми (зырян) была характерна закрытая выпечка с начинкой из ягод, грибов и дикорастущих трав. Помимо сочней, шанег и пирогов выпекали и выпекают знаменитый пирог с рыбой (черинянь), который подавали гостям. О нем писали путешественники еще в середине XIX в.: «...Черинянь – кушанье исключительно зырянское. ... в тонкий слой теста запекают целую рыбу, промытую, очищенную от внутренностей, но в чешуе». Другое его название – рыбник. Для его приготовления чаще всего использовали небольшую рыбу семейства сиговых (чир, сиг, омуль, нельма), а если ее не было, то брали щуку. «Рыбник было положено выкладывать на стол так, чтобы голова рыбы была против течения, чтобы всегда в сети рыбака ловилось много рыбы».

Гостевым, праздничным и обрядовым блюдом у многих народов были блины. Горка блинов, уложенных друг на друга и обильно смазанных маслом, – самый необходимый атрибут празднично-обрядового стола. Без блинов не обходились ни один праздник марийцев. Лучшими считались овсяные блины /из кислого теста. В Прилузье в тесто, замешенное для блинов, добавляли маслянистую смесь из толченых конопляных семечек. Отсюда их название – «контуса блин» (конопляный блин) или «контуса идья блин» (конопляный ячменный блин).

В качестве самостоятельного блюда могло употребляться сливочное масло. Его ставили на стол в отдельной посуде во время праздников, по случаю приезда гостей шли в выходные дни. Оно являлось обязательным блюдом на свадебном столе.

К традиционной праздничной и обрядовой пище марийцев относятся и блюда из домашней птицы, особенно суп-бульон из курицы или гуся. Мясо же подавалось к бульону в качестве второго. Марийцы обычно варили птицу для дорогих и уважаемых гостей. В праздничные дни готовили вареные пирожки из рубленого мяса гуся или утки.

В молодежной среде удмуртов существовал свой обычай – *ныл брага* (девичья брага или вино), суть которого заключалась в приглашении молодежью одной деревни своих ровесников из других селений. По этому случаю девушки готовили напитки, выпечку (*шаньги, перепечи*).

Когда накрывали стол, первым делом ставили хлеб: «Гости в начале застолья первым пробуют хлеб, и только потом – остальную пищу», – говорят закамские удмурты, тем самым раскрывая веру в силу хлеба. Первой его берет хозяйка, потом просит сделать то же самое гостей.

В песнях восточных марийцев упоминается клубничный хлеб, который пекли для гостей.

Удмурты, живущие в Малопургинском районе Удмуртии, стремясь показать гостям свое уважение, перед каждым из них кладут ломоть хлеба.

Также на праздничном столе обязательно должны быть хлеб и суп; неслучайно яства на удмуртском языке передаются термином *шyd-нянь* (букв. суп-хлеб).

Дегустацию меда нового сбора удмурты также сопровождают интереснейшим и уникальным в своем роде ритуалом: пчеловод-пасечник угощает дарами своего хозяйства гостей, соседей, случайных прохожих, детей.

Получая удовольствие от еды, за столом было принято высказывать пожелания здоровья скоту, дальнейшего его приплода, корове – чтобы молока больше давала, а теленок рос крепким. Поэтому полагаем, что угощение проводилось не только с целью родственного благорасположения, но и сохранения достатка и изобилия в хозяйстве.

У марийцев визит в гости в прошлом назывался также *киндеденекаяш* (ехать с хлебом) или *пурайуашкаяш* (ехать пить пиво), что подразумевало – преподнести хозяевам хлеб, другие кушанья и насладиться их слабоалкогольными напитками. Отправляясь в гости, марийцы обычно брали с собой следующий стандартный набор гостинцев: каравай хлеба, блины, лепешки или булочки, яичницу-омлет и сырники. Нередко вместо хлеба и блинов брали толстую лепешку из блинного теста. В особо торжественных случаях (например, первый визит вновь породнившихся семей) к этому набору добавлялись отварная курица или утка, бочонок пива или браги. Впоследствии ассортимент гостинцев стал более разнообразным (пироги с мясом или рыбой, ватрушки, слоеные блины и бутылка водки или вина, а также покупные булки, баранки, кондитерские изделия, сладости).

Удмурты до сих пор считают, что, сколько уйдет на угощение, столько же вернется, а то и больше. Гости, в свою очередь, выражают благодарность в виде пожеланий достатка и благополучия, прибавления урожая, увеличения численности домашнего скота и т. д. Гостинцы (*саламы*) предназначались также тем родственникам, кто не сумел приехать. Оказание такого внимания – символ признания родственных связей и желания угостить, доставить удовольствие близким людям.

Строго регламентированными являлись проводы гостей. Вначале провожали гостей дальних. Этот момент тоже был отдельным ритуалом, заслуживающим внимания. Хозяева обязательно придерживали коней до тех пор, пока не отворялись ворота. Гости из того же села, где проводился праздник, а также соседи хозяев снова заходили в дом, они расходились позже. Хозяева старались не сразу проводить всех своих гостей, беспокоились о том, чтобы все гости расходились довольные.

У марийцев хозяйка перед тем как проводить гостей, угощала их пшенной кашей, поила чаем. Своеобразная формула прощания гостей, расставания с хозяевами – это слова «Не оставайтесь обиженными». На это хозяева отвечают: «Не уезжайте / уходите обиженными».

Покидая гостеприимный дом, удмуртский гость обязательно благодарил хозяина за угощение: «От благодарности язык не изнашивается». Прощался со всеми за руку и приглашал в гости. «За гостеприимство благодарным будь, будешь так жить – будешь почитаем».

Северные границы региона представлены прибалтийско-финскими народами, проживающими в суровых условиях Северо-Запада. Как отмечают авторы музейной экспозиции по этнографии этих народов: «Многие века эти земли были своеобразным перекрестком между Восточной, Средней и Северной Европой». «Именно здесь проходили важнейшие трансграничные торговые пути, в том числе путь «из варяг в греки», создавались центры международной торговли, способствовавшие культурному обмену». «Здесь жили, торговали, вели нередкие войны балтские, прибалтийско-финские, германские и славянские народы. <...> Со временем на этих землях обозначились две культурные зоны: Восток – с очевидным влиянием славянской культуры, и Запад – с не менее ощутимым влиянием германской и скандинавской культур».

Однако, не смотря на всю суровость климата, сложные исторические перипетии и пестроту состава населения, традиции гостеприимства этих народов имеют много схожих черт, главной из которых является сердечность

и теплый прием, объединяющих «людей моря», «людей земли», «людей леса» и «людей тундры».

Прибалтийско-финские народы

Гостеприимство у карел, вепсов, води, ижоры, ингерманландских финнов, эстонцев-сету и кольских саамов

К группе прибалтийско-финских народов Северо-Запада России принадлежат карелы, вепсы, води, ижоры, ингерманландские финны, эстонцы-сету, кольские саамы. Из народов зарубежной Европы на прибалтийско-финских языках говорят эстонцы и финны-суоми в Финляндии. К балтской группе народов относятся латыши и литовцы, живущие в Латвийской и в Литовской республиках соответственно.

Жемчужиной на российской туристической карте, конечно же, является Карелия, ассоциирующаяся у многих с озерами, рыбной ловлей и удивительной природой. Кроме всего прочего живут здесь замечательные люди. Многие исследователи и наблюдатели отмечали у карел такие черты характера, как общительность и гостеприимство: «Мало того, что односельчане часто ходят друг к другу, общение поддерживается с гораздо более широкими кругами. Они преодолевают много миль, чтобы навестить родственников и знакомых и завязать новые союзы. Для таких посещений используются праздники, которыми так щедро насыщен православный церковный год».

Храмовые праздники их ближайших соседей – прионежских вепсов, – также были «съезжими», т.е. главным их компонентом являлась взаимная гостьба жителей соседних поселений. Храмовый праздник обычно длился два дня. Гости приезжали уже накануне праздника вечером и устраивались в домах своих родных. Утром, с рассветом, домочадцы и гости завтракали. Это было чаепитие с разнообразной выпечкой. И под звон колоколов отправлялись в церковь к заутрене. После обедни все присутствующие расходились по домам. Начинался кульминационный пункт праздника – обед.

Вожане называли престольные праздники *ылутпраазникка* («пивной праздник»), потому что накануне по всем дворам собирали солод и варили «общее» пиво, которое служило главным напитком на деревенском празднике. На престольные праздники съезжались гости и из соседних, и из дальних деревень, и веселье продолжалось три дня, а порой и все пять.

Проживающие по соседству в Мурманской области саамы, известные также в литературе и как лопари, никогда не отказывали друг другу в гостеприимстве, даже не смотря на происходящие иногда серьезные ссоры: «... все распри и интриги на время забываются, лишь только враг гостем переступил порог лопаря». Во второй половине XIX в. у саамов существовали различные поговорки, отражающие их представления о значении гостеприимства и гостевания: «Коли гость в избе, значит Господь тебя не оставил», «Страннику дал, значить на промысле в десять раз взял», «Кого Бог возлюбил, к тому и гостя послал», «Кто путника накормил, тот десять лет не будет голоден ни разу».

Возвращаясь к карельскому гостеприимству, отметим еще одну его характерную черту – поддержание родственных взаимоотношений. Этому немало способствовала сложная архаичная социальная структура населения. Существуют многочисленные источники XVI в., в которых упоминается о родовых празднествах, распространенных повсеместно на территории Карелии, на которые был запрещен приход гостей, не представлявших данный род.

Глубоко семейным торжеством было Рождество, т. е. его было принято отмечать только в кругу своей семьи, и гостьба вовремя этого праздника полностью исключалась. Считалось, что от пола первого человека, посетившего дом в первый день Рождества или Нового года, зависело счастье и благополучие семьи в течение всего года. Вепсы верили, что визит мужчины был положительным знаком, а визит женщины – отрицательным.

Вожане Рождество Христово называли по-разному: и *Ряштога* (от русск. Рождество), и *Йыулу* (как у соседних эстонцев и финнов). В *Ряштога* вожане

непрерывно ходили в церковь на всенощную службу. А возвратившись домой, все напряженно вглядывались в окна: очень важным было, кто первым из гостей заходил в дом в рождественское утро. Если первым появлялся мужчина, то, полагали, в следующем году будет хороший приплод у домашних животных, а если женщина, то ожидали неудачи в разведении скота и вошедшую гостью с бранью могли сразу выгнать из дома.

Завершался рождественский цикл праздником Крещения. Весь праздничный день не ели «до первой звезды». А вечером подъезжали гости из ближних и дальних деревень. У большинства изучаемых народов на январь приходился большой промежуток между постами – лучшее время для молодых, т.к. им можно было каждый вечер устраивать посиделки.

В Карелии в прошлом бытовал обычай длительной гостьбы девушек, в основном племянниц, у своих родственников (чаще всего по материнской линии), известные под названием *adiv*. Слово *adiv* в вепском Прионежье могло означать «гостя вообще», «девушку, длительно гостившую», «невесту», «возлюбленную». Согласно этому обычаю, накануне зимнего храмового праздника своего селения дядя или двоюродный брат девушек на санях объезжал соседние деревни, где проживали его молодые родственницы, и забирал их к себе погостить на две-три недели. По истечении срока гостевания за девушками приезжали отец или брат и отвозили их обратно домой. Каждая девушка брала с собой прялку с куделью и узел с несколькими праздничными нарядами, так как хождение ее в одном платье в течение всего праздника вызывало осуждение. Собранные по нескольку человек в одном доме, *adivod* активно участвовали в гуляньях, праздничных и будничных молодежных беседах. В дневное время помогали хозяйке в различных нетрудоемких делах: мыли полы по субботам, носили дрова и воду.

Почти в каждом доме съезжались гости, во многие даже по нескольку человек. Общее же число гостей в доме могло достигать двух-трех и более десятков.

Необходимость размещения гостей влияла и на обустройство жилища. Так, в водском доме в прежние времена жилое помещение традиционно разделялось на несколько частей. Часть комнаты у дверей была местом, где происходил отбор гостей, и пройти дальше в избу без разрешения хозяев никто не мог. Люди «незначительные» там и оставались, а родственника или важное лицо (особенно мужчину) приглашали садиться на заднюю скамейку (у стенки напротив входа), говоря при этом: «Иди выше, иди выше, иди выше садиться!». Разграничительным знаком при приеме гостей была балка, несущая потолок (в русской избе – «матица»).

Стол в доме занимал в зависимости от событий различное положение. В будние дни, в дни похорон и поминок он стоял у конца боковой скамейки, которую считали скамейкой умершего. В дни свадеб стол стоял перед задней скамейкой. В основном за столом ели только мужчины, женщины ели в другом месте, чаще у очага. Порой обедали в три приема: сначала мужчины, потом женщины, следом дети. Иногда дети ели прямо на полу, куда им стелили особую скатерть.

Скатерть у води имела очень важное ритуальное значение, она служила «разделителем» между миром живых и подземным миром мертвых, поэтому есть без скатерти было недопустимо: ведь тогда болезни, которые, по представлениям многих финских народов, обитали в мире мертвых, могли перейти на человека. Поэтому даже в лесу вожане никогда не ставили еду на землю, поваленные деревья и пни, не положив сначала платок или кусок ткани. Праздничную скатерть обязательно украшали красной (позднее и сине-красной) вышивкой с антропоморфными («человечьими») фигурами. Это еще более усиливало защиту от враждебных сил.

В северновепсской традиции взрослые и молодежь усаживались в горнице за длинные столы, расставленные параллельно друг другу и накрытые лучшими белыми скатертями, орнаментированными по краям красной вышивкой (в будни скатерти были похуже или же их не было совсем). Хозяева, у которых дочь была на выданье, внимательно следили за рассаживанием

гостей. Если первым за стол садился мужчина, значит девушка будет «иметь почет у парней на празднике». Дети за праздничным столом обычно не присутствовали; их хозяйка кормила отдельно на кухне.

У карел гости садились за пустой стол, и только после этого хозяйки начинали разносить кушанья. Этот процесс продолжался бесконечно, и гость успевал несколько раз насытиться, если он ел все блюда. По краям стола по числу обедающих раскладывали по ломтю хлеба, по колобу, сканцы, несколько калиток или пряженных пирожков с толокном или крупой, которые смазывались в скоромные праздничные дни коровьим маслом, а в постные – конопляным.

Праздничный обед всегда был обильным, состоявшим из комплекса блюд, подаваемых в традиционном порядке. Он начинался с принятия в пищу трех блюд: рыбников, ячневой каши и овсяных блинов. Про рыбники и их особенности мы уже писали в предыдущем разделе, посвященном родственным финно-угорским группам, проживающим в Поволжье и Приуралье. Отметим лишь, что у карел рыбники готовились не только из свежей, но и из соленой рыбы. Первым подавался рыбник с треской, соленой или свежей, затем его сменяли еще несколько рыбников с рыбой различных сортов. Последним подавался рыбник, в который запекалась всегда свежая и по возможности самая дорогая рыба, например, лосось. Рыбник ели с блинами, которые гости намазывали по желанию ячневой кашей. Затем на каждый конец стола подавался суп в двух расписных мисках; его присутствующие черпали деревянными ложками.

После супа хозяйка на специальных деревянных блюдах приносила суповое мясо, разрезанное на мелкие куски. Гости доставали мясо вилками, и ели его, закусывая овсяными блинами, намазанными ячневой кашей.

На многих ресурсах, посвященных путешествиям по Карелии, обязательно найдется упоминание о том, что «традиции соблюдения поста сохраняются в карельской кухне и по сей день. Примером тому является обилие грибных, рыбных и овощных блюд». Именно поэтому у карел даже в

скромные праздничные дни мяса ели мало, в основном мясные блюда заменялись рыбными. Зато на праздничном столе было много молока, в том числе кислого.

Далее подавались яичница или картофельная запеканка с молоком или простоквашей. Молоко особенно востребовано у ингерманландских финнов. Они делали «крепкое молоко» (кислое молоко, запечённое в печи) - его часто ели с молоком и сахаром или делали начинкой для ватрушек, а для пасхального стола готовили солёное молоко, смешивая его со сметаной и солью, и ели вместо масла и сыра с хлебом, картофелем или блинами.

Покончив с этим комплексом блюд, гости приступали к чаепитию с разнообразными выпечными изделиями – «калитками», о которых мы уже писали выше, колобами, ватрушками, открытыми пирогами с брусникой и клюквой. В последнюю очередь, отдельно от остальной выпечки, к чаю торжественно выносился белый сдобный хлеб. Праздничный обед всегда завершал кисель, который присутствующие ели, запивая квасом.

Все блюда, особенно выпечка, сдабривались сливочным маслом. У карел большой популярностью пользовалось «чухонское масло», делавшееся из сквашенных сливок.

В честь Рождества, Нового года, Масленицы и семейного праздника уборки урожая вепские хозяйки непременно пекли пироги из пшеничной муки, пряженные в масле, под названием *pirgad*. Эти пироги проходят как обязательное блюдо не только на перечисленных праздниках, но и во многих других важных ритуалах вепсов. Например, во время сватовства в доме невесты пекли *pirgad* и угощали ими приехавших сватов. Пирогами кормили гостей в последний день свадьбы. В послесвадебный период гостыбы молодоженов у родителей невесты, носивший у прионежских вепсов название *marghuze*, по традиции теща должна была угощать зятя пряженными пирогами.

Праздничными напитками являлись натуральный чай и кофе. Если подавать в праздники к столу натуральный кофе могли позволить себе только в зажиточных семьях, то чай был более доступен и популярен. Обычно его

выпивали по 3–6 чашек. Попив чаю, гости переворачивали чашку донцем вверх, чтобы больше не наливали. По некоторым сведениям, самым распространенным праздничным напитком у карел был, напротив, кофе, тогда как чай подавался редко. Кофе готовился следующим образом: в кипяченую воду бросали около чайной ложки молотого кофе, затем кипятили на огне, добавляя немного соли. С кофе обычно употреблялось молоко, иногда лук. Кофе и чай пили вприкуску с сахаром, отщипывая кусочки сахарными щипцами с больших кусков из сахарниц. По праздникам чай и кофе пили не из будничных глиняных или деревянных чашек, а из фаянсовой или фарфоровой посуды фабричного производства, подаваемой на подносах.

Обязательным напитком на любом празднике у вепсов было пиво (*olud*). Процесс приготовления этого напитка отнимал много времени, что отразилось в поговорке: «Нету дела – завари пива». Солод для пива северные и средние вепсы готовили из ячменя, а южные – из ржи. К солоду иногда добавляли соответственно ячменную или ржаную муку. Пиво варили в деревянной кадке, опуская туда нагретые на костре камни. Пили пиво из точеной расписной деревянной чашки, которую за столом передавали друг другу. Говорили, чтобы быть навеселе, «надо уметь 1–2 ведра пива в животе носить».

У северных вепсов традиция «пивных праздников» была менее развита, очевидно, поэтому здесь не сохранился и термин *olud*, как у других групп вепсов. Здесь оно называлось пиво (*pivo*) и его варили только в очень важных случаях: например, к свадьбе, причем это делали приходящие в деревню пивовары.

Употребление прочих крепких напитков – водки и вина – во время праздничного застолья у северновепских крестьян было чисто символическим. Мужчины и парни выпивали по одной-две рюмки, а женщины – ни одной. Только во время свадеб замужним женщинам разрешалось выпить по одной рюмке вина. По некоторым источникам, водку у карел пили и мужчины, и женщины. Водки запасали на праздник в количестве 0,5 – 1 ведра, полтора ведра уже считалось много. Хозяин, который не садился за стол,

угощал гостей водкой за каждым блюдом, поэтому, опьянев, гости иногда с трудом потом добредали до дома.

Праздничное застолье карел подразумевало соблюдение специального застольного этикета, в первую очередь особое уважительное отношение к столу. Садясь за стол или выходя из-за него, перед иконой обязательно делали несколько поклонов. Выходить из-за стола полагалось в ту же сторону, откуда садились: недопустимо было без причин обходить стол.

У многих северных народов сохранился обычай угощать духов дома. У карел считалось, что в будни допустимо делать это в любом месте дома, а в праздники – непременно торжественно и только за столом. Существовали определенные символические запреты, распространявшиеся на участников застолья. В Олонецкой губернии считалось, что незамужним девушкам нельзя садиться на угол стола (замуж четыре года не выйдешь), мужчинам нельзя ставить чашку отдельно от блюда (с женой будешь жить порознь), нельзя проливать чай на стол (муж пьяницей станет), нельзя благодарить за угощение на поминках и т.д. Требовалось соблюдать уважение к еде, особенно к хлебу. За столом не полагалось спешить, согласно карельской пословице, застолье приравнивалось к пребыванию в раю: «Пока за столом, до тех пор и в раю». Во время застолья ели медленно. Водку пили, крестясь, при этом полагалось чокаться с соседями по столу.

После праздничного обеда скатерть со стола обычно не снимали. С него собирали остатки хлеба, соль, ложки и прочую утварь, оставляли все это на нижнем конце стола и прикрывали другим концом скатерти. Делалось это для того, чтобы хозяйка и другие члены семьи, помогавшие ей во время застолья, могли пообедать после того, как гости разойдутся. Кроме того, это могло иметь ритуальное значение. Так, считалось, что еда, оставшаяся на столе с пасхального заговенья, обеспечит сытую жизнь на весь год.

Если в доме есть девушка, то гостю ни в коем случае не позволяют уйти после обеда или ужина до тех пор, пока не будет убрано со стола; «слава» девушки, говорят, в таком случае испортится.

В Прионежье существовал также обычай семейного характера, по которому теща дарила прибывшему к ней в гости зятю-молодожену 100 яиц, а он преподносил ей ответное вознаграждение – материю, платье и т. д. Яйца являлись также праздничными подарками северновепских девушек парням, «чтобы те почаще приглашали их на игрищах танцевать и кружиться на кадрили в прискочку».

У вожан при сватовстве жених привозил невесте сарафан замужней женщины rukka, кожаный пояс с металлическими украшениями ruute, серьги и два рубля, тестю – шейный платок, теще – головной убор пожилой женщины («старушечий колпак»), гостям – курительный и нюхательный табак.

Сейчас прибалтийско-финские народы северо-запада России во многом ближе к финнам в своих традициях гостеприимства. Они ценят четкость и пунктуальность. А еще здесь распространена популярная финская поговорка: «Самый лучший визит – короткий», поэтому, если Вы не специально приглашенный важный гость, то засиживаться в гостях не стоит. Иногда хозяева настойчиво приглашают еще выпить кофе, однако, по правилам этикета лучше все же отказаться от приглашения. Однако, не смотря на строгость и четкие правила традиционного гостеприимства, в этом суровом краю никогда не откажут в помощи, а путника пригласят на чашечку кофе.

Еще одной заметной точкой на карте гостеприимства является Крымский полуостров. Крым отличает пестрота этнического состава и языковых структур. В настоящее время здесь можно услышать как минимум 20 разных языков, которые жители Крыма считают родными. Одной из уникальнейших групп являются тюркские народы, проживающие на территории региона. Они соседствуют с немцами, русскими, украинцами, цыганами и даже итальянцами, взаимообогащая традиции гостеприимства друг друга.

Тюркские народы Крыма

Крымско-тюркское гостеприимство

В настоящее время в Крыму нет ни одного района где бы не проживали крымские татары. Больше всего их в Симферопольском и Бахчисарайском районах. Многие национальные праздники считались государственными и отмечались всем полуостровом, например, Ураза-байрам и Курбан-байрам.

Не менее важное место занимают и караимы – «малочисленный тюркоязычный народ, сформировавшийся на основе секты, исповедовавшей иудаизм в особой форме – караимизм. Караимы Крыма жили довольно замкнутой жизнью, хотя в репертуаре свадебных церемоний имели место гостевания. Так, например, по достижении детьми брачного возраста в доме родителей жениха собирались родственники, друзья и старейшины. Отцу невесты вручали знаки обручения, а гостей угощали. Обряд завершался одариванием подарками свидетелей обручения.

Гостеприимство считалось долгом правоверного крымского татарина. При этом ко всем общепринятым нравственным нормам крымские татары относились очень серьезно. Поклон проходящему выражал почтение, которое через встречного выражалось Аллаху. В месяц Ураза крымские татары приглашали странников и прохожих в гости на ужин и ночлег.

У крымских татар, как и у всех мусульман, существует обычай обрезания детей мужского пола. Таинство обрезания у крымских татар очень важное религиозное правило и выполняется с большим числом гостей.

Этикет встречи гостей зависит от возраста пришедшего. Если в дом пришел пожилой человек, то ему целуют руку не только хозяева, но и все дети, а если гость моложе хозяев, то руку целует хозяевам сам гость.

Когда войдешь в дом зажиточного татарина, то увидишь с обеих сторон по комнате: одна из них назначается для гостей и мужчин, а другая – для женщин. Бедные татары имеют только по одной комнате, в правой стороне жилища.

Бывало, что комната, расположенная в правой половине дома крымского татарина, размером четыре квадратных метра, не имеет очага и служит

гостиной. Убранство этой комнаты составляют тюфяки и подушки, положенные на обычное возвышение (*сэдт*) глинобитного пола.

Также доме крымских татар есть особенно выстроенная горница (*селамлык*), где хозяин угощает своих гостей: кроме низких диванов по полу, устланных ковром, и небольшого низенького столика софра, перламутром украшенного, на котором подают закуски и кушанья, нет там никакого украшения.

Гостеприимство, как важная составная часть крымскотатарского свадебного ритуала, предполагало активную роль кого-нибудь из приглашенных гостей как в доме невесты, так и в доме жениха. Приглашенных гостей в доме невесты встречали поющие и танцующие девушки, и далее в специальной комнате демонстрировали гостям приданое невесты. В доме жениха в это же время в нескольких комнатах отдельно принимали стариков, замужних женщин, девушек и парней. Главный распорядитель свадебного церемониала избирался из числа активных гостей, не лишенных коммуникативного таланта. Вместе с тремя помощниками он наблюдал за соблюдением всех предписаний свадебного репертуара.

Мужчина, зашедший в гости или по делу, не должен обращать внимания на женщин хозяина, здороваться, спрашивать о чем-либо, вообще делать вид, что он их замечает. Женщины в этом случае или прячутся в *аяте* (комната с очагом, в которой готовится пища; в некоторых селениях – *аишана*) у очага, занятые приготовлением угощения и робко, с любопытством, выглядывающие оттуда, или деловито, с опущенной головой, пробегают мимо, тщательно затаив свою заинтересованность пришельцем.

Одним из главных элементов караимской гостиной был сет (диван), который накрывался *мандаром* (матрацем), сверху стелили подушки, набитые овечьей шерстью. Над сетом на стене тоже висел ковер, у сета стоял шестиугольный перламутровый столик с инкрустацией, за которым угощали гостей фруктами, ставили чашечки с черным кофе.

В жилище зажиточных караимов предусматривалось дополнительное помещение для гостей. К парадной гостиной примыкала небольшая спальня с двумя входами. Гостевые комнаты, в отличие от хозяйских, имели дополнительные открытые шкафчики (*долбаны*), стоящие по углам, и вместительные резные ниши (*камере*). В гостиной камере за тканевой ширмой хранились домашние вещи.

Крымско-татарский застольный этикет имел свои особенности. Так, например, на самом почетном месте во главе стола (*тёр*) садился глава семьи – отец, рядом с ним – мать, затем располагались старшие и младшие дети. Если в семье были старики или гости, то самые почетные места предоставлялись им. Старших уважали как хранителей семейных традиций и носителей культурных ценностей народа. Необходимо отметить, что перед едой обязательно мыли руки. Первым к пище со словом «Бисмилля» («Во имя Аллаха!»), приступал глава семьи, а затем и все остальные участники трапезы. Нарушение этого порядка считалось признаком невоспитанности. После окончания трапезы не вставали из-за стола до тех пор, пока старший не читал короткую молитву.

Если во время трапезы в татарский дом в Крыму приходил гость, сыновья хозяина вставали из-за стола и выходили... В многочисленной семье перед ее главой всегда ставили чашку с лучшими кусками мяса, но если в доме появлялся гость, то лучший кусок всегда доставался ему. Более того, как у многих тюркских народов, бывших кочевников, у крымских татар в знак особого уважения гостю «предлагали баранью голову, печенку и курдюк». «В знатных семьях гостю подавали голову лошади». «Во время приема почетного гостя сам хозяин дома распределял все куски за столом, обслуживая гостей».

Длинное, узкое полотенце (*софра-нешир*), которым покрывали колени всех сидящих за столом, сплошь затканное узором, в будни украшает полки крымских татар в парадной комнате, а в праздник подается гостям для утирания рук.

Крымские татары угощали гостей мясом жеребенка, которое считали особым деликатесом.

В качестве праздничного блюда готовили различные виды плова (*пиляв*). К характерным блюдам крымскотатарской кухни относятся также голубцы: из виноградных листьев (*япракъсармасы*), капусты (*лаханасармасы*), перца (*бибердолмасы*).

Из напитков следует отметить кофе черный, со сливками или молоком, являющийся традиционным напитком, составляющим обязательное угощение для гостей, чай, сладкий напиток с лимоном (*шербет*), компот из сухофруктов (*хошаф*). Из проса или ячменя изготовляли хмельные напитки (*боза, махсыма*).

У караимов на восьмой день после рождения мальчика назначался праздник обрезания – *суннэт-той*. Приглашенные гости собирались в помещении с обильно накрытым столом. Сначала за стол садились мужчины, потом женщины.

Гостей караимы угощали кофе, который узнали еще в IX в. Кофе был в зернах, раньше его толкли в ступах, затем повсеместное распространение получили медные кофейные мельницы удлиненной формы. Варили кофе в кофейнике с длинной ручкой (*ибрык*).

Доминирующее положение в караимском пищевом рационе, особенно в праздничных застольях или при приеме госте, занимали блюда из баранины. Ее употребляли в вареном, тушеном, жареном, сушеном виде. Почетному гостю в соответствии с этикетом гостеприимства подносили вареную баранью голову (*басчых*).

Во время торжества по случаю совершения обрезания караимы подавали гостям баранину в разных видах, ак-халву, вино, виноградную водку.

За свое гостеприимство крымские татары, даже бедные, никогда не требуют платы, но все одинаково охотно принимают подарки, состоящие из табака или денег.

Крымские татары считают долгом накормить гостя присмотреть больного и похоронить чужеземца. Правила эти они исполняют с особенным усердием, в особенности в месяц Уразы, и даже сами приглашают к себе на ужин и ночлег проходящих мимо их селений путников-единоверцев. От присмотра за больным никто из них, даже самый бедный, не откажется. Для подобных случаев в некоторых деревнях выстраивались в былое время отдельные домики с тем, чтобы все общество содержало на свои средства заболевших гостей; что же касается погребения умерших чужеземцев, то самый простой из чернорабочих пользуется одинаковыми почестями с самыми богачейшими и полезными деятелями: по их убеждениям, богатство и бедность различают человека только при жизни, но с той минуты, как он испустил последнее дыхание, значение их уравнилось и только Аллах властен определить, кто из них достоин больших почестей.

Российские немцы

Немецкое гостеприимство

В данном разделе речь пойдет об особой группе немецкого населения – российских немцах. Массовое переселение немецких крестьян на территорию Российской империи относится к концу XVIII – середине XIX в.; тогда в северо-западных губерниях, Поволжье, Причерноморье, на Волыни было основано множество немецких колоний. Связи немецких колоний с Германией были нерегулярными и ограничивались в основном религиозной сферой. Они постепенно все более и более ослабевали и к середине XX в. прервались. Поэтому существование обрядовой культуры российских немцев определялось сначала частичной, а затем и полной изоляцией от обрядности Германии. Немцы также живут в Крыму, где составляют довольно объемную долю населения.

Если речь заходит о немецком гостеприимстве, то в 90 случаев из 100 вспоминают о немецкой пунктуальности и немецкой кухне (прежде всего пиве

и закусках к нему). Однако, структура гостеприимства у немцев включает и другие элементы.

Оно тесно связано с циклом календарной обрядности, в котором посещению гостей отводился зимний сезон, часто свободный от сельскохозяйственных работ. Важное место здесь занимало Рождество, также как и у прибалтийско-финских народов северо-запада России считавшееся семейным праздником. Семейный характер Рождества проявлялся, прежде всего, в рождественском ужине – так называемом «Святом ужине» (*Heiligabend*). Ужин проходил в узком семейном кругу, посторонних в гости не приглашали.

В гости к родственникам и соседям с поздравлениями и подарками в немецких селах было принято ходить в Новый год. Гости прежде чем зайти в дом, должны были как следует пошуметь. С этой целью топали ногами, громко стучали в дверь, мужчины стреляли в воздух из ружей, специально к Новому году украшенных красными лентами. Также каждому гостю необходимо было рассказать стихотворение или специальное новогоднее пожелание (*виндши*). Одновременно с пожеланиями, для обеспечения хорошего урожая в следующем году, гости обсыпали хозяев зернами пшеницы. Как и у соседних народов, у немцев существовала примета о том, что для удачного года первым в дом должен был войти мужчина. В литературе также упоминается, что накануне Рождества в церкви устанавливалась елка, украшенная пряниками и конфетами, которые после вечерней службы раздавали детям. В дома приглашали ряженых, которые пугали детей и заставляли рассказывать обо всех проступках, и лишь раскаявшиеся дети получали подарки. Сюжет с ряжеными обнаруживается у многих групп населения.

В числе весенних праздников большое значение имела Пасха. Пасхальный понедельник считался днем визитов. Родственники ходили в гости друг к другу. Замужние дочери обязательно должны были в этот день посетить родителей. По этому поводу устраивались праздничные обеды. Но в целом Пасха у немцев праздновалась скромно.

Осенью главным был праздник по случаю окончания уборки урожая. Наиболее распространенное название у немцев в России – Праздник благодарения за урожай (*Erntedankfest*). Его отмечают после окончания работ в поле и в саду, обычно в конце октября. На праздник приезжали многочисленные гости – родственники, жители соседних немецких деревень.

Приволжские колонисты особенно торжественно праздновали престольные праздники – кирмесы (*Kirmes, Kirchmesse*, в названии колонистов «*Kirh*»). Все воскресенья осени были распределены на кирмесы, причем они никогда не совпадали с праздниками соседних колоний: ведь так можно было праздновать несколько воскресений, а это считалось недопустимым для немцев Поволжья.

Другим элементом, с которым связано гостеприимство, является семейная обрядность. Очень насыщенными с точки зрения традиции были свадьбы. Гостей нужно было пригласить за неделю до свадьбы. Церемония приглашения выходила обычно шумной и веселой. Центральной фигурой всего мероприятия становились специальные распорядители свадебного торжества. Они несли специальный свадебный жезл или посох, украшенный сверху цветами. Каждый, кого приглашали на свадьбу, должен был завязать цветную ленту на посохе. Потом по количеству лент считали приглашенных гостей.

Во время застолья, и свадебного в том числе, как и у большинства уже упомянутых групп, соблюдался порядок рассаживания хозяев и гостей. Чаще всего почетное место во главе стола занимал старший по возрасту мужчина. Рядом с ним, как правило, находилось место старшей женщины или жены. Другие члены семьи тоже четко знали свои места. В частности, детей рассаживали по старшинству. Смена их мест происходит редко, даже в присутствии гостей.

Если приходили гости, то младшие по возрасту дети отправлялись в соседнюю комнату и не шумели. Обед или ужин накрывался для них отдельно. Они не имели права подходить к столу, где собирались взрослые. Эта черта

прекрасно описана в художественной литературе. Думаем, что «Щелкунчика» все из Вас читали внимательно.

Важной составляющей гостеприимства была пища. Большое значение на праздничном столе имел хлеб. У меннонитов, например, существовал обычай коллективной выпечки на свадьбу. Накануне свадьбы невеста замешивала сдобное тесто, которое жених разносил по гостям. На свадьбу гости приходили с выпеченным хлебом, булочками.

В осенний период сытой птицы по праздникам подаются жареные курица, утка, гусь или индейка, начиненные составом из тертого калача, изюма, сметаны, яиц и сливочного масла. В период поросят жарится поросенок с начинкой из картофеля и тертого калача. Соленые огурцы и арбузы подаются к кушаньям осенью и зимою, большей частью в праздники; летом едятся они в свежем виде, и приготавливаются салаты на кислом молоке и яйцах из огурцов и салата. Летом же, в сезон фруктов, пекутся пироги, начиненные фруктами. Когда ставится тесто для калачей, то утром к завтраку жарят в кипяченом масле особые пышки. Внезапно появившегося гостя угощают чаем и жареными колбасой и салом.

Самым сытным и разнообразным был новогодний ужин, который имел в том числе и символическое значение, т.к. был связан с ожиданиями перемен. Непременным блюдом была свинина и свиные колбаски, на столе было много выпечки: кренделя, пряники, новогодние пончики и всевозможные пироги. Похожий ассортимент блюд можно встретить и у других групп немецкого населения.

К обрядовым свадебным блюдам относится куриная лапша (*Nudelsuppe*). Ее варят на второй день из кур, которых приносят с собой гости. Эта традиция роднит немцев с украинцами, где у некоторых групп также готовят куриную лапшу на свадьбу.

В пасхальное воскресенье после обеда дети ходили в гости к своим крестным, где их угощали все теми же разноцветными яйцами, как всегда на

праздник, давали сладости и мелкие монеты. Любимым угощением были конфеты собственного приготовления из жженого или вареного сахара.

После рождения ребенка соседи и родственники могли прийти «знакомиться с новорожденным». Они приносили подарки: пеленки, распашонки, отрезки ткани. Кроме того, несли «гостинец» для роженицы, чаще всего – это *кребль* (сдобная булочка); женщина обязательно должна была попробовать булочку, чтобы не обидеть гостей.

У немцев, как и у финнов есть хорошая пословица, касающаяся посещения гостей: «Краткие посещения продлевают дружбу». Однако, не стоит ее воспринимать буквально. Это скорее про взаимные обязательства тактичного отношения между хозяевами и гостями. В русском языке можно обнаружить очень похожее изречение: «Пора и честь знать».

Как и у большинства народов, в немецком гостеприимстве отдых никогда не организуется без угощения. Однако, у немцев при бытовых визитах в гости принято ограничиваться легким угощением. Все это свидетельствует об универсальности многих традиций немецкого гостеприимства и роднит их с другими локальными этническими традициями.

Восточнославянское население

Русско-украинско-белорусское гостеприимство

Самую представительную группу составляет восточнославянское население. Русские, белорусы и украинцы уже давно воспринимаются, как хлебосольные и радушные хозяева, отличающиеся широтой души.

В их среде принято, что соседи и родственники могут прийти в гости без особого приглашения, особенно в сельской местности. Тем не менее, приглашение в гости по почитаемым праздникам, например, на Пасху, на Рождество, на Масленицу, на Троицу, считалось обязательным. Городские традиции более регламентированы, хотя, не возбраняется «забежать» в гости по очень важным поводам, иногда чтобы пообщаться. Даже в этих случаях хозяйки всегда найдут чем угостить пришедших без приглашения. Однако, в

настоящее время ритм жизни все больше и больше меняется, поэтому посещение гостей стараются планировать, особенно в крупных мегаполисах. Сколько раз в месяц современные жители городов ходят в гости? Данные социологических опросов разнятся, где-то пишут, что примерно 2 раза в год, где-то, что чаще.

А вот в исторических источниках встречаются важные сведения об основных чертах общественного быта русского населения XVIII–XIX вв., где описано, кто, сколько раз и к кому ходил в гости. Так, например, в дневнике зажиточного горожанина купца Ивана Алексеевича Толченова, бывшего бургомистром в Дмитрове, можно было прочесть, что за 16 лет (с 1780 по 1796 г.) он побывал в гостях 905 раз, т.е. каждый 6-й или 7-й день. Вероятнее всего, что зафиксированные им «гостевания» носили не только праздничный, но и деловой характер. Тем не менее, в знак уважения к высокому гостю, накрывали стол или старались не ударить в грязь лицом. В свою очередь и сам бургомистр, оставаясь дома, едва ли не каждый день принимал гостей. Однако, когда он покинул г. Дмитров и поселился в Москве, он повел более скромный образ жизни. За 14 лет (с 1797 по 1811 г.) он побывал в гостях 457 раз, т.е. каждый 11-й или 12-й день. По подсчетам видного исследователя средневекового города М.Г. Рабиновича, зажиточные горожане ходили в гости в среднем два раза в месяц, горожане победнее ходили в гости реже: не каждый месяц, или не более одного раза в месяц. Так, что современным горожанам стоит брать пример со своих предков.

У украинцев, в соответствии с принципами соционормативной культуры, в гости можно было ходить в определенное время года и при определенных условиях. Так, например, считалось неприличным ходить в гости в день Пасхи, а в Рождество посещение гостей приветствовалось. В повседневной жизни родственники или соседи могли прийти в гости в связи с практической необходимостью, например, чтобы обсудить какие-нибудь хозяйственные, организационные или бытовые проблемы. В таких случаях создавать для гостя

особые условия не требовалось. Можно было в ходе беседы попить чаю, например.

У белорусов также в гости ходили в дни семейных праздников или в дни торжеств. Распространенным обычаем гостевания было посещение родственников или друзей на Рождество, Масленицу, Пасху, Троицу, на Покров. Гостевание, как аналог гостеприимства, сопровождалось застольем, исполнением белорусских песен. К празднику Покрова, когда уже был собран урожай и у белорусских хозяев появлялось свободное время и материальные возможности, серьезно готовились к приему гостей: убирали дом, готовили праздничные кушанья. В отличие от русских старожилов и украинцев, у белорусов было принято приглашать гостей на праздник Купалы (7 июля) и готовить столы с выпивкой и закуской по этому случаю.

Повсеместно, не только в Европейской России, но также и в Западной Сибири и Зауралье, важное значение придавалось «престольным» или «съезжим», «храмовым» праздникам, которые устраивались в честь какого-либо святого – покровителя села, деревни, городского квартала, или события, во имя которого была построена местная церковь (либо один из ее престолов). В эти дни причт во главе со священником ходил по домам селения, читая молитвы перед образом святого, которому посвящался праздник. В каждом доме их угощали и вручали выпечку и деньги (иногда зерно). Столы в этот день практически не убирались, так как компании переходили из избы в избу, и гостевания длились до позднего вечера, зачастую продолжаясь в течение трех дней. Всякий проходящий мог угоститься даже в незнакомом доме, и хозяева с радостью принимали его, поскольку считалось, что в образе странника к ним является сам Господь. Подобные традиции, как мы выяснили ранее, существовали и у других народов.

Престольные («съезжие») праздники, проведение которых было прервано войной, возродились в 1950-е гг., но это уже были скорее семейные, родственные посиделки, а не гуляние всех семей деревни вскладчину. До начала 1980-х гг. традиции съезжих праздников сохранялись в

редуцированном виде однодневных посещений родственников ближних и дальних деревень. Память старшего поколения до сих пор хранит информацию о всех известных ему престольных днях соседних селений.

В силу того, что основным занятием населения до начала XX века были сельское хозяйство и промыслы, праздничные дни с посещение гостей в основном приходились на позднюю осень и зиму. В числе таких праздников был Покров (14 октября), на который гуляли целую неделю. Этот праздник сохранился и в современных городах чаще всего в форме «Покровских ярмарок». Покров знаменовал и начало свадебного сезона, когда уличные осенние хороводы-гуляния с Покрова сменялись домашними посиделками.

О традициях гостеприимства сложено много поговорок у всех групп восточнославянского населения, они звучат примерно похоже: «Гостю щей не жалей, а погуще влей», «Гость доволен - хозяин рад», «Не красна изба углами, а красна пирогами». Прием гостей требовал от хозяев некоторых усилий. Неписанные правила гостеприимства перекочевали из традиционной сельской культуры в культуру городскую вместе с их носителями. Думаем, многие вспомнят, что к приходу гостей готовилась вся семья: наводился идеальный порядок, хозяева устраивали пир горой и старались организовать душевный досуг. Чаще всего он заключался в просмотре семейных фотографий, танцах, а если в тот день был какой-то праздник, то в просмотре концерта или кинофильма по телевизору. Конечно, все это проходило под дружескую беседу.

Современные традиции гостеприимства, особенно у молодежи, несколько иные, больше напоминающие театральные постановки с выкладыванием фотографий с мероприятий в Интернет. Т.е. посещение гостей по-прежнему остается важным событием, но уже подключаются механизмы трансляции. Изменяется и досуг, добавляются тематические развлечения, игры, однако, важной составляющей остается беседа.

И в традиционной, и в современной культуре ходить в гости без приглашения могут себе позволить лишь близкие родственники и друзья. Всех

остальных гостей приглашать нужно. Приглашения (особенно в среде простых людей) передавались и устно. Хозяева не всегда лично приглашали гостей. Это делалось и через «позыватых» – людей, специально посылаемых, чтобы приглашать от имени хозяина и его семьи. Соглашаться с первого приглашения считалось дурным тоном: надо было заставить звать себя несколько раз. «По первому зову в гости не ходят» – гласила пословица. В современном мире чаще всего приглашения рассылаются в письменной форме, в том числе в мессенджерах и социальных сетях. Сейчас иногда даже оговаривается формат встречи, ее тематика, форма одежды.

Как и у многих других народов, с пустыми руками в гости ходить было не принято, часто гость привозил с собой подарки членам семьи, в том числе какую-либо мелочь или сладости хозяйским детям. Привезенные подарки или сувениры означали «в знак приязни» или в знак «уважения» или «за любовь».

В городе, как и в деревне, высоко чтились обычаи гостеприимства. Гостя «принимают, за обе руки берут да в красный угол сажают» – гласит старая пословица.

Красный угол – самое почетное место в доме. Согласно традиционному этикету, человек, пришедший в избу, мог пройти туда только по особому приглашению хозяев. В Смоленской и Великолукской губерниях, где красный угол назывался «кутом», «кутным углом», почетные гости так и назывались: «кутяне». Там же была распространена поговорка «Сидит, как поп на покути» (то есть в красном углу).

Но не менее важную роль играл и стол. В украинской хате он, например, выполнял сакральную роль, являлся символом нерушимости и непрерывности семьи. Он был своеобразным домашним престолом, на него запрещалось класть что-либо кроме еды. Постоянное место стола рядом с красным углом под иконами. За столом происходило чествование гостя, заверение его в дружеских чувствах к нему хозяев. У украинцев вокруг стола водили молодых во время свадьбы.

У белорусов стол стоял тоже под иконами в переднем углу, покрытый чистой белой скатертью; вокруг стен, у стола – скамьи, называемые, как и у украинцев и русских, лавками. Передний, красный, угол был самым почетным в доме. Здесь за столом совершались ежедневные трапезы, принимали гостей, отмечали календарные и семейные праздники.

В торжественных случаях стол накрывался с размахом. К приходу гостей, как уже говорилось, тщательно готовились. Пекли хлеб, готовили праздничные угощения, иногда придумывали подарки детям: дарили конфеты, печенье, пироги, мелкие сувениры. В ходе трапезы принято было перед каждым новым блюдом приглашать угощаться. Гости в соответствии с этикетом принимали приглашение со второго или с третьего раза. Сигналом к окончанию трапезы служила подача на стол хлеба с солью.

В XVIII в. в Россию из Западной Европы пришли самовары, где они употреблялись для подогревания бульонов. В XIX в. они получили широкое распространение во всех слоях русского общества. Самовар кипел на столе, когда приглашались гости, располагал посидеть за столом с удовольствием и долго с желанными людьми. Он ставился, когда было холодно на улице или, наоборот, слишком жарко.

Чай разливала хозяйка дома или ее старшая дочь. Чашку надо было наливать до краев, не забывая потчевать гостей и предлагать еще. Чай полагалось пить из блюдца, держа его всеми пальцами. Подливание чая в чашку кончалось тогда, когда гость переворачивал ее вверх дном. Это означало, что гость чаю больше не хочет и доволен угощением.

В праздничный день русские хозяйки стремились порадовать гостей обилием съестного: подавали по 10–20 блюд из домашней птицы, мяса, рыбы, овощей, ягод, грибов. Готовили студень, тельное из рубленой рыбы, жаркое, отварное мясо, яичницу. В Архангельской губернии полагалось, чтобы перед каждым гостем красовалась горка выпечки. В Пинежском уезде, например, пекли шаньги из ржаного или ячменного теста с поливой из сметаны, крупяные шаньги в ржаных корках, расстегаи с пшенной начинкой,

сковородники (тонкие оладьи), *олабиши* (толстые оладьи), *налистники* (тонкие блинчики), *сочни* (засуженные блины), блины житные (из кислого теста), ватрушки с творогом, колюбяки из ржаного или крупитчатого теста с запеченной в них рыбой, волошские колобки из крутого теста на молоке, а также сладкие пироги с изюмом или с черникой. Некоторые из этих лакомств уже встречались нам в описаниях других народов.

Символом гостеприимства у восточнославянского населения считался каравай – символ хлебосольного дома. Пекли его к праздникам и важным событиям, им встречали и провожали дорогих гостей, а самые пышные и искусно украшенные караваи были главным угощением на свадьбах.

Конец застолья обозначался такими блюдами как кисель, компот, каша-запеканка, ряженка с пирогами. Подача этой трапезы являлась деликатным намеком на завершение трапезы, своеобразным знаком гостям выходить из-за стола, поэтому ее в народе называли «выгоняйлом», «выпихайлом», «выпихачем», «разгоном», а то и просто «киселем». Остаться за столом после подачи последнего блюда по этикету было признаком невоспитанности.

При прощании, как и при встрече, и русские, и белорусы, и украинцы вновь обменивались поцелуями, причем поцелуй означал не только приязнь, но и взаимное прощение (слова прощание и прощение родственные). «Спасибо Вам за прием», – говорили гости. Хозяева отвечали «Извините, если, что не так». Попросить прощение еще раз считалось не лишним. Перед началом Великого поста в православии существует специальный день «Прощеное воскресенье», когда все просят друг у друга прощение.

2.3. От Урала до Камчатки

Пространство от Уральских гор до Тихого океана принято называть Сибирью. Сибирь представляет собой обширную территорию с различными природно-климатическими зонами. Географически Сибирь разделяется на несколько крупных регионов: Западную Сибирь, Восточную Сибирь и

Дальний Восток. Кроме того, в отдельные историко-этнографические регионы выделяют Северную Сибирь (Крайний Север) и Южную Сибирь.

Здесь имеются тундровые, таёжные, лесостепные, степные, горно-таёжные и даже полупустынные ландшафты. По мере продвижения с севера на юг, таёжные леса, которые покрывают большую часть Сибири, сменяются лесостепной растительностью, а затем мы попадаем в степные районы юга Сибири.

По территории Сибири протекают крупные реки Обь, Иртыш, Енисей, Лена, Амур и др. В Восточной Сибири находится одно из самых больших и глубоких пресных озёр Байкал.

Такое природное разнообразие активно осваивалось человеком. На территории Сибири происходило взаимодействие разных народов, языков, культур, верований, хозяйственных занятий. Большая часть коренного населения Сибири в языковом отношении принадлежит к большой *алтайской языковой семье*. Алтайская семья включает самую многочисленную *тюркскую группу языков* (языки алтайцев, тувинцев, хакасов, шорцев, тофаларов, сибирских татар, долганов и якутов); *монгольскую группу*, куда входит язык бурят и *тунгусо-манчжурскую группу* (языки эвенков, эвенов, негидальцев, нанайцев, ульчи, ороков, орочей, удегейцев).

Уральская языковая семья одна из наиболее древних. Она включает три группы: *финно-угорскую (язык ханты и манси)*, *юкагирскую* (язык юкагиров) и *самодийскую* (язык ненцев, энцев, нганасанов и селькупов).

Языки населения Северо-Восточной Сибири и Дальнего Востока разделяются на несколько групп: *эскимосо-алеутскую* (языки эскимосов и алеутов); *чукотско-камчатскую* (язык чукчей, коряков, алюторцев, кереков, ительменов). К *изолированным языкам* относится нивхский язык.

Начиная с XVII века сибирские просторы привлекает переселенцев с европейской России: русских, украинцев, белорусов, немцев, чувашей, поляков и др. Миграционные процессы на территории Сибири активно

протекают и в настоящее время, обогащая сибирскую культуру новыми традициями.

Одной из таких традиций, сохранившихся до настоящего времени, является традиция гостеприимства. Встреча гостя, уважительное к нему отношение присуще всем народам, независимо от времен их проживания на территории Сибири. Несмотря на универсалии культуры гостеприимства, есть и специфика, обусловленная этническими, культурными, религиозными, хозяйственными особенностями. Какие-то компоненты практически не изменились, какие-то подверглись трансформации, адаптировались к современным условиям. Знание традиций гостеприимства, его специфики у разных народов дают возможность лучше понять друг друга, комфортно жить на сибирской земле.

Народы Крайнего Севера

Чукотское гостеприимство

Путешественников различных национальностей чрезвычайно удивлял обычай чукчей встречать гостей камнями, которые в них кидали сами хозяева стоянок и их домочадцы.

Вот как описывает этот весьма странный обычай старший штурман Антон Батаков, участник экспедиции Биллингса – Сарычева (1785– 1794 гг.), в своём «Журнале описания Чукотской земли от губы Святого Лаврентия до Ангарской крепости». Встретившись с незнакомцами, пытавшимися высадиться на берег, береговые чукчи стали громко кричать и «кидать камни в море» навстречу непрошеным гостям. Это встревожило путешественников, однако более никаких агрессивных действий чукчи предпринимать не стали и высадке гостей на берег не препятствовали. Когда те высадились, на берегу появился глава чукотского рода (тойон) по имени Имлерат. Он с несколькими старейшинами развёл два костра. Затем он взял командира экспедиции, капитана Иосифа Иосифовича Биллингса, за руку, провёл его через костёр, после чего снял с себя собственную парку и одел её на англичанина. Капитану

пришлось, в свою очередь, снять с себя белую тонкую сорочку и одеть её на чукчу – этот обмен символизировал дружбу и гарантию безопасности. Подобный обряд был проведён с каждым членом экспедиции, после чего через костёр протащили и все вещи гостей.

После столь радушного обмена любезностями чукчи выставили на стол угощение и в досталь накормили гостей жирной, свежей олениной, а те в ответ подарили хозяевам берега бисер, иглы и табак. Оказалось, что чукотский обычай бросать в гостей камни не выражает неприязни, как поначалу предположили русские путешественники. Наоборот, таким образом чукчи демонстрировали свою готовность оказать гостеприимство русским, прибывшим издалека.

Дело заключалось в языческих представлениях чукчей о мире, который был населён самыми разными божествами и духами. Были и злобные духи кэльэт, которые только и ждали, чтобы человек совершил ошибку, и тогда они могли ему навредить, наслав болезни. А издалека пришедший гость может принести с собой болезни, а это значит, что рядом с гостями выются злые кэльэт. Грозные крики и бросание камней должны были отпугнуть духов от гостей и позволить им спокойно насладиться гостеприимством хозяев, а чукчам – принять гостей, узнать новости и, возможно, пополнить запасы табака, патронов или необходимой утвари.

Ещё один участник экспедиции Д. Мэйн уточнял, что чукчи специально проводили гостей через огонь, окуривая их дымом священного костра, который разжигали с помощью предметов с изображением антропоморфных духов. Таким образом они очищали гостей от болезней и защищали свою жизнь и жизнь своих животных (оленей и собак).

Со временем гостеприимство чукчей не исчезло. Советский этнограф Владимир Германович Тан-Богораз вспоминал, что они были готовы в пургу потратить на обогрев гостя последнее топливо. Также они специально заготавливали корм для собак, чтобы иметь возможность покормить животных, на которых передвигались русские, не имея с этого почти ничего.

Якутское гостеприимство

Важное значение гостеприимство играло в культуре якутов. В свадебных благопожеланиях молодой семье желали: «Пусть ваш дом будет всегда полон гостями, пусть гость у вас оставался с ночлегом легкой душой; всегда помогайте тем, кто нуждается в вашей помощи». В старину в дом, где останавливался путник, приходили мужчины всего села, получить информацию о внешнем мире. Интерес к гостю повышался, если он был представителем другой культуры, это давало возможность познакомиться с явлениями и событиями иного жизненного уклада. Приезжая, гость входит, не кивая головой, снимает шапку, вешает ее на кол и греется у разведенного огня. Погревшись, он садится на лавку, и тогда только хозяин говорит: «Рассказывай, Друг!».

В летнее время якуты встречали гостей обязательно с кумысом. В основном кумысом почитали уважаемого гостя. Якуты ходили в гости со своего родного поселения в другие для того, чтобы обменяться новостями и всегда брали с собой подарки для хозяев дома. А когда гость собирался уходить, хозяева дома дарили ему подарок и продукты на дорогу. Известно, что у якутов существовала разные виды даров: подарок, в особенности свадебный, который обязательно должен быть возвращен в виде отдарков; подарок, который делали в знак благодарности за какие-нибудь благодеяния или услуги, который не требовал ответного дарения и предназначался главе семейства. Гостю дарят подарок за то, что он поделился новостями. Иногда в знак дружбы подарки делают в виде денег, скота, средств быта и пушнины. Человек, получивший подарок должен был пригласить дарителя домой в гости и взамен подарить подарок. Это называется взаимообменом подарками. После вручения подарка гость больше не дотрагивался к нему руками и не должен был кушать привезенное в подарок (масло, мясо и т.д.). Хозяйка дома без разрешения родных не должна была принимать и дарить подарки. Когда забивали скот, делились с соседями. Этот обычай преподнесения подарков

существует испокон веков. Если кто-то нарушит обычай, то мир между соседями будет разрушен.

Якуты различают гостя по его пребыванию: просто гость; гость, который остается ночевать; проезжий человек или проезжающие люди. Если гость собирался ночевать, его постель заносили в юрту сами и готовили для него мягкое ложе. Коня его кормили хорошим сеном. Если приезжий представлял собой почетное лицо, ехал издалека, то он мог отдыхать у гостеприимных хозяев даже несколько суток. Если знакомый проезжал мимо, не заехав, якуты обижались, видя в этом недоброжелательство.

В сельской местности люди часто ходили, друг другу в гости без предупреждения, или просто заходили по нескольку раз в день и обменивались с разными новостями, знаниями и т.д. И при этом каждый раз хозяйка накрывала стол или просто наливала чай. До недавнего времени сохранялась традиция обмена гостинцами. Если гость пришел с гостинцем, то обязательно его чем-нибудь одаривали, не отпускали с пустыми руками. Этот обычай учил быть щедрым, осуждал жадность и корысть. В настоящее время эта традиция как бы незаметно исчезает.

Важную роль традиции гостеприимства играют в воспитании детей. Они призваны незаметно, исподволь научить ребенка неписанным правилам приема гостей, общению с другими людьми, расширить его кругозор, сравнивать жизнь разных семей, поведение людей, быть наблюдательными.

Постепенно становится заметным влияние культур других народов на уклад жизни якутов. Хорошо прослеживаются следы европейской модели гостеприимства, например, договоренность о предстоящем визите; если гость хочет остаться несколько дней, то заранее предупреждает, даже может договориться о цене своего пребывания и т.д. В связи с развитием новых технологий меняется значение гостя как носителя свежей информации. Появляются отличия при встрече гостя жителями села и города. Традиции гостеприимства в большей степени сохраняются в сельской местности, чем в городской среде.

Житель города не имеет возможности принять большое количество гостей в квартире. В городской среде встречать гостя уже стало традицией по событийным дням: дням рождения, по случаю рождения ребенка, свадьбы, юбилея, новоселья и т.д. Такие встречи в основном проходят в ресторанах, разного рода клубах и т.д. Несмотря на происходящие изменения, культура гостеприимства сохраняет свои основные функции в якутском обществе, является не только способом встречи друзей или близких, но и показателем вежливости, воспитанности и т.п.

Ненецкое гостеприимство

Если гость приезжает в ненецкое стойбище, он должен обойти все чумы и в каждом из них по правилам гостеприимства принять угощение. Если гости не зашли в какой-то чум, хозяин может обидеться.

Заходят в чум, взяв одной рукой за края покрытия чума и, повернувшись через левое или правое плечо (смотря в какую сторону «дверь» открывается), той же рукой положить край чумового покрытия на исходное положение. Стучать или предварительно кричать «Есть кто в чуме?» не принято. По дыму из трубы, по прислоненному к двери бревну или длинному шесту это можно самим определить.

Хозяйка обязательно пригласит вас к маленькому ненецкому столику. Хозяин чума, увидев вашу пустую чашку, будет вам подливать чай до тех пор, пока вы не перевернете чашку вверх дном. Зимой ненцы обязательно угостят гостя строганиной из замороженной рыбы, олениной. У ненцев за столом нельзя петь. Примета гласит: «все пропоешь».

Помогать хозяйке убирать со стола, мыть или вытирать посуду не стоит. Считается, что такая помощь гостей может обернуться для хозяйки неудачей, стол ее обеднеет, а все удачи перейдут к гостю. К посуде не должны прикасаться ни мужчина, ни мальчик. По поверьям, от звона посуды вся дичь испугается и убежит.

Не принято у ненцев уходить раньше окончания трапезы. Если гости торопятся, хозяйка чума должна подержаться за край стола, иначе гости «унесут» с собой достаток ее семьи.

В тундре хозяева стараются не отпускать гостя без подарка. Мужчинам дарят ножны с ножом, пояса, подвязки для мужской обуви, сорочку для малицы, кисет для табака или курительную трубку. Женщинам - чашки, полоски разноцветного сукна, колокольчики, бусы, цепочки, серьги, платки, выделанные оленьи лапы, песцовую шкурку, кусочек бобрового меха. Детям – игрушки или вещи ровесника.

Гостеприимство хантов

Великодушие и щедрость всегда ценились в хантыйском обществе, а наивысшее своё воплощение эти качества находят в обычае гостеприимства. Основу его составляет характер жизни хантов, их полукочевой образ жизни и расселение небольшими группами на больших расстояниях. Для хантов этот обычай был законом самосохранения, законом тайги и тундры. В хантыйском языке в словах «гость», «гости» заключён корень слова «подарок». Приём гостя – важное событие в любой семье.

Правилами было предписано: если даже гость не хотел есть, он должен был выпить чашечку чаю. Этот обычай находит объяснение в воззрении на домашних духов: человек, зашедший в чужой дом, должен как бы приобщиться к этому духу, он должен продемонстрировать свои добры мысли, отсутствие враждебности по отношению к людям, хозяевам дома. Во время совместного чаепития предполагалось рождение общих добрых мыслей.

Гостя не расспрашивали о цели приезда, о том, когда он уедет. После угощения гость сам должен рассказать о себе, о своих делах, о цели приезда.

Гости для хантов всегда были желанны, так как любой гость всегда сообщал новости, информировал о жизни родственников, о событиях, которые происходят вокруг, о виденном в пути, пел песни, рассказывал сказки, легенды.

Народная этика хантов предполагала обязательно одарить гостя. У народа выработан свой институт дарения. Как правило, в гости ездили семьями, и хозяева готовили подарки для всей семьи. Мужчинам дарили рубашки, кисеты, изделия из кости, дерева. Основными подарками у женщин были платки, платья, предметы женского рукоделия, детям преподносили одежду, обувь, игрушки и т.д. Часто ханты без сожаления дарили гостю любую понравившуюся ему вещь. Отказываться от подарков было дурным тоном.

По времени гостевание не было длительным, так как традиционная жизнь требовала постоянного присутствия возле оленьего стада, обхода охотничьих ловушек, проверки рыболовных снастей.

После отъезда гостей о них не принято говорить, часто вспоминать, чтобы обратная дорога была для них лёгкой. О гостях должны быть только самые хорошие мысли, добрые воспоминания. В день отъезда не метут и не моют полы, запрещена любая уборка.

Институт гостеприимства существовал в очень сходной форме у разных народов мира.

У многих народов скотоводы не брали с собой запасов провизии. Отправляясь в дальний путь, они знали, что в любой юрте их накормят и напоят, а если понадобится, то дадут лошадь или верблюда.

Народы Западной и Южной Сибири

Гостеприимство сибирских татар

В традициях гостеприимства татар Сибири много общего с гостеприимством поволжско-приуральских татар. Но есть и специфические черты, обусловленные территорией проживания. Исследователи, побывавшие у сибирских татар, отмечают гостеприимство последних. Гостю оказывали большое внимание, устраивали на лучшее место, готовили вкусные угощения.

В дом, в который приезжал гость, приходили соседи и родственники хозяина, чтобы поприветствовать гостя, показать ему свое уважение и

почтение, накормить гостя. Самыми лучшим угощением считались мясо и чай. Часто в дом гостей угощают щербетом – напитком из воды, сахара и меда.

Гостем считался любой человек, пришедший в дом, это мог быть незнакомец, а мог быть односельчанин, сосед. Встреча всегда сопровождается чаепитием, или, в зависимости от длительности пребывания гостя, подавали первые и вторые блюда. Гость считался посланником Бога, через угощение хозяин показывал свое отношение к Богу, через гостеприимство можно было обрести благополучие.

Казахское гостеприимство

Гостеприимство является одним из знаковых, общественно значимых институтов казахского общества. Посетивший в первой половине XVIII в. ставку хана Младшего жуза Абулхаира Дж. Кэстль замечал, что «...киргизы (казахи) постоянно должны быть гостеприимны». Около полутора столетия спустя американский инженер Э. Нельсон-Фелл, работавший управляющим Лондонской горнодобывающей компании в Степном крае, оценивая правовое основание казахского гостеприимства, писал: «Это, конечно, чудесный закон, и ему повинуются повсеместно. Гостю аула ни в чем нельзя отказать, неважно, каковы были взаимоотношения между ним и хозяином... Долг гостеприимства властвует над всеми другими чувствами. Большинство законов и обычаев иногда нарушаются, но этот закон никогда». Законы гостеприимства признавались изначальными, завещанными первопредком и законодателем культуры Алашем. По преданию, прародитель казахов Алаш, разделив свою собственность между тремя наследниками, кроме равных причитавшихся им долей, выделил четвертую, которую определил, как «доля гостя»; разделив ее поровну, он завещал сыновьям встречать каждого путника и предоставлять ему полагающуюся часть из общего неделимого достояния, объединявшего современников, предков и потомков.

Законы гостеприимства в казахской степи предполагали защиту и неприкосновенность гостя, а также его имущества, предоставление крова и

пищи, сопровождение его на расстояние, находившееся под контролем хозяина или его рода, а также обеспечение его транспортом и подарками. Каждый путник, оказавшийся в доме, мог претендовать «пищу гостя». В случае нарушения норм гостеприимства путник обращался с жалобой к родовым властям, что обрекало нерадивого хозяина на всеобщий позор. Практики гостевания являлись основой сплочения кочевников огромных степных пространств в социокультурное целое. Гость для кочевника считался посланцем бога. Казахская пословица гласила: «Даже 9-летнего ребенка, прибывшего издалека, спешит приветствовать 90-летний старец». До наших дней в городах и селах Казахстана сохранился обычай, когда родственники и соседи поочередно приглашают прибывшего издалека гостя, невзирая на то, с какой целью и в какой именно дом он прибыл.

Гостя казахи называют: «божий гость» – гость неожиданный, прибывший без приглашения; уважаемый, почетный гость; приезжающий-уезжающий человек, гость. Допуская возможность чуда, казахи верят, что с гостем на дом может снизойти благодать. Отпущенный из аула без еды и должного гостеприимства человек может унести с собой плодovitость стад обидевшего хозяина.

Большую роль в казахском гостеприимстве играло чаепитие, которое можно даже назвать чайной церемонией, основной целью которой было гостеприимство, объединение участников для общения. Для казахов гостеприимство – это, прежде всего, возможность общения, и если среди гостей были люди, владевшие умением вести беседу, вернувшиеся из дальней поездки, знающие сказания о прошлом, знаменитых людях, акыны, то застолье могло длиться долго. Хозяева и гости получали удовольствие от самой встречи и возможности позабыть о делах и привычной суете. Казахи пили чай в больших количествах, как и татары, обычно в среднем не менее четырех чашек.

Традиционно чай подавали до основного блюда – мяса. Гости должны были за разговорами при чаепитии немного передохнуть после дальнего путешествия, к тому же к подаче мяса могли подъехать запаздывающие гости.

При специальном приглашении гостя домой обычно говорят: «Испейте у нас чаю», если же встречаются с человеком, которого давно хотели пригласить к себе в гости в качестве ответного приглашения, то обычно, извиняясь, добавляли: «Простите, мы вам должны дать чай». Если в последней ситуации извинение не приносилось, то обиженная сторона выражала свое недовольство следующими словами: «Пожалел для нас одну пиалу чая». Иногда гости, когда очень торопились, могли ограничиться только чаем. К чаю обычно подавали бауырсаки, сливки, сушеные молочные продукты.

При высоком статусе гостя в кочевых сообществах традиционно существовала строгая регламентация его визита. Согласно казахскому этикету, не полагалось здороваться через порог, который считался хранителем семьи. При входе следовало переступить через порог правой ногой; нельзя было наступать или садиться на него; нельзя было прислоняться к дверной притолоке – все это сулило беду хозяину дома. Находясь в юрте, гость должен был занимать место, подобающее его возрасту и статусу, сидеть в достойной позе. Крайне неприличным считалось сидеть на кошме с вытянутыми вперед ногами. Приглашенным в дом женщинам не следовало помогать хозяйке: передавать пищу, обслуживать застолье; это рассматривалось как нарушение суверенности чужого пространства. Хозяева в свою очередь не могли посягать на суверенность гостя; не принято было с ходу задавать ему прямые вопросы. Не угостив гостя, его не расспрашивали о делах. Хозяин не мог делать гостю замечания по поводу того, как он ест.

У казахов запрещено демонстрировать пренебрежительное отношение к еде, нельзя оставлять надкусанный хлеб, нельзя дуть на бульон или чай, потому что охлажденная таким образом пища считается непригодной, запрещалось брать куски левой рукой. Нельзя было входить в дом с жующим ртом, но выходить из дома, пережевывая еду, считалось хорошей приметой.

Только после того, как гость вкусил от пищи хозяина, тот мог спросить его более конкретно, откуда и куда едет, что видел.

Традиционно казахи считали, что для гостя ничего нельзя жалеть. В свою очередь гость не мог отказываться от приема и угощения. Это означало бы, что он не желает достатка хозяину. Угощение у казахов было регламентировано в соответствии с социальным и материальным положением обеих сторон. Казахская народная мудрость гласит: «Накормившему один день кланяйся сорок дней».

Алтайское гостеприимство

Алтайцы – это обобщенное название тюркоязычных народов Алтая. Исследователи выделяют две группы: северные и южные алтайцы. К северным алтайцам относят кумандинцев, челканцев, тубаларов, к южным – алтай-кижи, телеуты, теленгиты. Несмотря на имеющиеся языковые и культурные отличия, практики гостеприимства алтайцев схожи, что позволяет нам рассматривать их в одном разделе, но акцентом на некоторые особенности, присущие тому или иному народу.

С восторгом о гостеприимстве алтайцев писал известный исследователь В.В. Радлов: «... повсюду царит такое гостеприимство, какого и вообразить немыслимо в других условиях», «... каждый входящий в юрту рассматривается, чуть ли не как член семьи. Когда семья ест, и он ест вместе с нею, и это угощение не накладывает на него ни малейших обязательств. Если чужеземному гостю предстоит долгий путь, то ему дадут еще и провианта на дорогу».

Как правило, если уважаемый гость подъезжал к юрте, у коновязи ему обязательно помогали сойти с лошади и провожали в жилище. В мировоззрении многих скотоводческих народов считалось, что человек без лошади становится более уязвимым. Поэтому, по этикету алтайцев, у коновязи гостя во многих случаях встречал сам хозяин. Этим он показывал не только

свое расположение к гостю, но и брал его под свою защиту. Теперь хозяин юрты отвечал за жизнь и благополучие гостя.

На левой стороне за очагом располагался хозяин и почетные гости, правую сторону за очагом занимали бабушка, мать, невестка и дети до 16-ти лет обоего пола. Хозяин уступал почетному гостю свое место в юрте.

У северных алтайцев жилище не делилось на правую и левую сторону, как у южных алтайцев-скотоводов, а делилось по стенам, около которых можно было находиться или спать. Левая стена от входа за очагом была для хозяина, хозяйки и детей. Здесь никто, кроме них, не имел право находиться. Передняя стена – для гостей. На правой стороне располагались остальные родственники: старуха-мать хозяина, его братья и сестры. Члены семьи и гости рассаживались и рассаживаются до сих пор в зависимости от родственного и возрастного статуса.

Гость, пришедший издалека, считался существом иного мира. На преодоление его чужеродности был направлен один из ритуалов алтайского этикета – повязывание пояса гостю. Пояс символизировал связь человека с миром людей. Когда на ребенка впервые надевали пояс, считалось, что он вступал под покровительство рода, становился «своим». Аналогично и повязывание пояса гостю было символом переходя его в статус своего.

Если гость предупреждал о приезде, то его ждали, резали скот и обязательно выходили встречать. Гостю помогали спешиться и под руки вели в жилище, где сажали на почетное место. Затем следовало угощение, причем сначала гостя угощали чем-нибудь молочным, затем хозяин набивал и раскуривал трубку, гость (даже если был некурящим) должен был сделать то же самое и обменяться трубками с хозяином. Если гость был в жилище первый раз, его нос мазали сажей, чтобы приобщить его к огню этого дома.

Обычно гость одаривал хозяев продуктами питания. Гость открывал сосуд с аракой (алкогольный напиток на основе кислого молока), приседал на одно колено и подавал хозяину. Хозяин принимал, переливал араку в другую посуду и ставил подогреть на огонь, совершал кропление аракой в огонь.

Хозяйка угощала гостя сначала чаем, потом отваривала мясо. После того, как распивалась арака, привезенная гостем, хозяин угощал своей. Гость также получал от хозяев подарок. Поясом одаривался каждый из гостей, мужчины – одноцветными, а женщины – цветными.

У алтайцев существовали обязательные дни гостевания, приуроченные к обрядам семейного цикла: рождению, свадьбе и похоронам.

По правилам гостеприимства каждого вошедшего в юрту человека хозяйка угощала напитком из кислого молока. Госте с видимой беременностью предлагали все продукты и блюда, которые есть в доме, чтобы не оставить голодным ее дитя. В противном случае находящийся в утробе ребенок мог обидеться и проклясть жадных хозяев, если те утаили какое-нибудь блюдо.

Поскольку маленькие дети считаются слабыми, то у алтайцев не принято до одного-трех месяцев ходить в гости к тем, у кого есть новорожденные дети. Даже если и приходят поздравить, на детей обычно не смотрят. По истечении трех месяцев на детей можно смотреть, предварительно подарив подарок «на зуб» – положить в колыбель / кроватку малыша монету (бумажные деньги), пуговицу или одежду. Эти меры предохраняют ребенка от невольного воздействия глаз гостя.

Традиции гостеприимства играли важную роль в воспитании детей, когда им поясняли, что с гостями сначала здороваются, младшие уступают место старшим, интересуются новостями, жизнью, здоровьем, хозяйством, угощают айраном или молочным чаем с добавлением соли и толокна, склонив левое колено и преподнося чашку правой рукой гостю и оставаясь в такой позе, пока он не выпьет угощение.

Нравственные качества, такие как чуткость, доброжелательность, заботливость, внушались детям на примере церемонии провожания гостя. Подросткам объясняли, что когда уходит гость, для него отворяют дверь аила, отвязывают от коновязи лошадь и, держа под узды, подводят её к нему,

прощаясь, говорят: Всего хорошего! Счастливой дороги! Живите хорошо! Приходите в гости!

Из телеутских обычаев, привлечших к себе пристальное внимание исследователей, отмечают особый обычай гостевания. А.Г. Данилин писал, что телеуты тратят «очень много времени на посещение родственников в других улусах... Обычай заставляет принимать гостей как можно лучше, не останавливаясь перед затратами на угощение. Режут скот, в изобилии гонят или покупают араку. Гости с утра до вечера ходят из дома в дом; к ним примыкают и хозяева, и знакомые хозяев, которые накануне принимали гостей. И так в продолжение двух-трех недель». Гостевая церемония иногда завершалась камланием, устраиваемым специально для гостей.

Несмотря на существование многочисленных вариантов традиций гостеприимства у алтайцев, общими являются: одаривание и угощение гостя, предоставление ему самого почетного места в жилище, закалывание в его честь овцы, а также наличие развитой системы обязательных визитов.

Гостеприимство хакасов

У хакасов, так же, как и у многих других скотоводческих народов Южной Сибири и Центральной Азии, традиции гостеприимства наиболее ярко сохранились в этикете распределения кусков мяса во время трапезы. Самой почитаемой частью мяса у хакасов считается задняя часть овцы. Ее обязательно давали самому уважаемому гостю. Когда дарили заднюю часть, то обязательно отрезался кончик курдюка, дабы счастье не покинуло этот двор.

Хозяин юрты мог преподнести уважаемому гостю в знак особого почтения бедренную кость, лопатку. Женщинам эту часть не давали, это было запрещено. Зато перед самой уважаемой гостьей клали баранью грудину, мужчинам ее есть запрещалось. Домашняя копченая колбаса также служила для угощения очень почетных и дорогих гостей.

Этикет гостеприимства требовал приготовления специальных яств. Лакомым блюдом считались пенки вареного молока. Для их приготовления свежее молоко медленно кипятили в большом казане. В момент закипания туда засыпали размолотые корни сараны или кандыка, которые способствовали образованию толстого слоя пенок до трех пальцев толщины. Затем их осторожно снимали, смешивали с талканом, молотой черемухой или даже брусникой. Под конец их прессовали под гнетом и замораживали.

За столом соблюдался строгий этикет. Во всех традиционных жилищах в центре располагался очаг, а над ним в крыше находилось дымовое отверстие (тунук). Над ним ставился железный треножник, где устанавливался котел. Место за очагом являлось почетным. Здесь сидел хозяин юрты, по правую руку от него, со стороны переднего угла – почетные гости. Женщины, особенно невестки, размещались за отдельным столиком на женской половине юрты. Хакасские столы были низкими. За ними сидели, согнув ноги по-турецки. Запрещалось сидеть на корточках или вытянув ноги вперед.

Пол традиционных жилищ был земляной. Он застилался невыделанными шкурами «талбах», а сверху покрывался кошмами. Для почетных гостей стелился узорчатый белый войлок.

Гостеприимство тувинцев

Для тувинцев гостеприимство входило в число строго выполнявшихся норм этикета. Каждого проезжающего мимо юрты человека обязательно приглашали в жилище отдохнуть от дальней дороги. Тувинцы жили небольшими аалами, обособленно от других поселений, поэтому приезд гостей давал им возможность узнать новости, поделиться практическими умениями, обменяться подарками и т. д. По принятому этикету хозяин не выказывал бурной радости, делал все размеренно и спокойно, хотя приезд гостей был для него праздником. Приближающийся к жилищу всадник должен был слезть с коня за определенное количество шагов (30–40) и ждать приближающегося хозяина, который, услышав лай собаки или топот копыт

коня, выходит навстречу гостю и самостоятельно привязывает его коня к коновязи. Если гостя никто не встречает, то он кашлем или голосом дает знать о своем присутствии. Требование этикета обязывало гостя оставлять у входа в юрту огнестрельное оружие, и это символизировало мирные, добрые намерения пришедшего. Его ставили на сошки так, чтобы дуло было направлено в ту сторону, откуда приехал гость. Но если он прислонял ружье к юрте или даже заносил с собой в жилище – это считалось оскорблением и трактовалось как злой умысел в отношении к хозяину. В этом случае между гостем и хозяином могла вспыхнуть ссора и, как результат, у приезжего отбирали ружье и даже лошадь, после чего прогоняли. Чтобы продемонстрировать уважение к хозяину, гость, перед тем как войти, непременно должен был поправить шапку левой рукой, неспешно открыть дверь или слегка отодвинуть рукой, заменяющий ее войлочный занавес. Резко поднимать войлок или рывком открывать дверь значило продемонстрировать неуважение к хозяину жилища. Если к юрте подходил спешившийся человек, и его не встречали, то он голосом или кашлем как-то давал о себе знать и лишь после этого мог позволить себе войти в жилище. Гость, будучи приглашенным, не должен был наступать на порог. Случись такое – хозяин был бы глубоко оскорблен, поскольку считалось, что под порогом живет добрый дух – покровитель семьи. Строжайший запрет наступать на порог жилища отмечен у монголов еще в XIII в. Плано Карпини писал, что «если кто наступает на порог ставки какого-нибудь вождя, то его умерщвляют...». По той же причине нельзя было на пороге стоять и сидеть. Переступив порог, гость, как и хозяин, сворачивал по ходу солнца на мужскую половину юрты, в почетную ее часть, расположенную напротив входа.

Мир вам! – говорил гость, желая тем самым благополучия и мира семье хозяина юрты. Он мог произнести и просто «Здравствуйте!» и услышать в ответ: «Будьте здоровы и благополучны!» Приветствия-благопожелания могли быть и более пространными. Если это был день новогоднего праздника по лунному календарю или гость и хозяин, давно зная друг

друга, впервые встретились в новом году, то они совершали более сложный церемониал. Гость, произнося приветствие, подходил к хозяину, вытянув вперед обе руки ладонями вверх, а хозяин, если был старше гостя, опускал на них ладони своих тоже вытянутых рук, затем оба кланялись друг другу. Если гость был заметно старше, то хозяин первым протягивал руки ладонями вверх. Любопытно, что при подобных встречах сверстников, каждый, желая продемонстрировать вежливость, старался первым протянуть обращенные вверх ладонями руки. Причем нередко приветствие повторялось несколько раз, и встретившиеся могли довольно долго по очереди подчеркивать свое уважение друг другу.

Рассаживаясь в юрте, гости и члены семьи должны были принимать определенные позы. Мужчины, особенно пожилые и наиболее уважаемые, могли сидеть, подогнув под себя скрещенные ноги, остальные – подогнув под себя левую ногу, а правую, согнутую в колене, поставить перед собой, причем так, чтобы она была обращена ко входу. Гость садился рядом с хозяином, справа от него, в почетной части юрты и чума, и, не торопясь, в обеих руках передавал хозяину подарок, который приносил с собой в специальном мешочке, причем подарок мог быть и дорогим, и чисто символическим.

Ценным подарком считался кусок шелка, платок. Хозяин также принимал дар обеими руками (перед уходом гость получал подарок, который он укладывал в тот же мешочек). Затем начинался неременный обряд традиционного этикета: хозяин вынимал табакерку с нюхательным табаком, обычно подвешенную к поясу в футляре либо положенную за правую полу, и предлагал ее, не произнося при этом слов, гостю; он протягивал табакерку правой рукой, придерживая ее левой. Гость аналогичным образом ее принимал. Взяв по понюшке табака, они начинали его нюхать, но чихать при этом или что-либо говорить считалось неприличным. Затем табакерки возвращались владельцам. Равнозначным в тувинском этикете был обмен трубками с табаком: хозяин, раскурив свою, молча подавал ее гостю (правой рукой, которую обязательно придерживал левой), а тот, вытащив свою трубку

из-за пояса или голенища сапог и раскурив без слов, таким же образом передавал ее хозяину. Молча, покурив некоторое время, они вновь обменивались трубками. Когда в юрту входило несколько гостей, то вначале обряд совершался с наиболее почетным или самым старшим гостем, сидевшим рядом с хозяином, а затем с остальными, располагавшимися в юрте по старшинству; чем более уважаемым был гость, тем ближе к хозяину он сидел.

Если гость не был знаком хозяину, то у него спрашивали имя, прозвище, откуда он, из какого рода, зачем пришел, куда едет дальше. Задавать такие вопросы сразу по прибытии незнакомца традиционный этикет не позволял, а если такое и случалось, то расценивалось как неуважение к прибывшему. В ходе беседы гостя непременно угощали.

Женщины, находясь в левой части жилища, сидели, подогнув под себя правую ногу, а левой, согнутой в колени и прикрытой полой халата, опирались о пол. Они не должны были без особой надобности проходить на «мужскую» половину во время трапезы, особенно в присутствии почетных гостей или старших родственников мужа.

Дети при гостях не должны были ходить по юрте, громко разговаривать, их присутствие как бы не замечалось. Вообще все находившиеся в юрте старались разговаривать достаточно тихо, нельзя было кричать, а тем более свистеть, так как считалось, что тем самым можно привлечь в жилище злых духов и вызвать несчастье. На войлочном ковре сидели наиболее почетные гости.

Угощая гостей мясом, строго придерживались сложившихся обычаев. Исследователи писали, что у тувинцев «...соблюдается детально установленный церемониал подачи пищи... Первому, самому почетному гостю подносится... задняя часть барана с хвостовой частью... вторая часть по почету – грудина... третья – ребра... четвертая – лопатка». По многим наблюдениям, курдюк – крестцовая кость овцы с жирным мясом – считался наиболее предпочтительным у всех групп тувинцев.

Тувинцы непременно угощали любого гостя, вошедшего в юрту, какой-либо пищей, обязательно чаем с лепешками, что отразили и тувинские поговорки, например: «Кто в аал пойдет – чай пьет, кто в лес пойдет – серу жует».

Даже бедняк считал необходимым напоить чаем и как-то накормить человека, переступившего порог его жилища, впрочем, если он сам при этом имел хоть какую-нибудь пищу. А когда приезжал почетный гость, то и в сравнительно небогатой семье стремились обязательно хорошо угостить его, а при малейшей возможности – и мясом. Процедура угощения была частью общего этикета приема гостя. Наливать чай в пиалу следовало не до верха, а примерно на две трети ее объема, подавать и принимать – только обеими руками, что являлось достаточно древней традицией. Чай при этом должен был быть свежим и горячим, особенно для почетного гостя, так как угощать ранее сваренным чаем считалось неприличным. Подобный ритуал нашел отражение во многих тувинских сказаниях, сказках, причем нередко в гиперболизированной форме.

Затем перед гостем ставили деревянную чашку с *талганом* – мукой из жареного ячменя (или пшеницы) или с толченым просом, поверх которого накладывали горкой жирные молочные пенки. В летнее время обычно угощали пресным творогом или кислым творогом со сливками. Когда в котле варилась какая-либо еда, вошедший в юрту обязательно должен был дожидаться, пока она сварится, и хотя бы немного ее попробовать. При распитии араки так же, как и кумыса, придерживались определенных обычаев. Угощая гостя, хозяин наливал кумыс или араку в чашку, затем опускал в нее безымянный палец и, прежде чем подать гостю, жертвовал несколько капель духам-покровителям, т.е. брызгал ее капли щелчками большого и безымянного пальцев по сторонам: вначале вверх, в отверстие юрты, затем в сторону очага, наконец, если гостей было несколько, по направлению к наиболее почетному из них, сидящему рядом с хозяином с правой стороны. Это делалось, чтобы духи-покровители дали счастье гостю, а арака (или

кумыс) были у семьи в изобилии. Так же, как и чашку с чаем, чашку с аракой или кумысом подавали и принимали либо обеими руками, либо только правой рукой, которую поддерживали левой между кистью и локтем. Если гостей было несколько, чашку подавали вначале наиболее почетному или старшему, который, отпив маленький глоток, возвращал ее хозяину, тот отпивал глоток и вновь возвращал гостю, который на этот раз выпивал напиток до конца. После хозяин в ту же чашку наливал напиток, предназначенный другому, менее почетному гостю, сидящему рядом с первым, причем вся процедура вновь повторялась. Затем хозяин угощал следующего человека, пока чашка не обходила всех присутствующих.

Если в доме были и арака, и кумыс, то гостей, по крайней мере в начале XX в., угощали аракой: она считалась более почетным напитком, чем кумыс. Обычно тувинец, приезжая к кому-нибудь в гости, привозил с собою араку и первым угощал хозяина, предварительно также пожертвовав несколько капель духам-покровителям.

В отличие от чая, кумыс, как и араку, разливали гостям не женщины, а мужчины, обычно – сам хозяин, притом в лучшую из имевшейся посуды, что было характерно и для некоторых других скотоводческих народов. Верхний слой отстоявшегося кумыса был самым жирным и крепким, им угощали наиболее почетных гостей. Тувинки при почетных гостях надевали накосные украшения.

Во время некоторых обрядов у тувинцев в качестве почетных гостей принято приглашать представителей других этнических групп, но при этом они обязательно должны исповедовать ту же веру, что и тувинцы, т.е. быть буддистами. Подобные нюансы, однако, никогда не становятся поводом для возникновения конфликтных ситуаций, а напротив, способствуют взаимной толерантности.

Хлебосольство относится к числу социально одобряемых действий. Следуя сакральным традициям, тот, кто его проявляет, показывает свою добродетельность. Негостеприимность порицается обществом; даже в

литературе имеются сведения о случаях, когда оно наказывалось смертной казнью.

Гостеприимство бурят

Бурятские традиции гостеприимства сформировались очень давно. Наиболее значимыми являются ритуалы встречи, угощения и проводов гостя. Собираясь в гости, буряты собирали подарки, готовили праздничную одежду. Так как не всегда была возможность предупредить о визите, часто приезд гостей был неожиданным, но в каждом бурятском доме к нему были готовы. Если о приезде гостей сообщалось заранее, хозяева выезжали их встречать на границу своих родовых владений, где устраивали прием, после чего процессия приезжала в дом. Гостей усаживали в почетном углу юрты по старшинству и потчевали всем, чем были богаты хозяева. При этом на угощения и подарки не скупились. Для гостя специально закалывали барана и готовили самые вкусные блюда. Если гости были до того не знакомы хозяевам, их все равно принимали с подобающим уважением. В этом проявлялась мудрость народа, живущего в суровых природных условиях.

Ритуал гостеприимства является важным элементом национального праздника Нового года – Сагаалган (белый или счастливый месяц), который отмечается первого числа первого весеннего месяца по лунному календарю. В первый день Сагаалгана родственники и соседи, одетые в лучшие праздничные одежды, ходят, друг к другу в гости, обмениваются поздравлениями и подарками, устраивают праздничные застолья, являющиеся обязательным элементом новогоднего торжества. По представлениям бурят, чем обильнее новогодние угощения, тем богаче и удачнее будет весь предстоящий год. Хозяева выставляли на стол множество мясных и особенно молочных продуктов – «белую» пищу, имевшую символическое значение и олицетворявшую счастье, и благополучие. В течение всего дня буряты ходили из юрты в юрту, поздравляли друг друга и присаживались к праздничному

столу. Считалось, чем больше гостей заглянет в первый новогодний день в дом, тем удачнее будет наступающий год.

Тот, кто заходил в гости в конце месяца «попадал» в список не совсем благополучных людей. Или же это, в основном, были люди не из близкого окружения – давние знакомые, приятели. Хозяин или хозяйка появлялись из юрты в «малагаях» (шапках с острым верхом) и длинных платьях. В Бурятии правилом хорошего тона считалось оставаться в головном уборе. Хозяин юрты помогал гостю сойти с седла и приглашал его домой. В самом начале встречи мужчины обменивались хадаками – ритуальными шелковыми длинными полотнищами разных цветов, которые в виде приветственного дара подносятся почетным гостям, затем приступали к курению. Хозяйка готовила чай, который заваривался непременно в присутствии гостя. Не принято было расспрашивать гостя, откуда он и куда держит путь и в чем состоит причина его визита. При желании он сам мог рассказать о себе и о своих делах во время дружеской беседы или же после традиционных вопросов о погоде, урожае и о зимовке скота. Хозяйка наливала гостю чай в пиалу, и, придерживая ее очень осторожно в обеих руках, протягивала гостю. Обычно гостя угощали чашкой зеленого чая с молоком, иногда добавляли в чай еще и соль, затем подавали традиционный бурятский суп с лапшой, баранью голову, различные виды домашней колбасы и сладости на десерт, например, подсушенные пенки и растопленные на огне сливки, прожаренные с мукой; фигурки, выжатые из творога, и высушенные, наподобие зефира; пирожки или лепешки, сделанные из муки, молока, сахара и прожаренные на масле в кастрюле. Летом гостю обычно подавали кумыс (квашеное молоко кобылицы) вместо чая.

Основное праздничное блюдо – отварное мясо, однако угощение им было очень сложным процессом, регламентированным древними правилами этикета. Кусок мяса, которым угощали гостя, зависел от его возраста, степени родства с хозяином дома, пола, социального статуса.

Самым почетным блюдом у большинства групп бурят была баранья или лошадиная голова. Блюдо это было именно почетным, а не съедобным. Перед

тем, как сварить, голову тщательно палили на огне, затем выскабливали, а после варки делали пять надрезов – один на лбу, два за ушами, и два по бокам морды.

Когда приступали к еде, гость, которому поднесли голову, отрывал по кусочку кожи со всех надрезанных мест и кидал их в огонь очага. А если пиршество происходило на воздухе, то просто в небо. У бурят это рассматривалось как жертва духам предков и «хозяйке» домашнего очага. Неправильное распределение кусков мяса считалось за оскорбление. Если на голове животного, поданной высокому гостю, не было надрезов, тот мог отказаться ее принять.

Обряды гостеприимства в культурах кочевых народов являются одними из основных этических норм, которые соблюдаются неукоснительно. Это позволяло сохранять контакты, добрососедские отношения, а порой и жизнь в сложных природных и социальных условиях.

Часть 4. Современные практики гостеприимства

4.1. Гостеприимство и музей

Современный музей имеет две важные функции: хранение культурного наследия и его презентация широкой аудитории. Довольно долго музеи ограничивались выполнением только первой из них, но, начиная с 1970-х гг., был поднят вопрос о значении музеев для общества, о максимальном расширении аудитории и привлечении ее к музейной деятельности. Это движение обновления музеев получило название «новая музеология», именно оно за прошедшие пол века оказало значительное влияние на представления о музеях и на практику музейной работы. Это понятие было разработано французскими теоретиками, а затем с 1984 г. распространилась по всему миру. Новая музеология предполагает новый стиль музейной коммуникации, направленный на использование наследия для содействия развитию местного сообщества, появилось даже выражение «музей для людей». Именно эта концепция стала основой для развития культуры гостеприимства в музеях. Конечно, никто не отменял других важнейших функций: хранения, приобретения, систематизации, исследования, однако выполнение их не может оправдывать отсутствия привлекательности для зрителей.

В последние десятилетия учреждения наследия стали ориентироваться на запросы аудитории. Как никогда важным стало обслуживание посетителей. При планировке выставок учитывается эргономика, кафе и рестораны предоставляют возможность отдохнуть, созданы музейные магазины, где можно не только совершить покупку сувениров под воздействием увиденного в музее, но и полистать тщательно подобранную справочную литературу. Растет количество и разнообразие экскурсий. А еще есть публичные мероприятия с мастер-классами, лекциями, праздниками, концертами и многое другое.

Постоянно расширяется круг музейных профессий, помимо хранителей и экскурсоводов, сегодня в музей пришли менеджеры, маркетологи, дизайнеры,

педагоги, специалисты в области IT и PR. Созданы специальные отделы, деятельность которых направлена на обеспечение комфорта посетителей и привлечение новой музейной аудитории. Во многом это оправдывает себя – количество музейных посетителей постоянно растет, а посещение музеев становится популярной досуговой практикой. Согласно подсчетам Министерства культуры РФ, в 2019 г. по стране в целом зафиксировано свыше 155 млн музейных посещений, включая участников образовательных программ и массовых мероприятий. Это на 1 млн больше, чем годом ранее.

Для организации эффективной работы музея необходимо знать своего посетителя и изучать его запросы, что позволяет стать ближе и интереснее ему. Исследование аудитории ключ к гостеприимству. Музейного посетителя стали изучать в начале XX в., например, Бенджамин Гилман уже в 1916 г. призывал учитывать комфорт в построении экспозиций. Он ввел термин «музейная усталость», обозначающий сложности в постоянной концентрации внимания на каждом из выставленных предметов. Чуть позже Эдвард Робинсон доказал прямую связь усталости с особенностями построения экспозиции. Артур Мельтон выявил закономерности поведения посетителей музеев, ими пользуются до сих пор при проектировании музейного пространства.

С середины прошлого века исследование аудитории обиденная практика американских и европейских музеев. Пристальный интерес к изучению аудитории возник в России сравнительно недавно, но крупнейшие музеи страны – Эрмитаж, Третьяковская галерея, Политехнический музей – реализовали такие специализированные исследования. Однако, социолог в команде музея есть только у Музея современного искусства «Гараж». Этот же музей – единственный, кто изучает аудиторию на постоянной основе. Все исследования аудитории, которые музеи проводят, не доступны для просмотра. Тем не менее, музейное сообщество осознало необходимость делиться методологией, чтобы выработать коллективный опыт и знания.

Исследователь Джон Фальк пишет о том, что «публика ищет переживания, связанные с проведением досуга, удовлетворяющие такие

особые идентифицирующие потребности, как самореализация, воспитание детей или поиск новизны. Поскольку музеи вообще воспринимаются как те места, где удовлетворяются многие (если не все) идентифицирующие потребности, публика находит причины для будущего посещения музея» и предложил классификацию посетителей в зависимости от мотивации, которая привела их в музей:

1. Исследователи стремятся узнать что-то новое, хотят открытий, любопытны.

2. Коммуникаторы (проводники) приходят группами, хотят пообщаться, задать вопросы, поделиться мнением, впечатлениями, опытом.

3. Профессионалы (увлеченные) хорошо разбираются в предмете и имеют специфический интерес, приходят в музей, чтобы углубить свои знания о конкретном объекте или проблеме.

4. Искатели стремятся к впечатлениям и новому опыту. Для них посещение музея – это визит в популярное, интересное место.

5. Отдыхающие рассматривают музей как способ отключиться от повседневности, приходят за духовным опытом, получают удовольствие от особой атмосферы, созерцания искусства.

При этом Д. Фальк особо отмечал ситуативность такой идентификации, один и тот же человек может даже в течение одного посещения переходить из одной группы в другую. Или другой пример, женщина сначала приходит с ребенком, рассказывает ему о каждом экспонате и знакомит с пространством. Она же может вернуться в музей в компании подруги, чтобы обсудить новую экспозицию. Или же прийти в одиночестве, чтобы в тишине и покое рассмотреть любимые произведения. Гибкая типизация аудитории, описание ожиданий и запросов потребителя позволяет создавать музейные проекты, направленные на конкретные и детально описанные группы интересов, например, групповую или индивидуальную экскурсию, «тихие часы» когда продажа количества билетов сильно ограничена и т.д.

В 2017 г. Третьяковская галерея совместно с Пушкинским музеем, Еврейским музеем и центром толерантности и Политехническим музеем провели масштабное исследование своих аудиторий. В результате выделили 10 категорий посетителей по вовлеченности в искусство и потребности в социализации.

1. «Познающие»: музей – это место, где можно узнать что-то новое. Они читают информацию об экспонатах на табличках и используют аудиогид.

2. «Хранители традиций»: музей – это место, где можно прикоснуться к культурному наследию.

3. «Семейные»: музей – это место – социализации детей, их обучения и образования, хорошее место для полезного семейного досуга.

4. «Модники»: музей – модное и популярное место, даже если им не нравится представленное искусство.

5. «Социализаторы»: музей – это повод и обстановка для общения с друзьями или близкими людьми. После музея они обычно продолжают общение в кафе или в другом месте.

6. «Беглецы от реальности»: музей – это место, где можно отключиться от обычной жизни и уйти в другой мир.

7. «VIP»: музей – место, где они наслаждаются искусством в эксклюзивных условиях и готовы платить за это.

8. «Профессиональное сообщество». Это профессионалы в 78 области искусства (художники, музейные работники, преподаватели искусства и студенты), которые приходят в музей по работе или учебе.

9. «Русскоговорящие туристы». Это индивидуальные и групповые российские туристы. В группах сами туристы мало влияют на выбор музея, решение о выборе музея обычно принимают туроператоры.

10. «Иностранные туристы» Страны лидеры по притоку иностранных туристов в Россию – Франция, Германия, Китай. 70% – это индивидуальные туристы, 30% – посещают в составе групповых экскурсий.

Знание своих посетителей – ключевой фактор для удовлетворения потребностей аудитории и формирования желания вернуться в музей снова, это помогает соответствовать ожиданиям гостей или даже превосходить их. Кроме того, важно знать не только те категории, которые приходят, но те, которые не приходят и понять почему так происходит.

Например, лондонский музей Тейт был озабочен низким процентом молодежи в структуре своих посетителей и провел очень успешный проект «UNIQLO TATE LATES». Сначала это были бесплатные экскурсии по музейным экспозициям вечером в пятницу. Затем они превратились в мероприятия, предлагающих посетителям возможность увидеть последние выставки, послушать музыку, посмотреть фильмы, обсудить их и принять участие в интерактивных мероприятиях. Идея пришла после исследования, в котором сотрудники музея обнаружили, что молодые люди в Лондоне очень ограничены в средствах и часто выбирают между билетом в музей и покупкой обеда. Таким образом, Тейту удалось увеличить молодежную аудиторию вдвое.

Путь посетителя в музей начинается с осознания собственных потребностей в досуге такого рода и поиска варианта их удовлетворения, а затем принимается решение «куда-нибудь сходить». На этом этапе происходит поиск вариантов того, где можно провести время, здесь многое зависит от самих музеев – насколько удобными и интересными для публики способами они доносят информацию о себе. У музеев довольно много конкурентов в борьбе за культурный досуг потенциального посетителя, отсюда необходимость работать с широкой аудиторией.

Реклама играет важную роль в продвижении музейных услуг и формировании собственного бренда. В последнее десятилетие крупные музеи привлекают ведущих дизайнеров, режиссеров, блогеров для создания промо продукции. Например, сейчас запущена акция, в которой самые популярные авторы Tik-Tok рассказывают о разных музеях (Государственный

исторический музей с Марьяной Ро, Бахрушинский музей с Катей Адушкой и др.).

Яркий пример рекламная политика Третьяковской галереи и недавно проведенный ребрендинг. Сегодня галерея развивается, становится ближе к людям, из формата классического музея преобразуется в современное, актуальное пространство, наполненное множеством разнообразных активностей. Для разработки образа, который объединит весь музейный комплекс, его проекты и мероприятия, нужен был универсальный знак. В основу решения легла живая буква «Т», смещающая фокус на людей и способная трансформироваться в самые разные образы и объекты. Новая «Т» объединяет традиции кириллического алфавита и эстетику русского авангарда. Буква органично вписывается в современный цифровой мир и понятна на многих языках. Для оформления множества рекламных и информационных носителей была разработана универсальная система дизайна. Дополнением стал видеоконтент, например, рекламный ролик, созданный Игорем Исаковым, главный слоган которой «Я в Третьяковке на Крымском – Гениальное место», ролики к выставкам и программы с участием Сергея Шнурова и Константина Хабенского. Кроме того, Третьяковская галерея активно сотрудничает с производителями различной продукции. Например, бренд «Русский Дар» (компания PepsiCo) выпустил лимитированную коллекцию бутылок кваса с дизайном этикеток, разработанных в партнерстве с музеем. Ограниченная серия основана на иллюстрациях художницы русского авангарда Наталии Гончаровой, созданных в 1921–1923 гг., и призвана подчеркнуть многообразие русского искусства и его актуальность в современном мире. Успешным опытом продвижения себя обладают и региональные музеи, например, Первый музей русской мифологии (Томск), Государственный центр современного искусства в Нижнем Новгороде (Арсенал), Приморская краевая картинная галерея (Владивосток), Новосибирский историко-краеведческий музей.

Другой пример – зарубежный. Проект венского музея Альбертины стал главным событием выставочного сезона в 2019 г. Музей показал свою коллекцию графики и живописи главного художника немецкого Возрождения – Альбрехта Дюрера, дополнив произведениями и из других мировых собраний. Выставку сопровождала мощная рекламная компания, вывесками и баннерами была наполнена буквально вся Вена, уже в аэропорту гостям города рассказывали, что можно посетить эту выставку, все ведущие издания, и не только специализированные, написали о ней.

Если опыт посещения музея оказывается позитивным, если крепнет интерес или даже проявляется восторг, то возникает аудитория, которая может повторить визит и в перспективе может стать лояльной, приверженной площадке. И тогда это уже тот ресурс, который работает на музей – постоянная публика становится коллективным «промоутером», распространяющим позитивную информацию (никто не отменял «сарафанное радио»).

Понятие и ощущение гостеприимства неразрывно связано с комфортом, значит, нужно снять все проблемы, связанные с пребыванием в музейном пространстве. Что же такое комфортный музей? Большинство специалистов и посетителей сходятся на том, что музей делает комфортным продуманная система приема и сопровождения гостей, информационная, навигационная, экономическая свобода, удобная бытовая среда. Именно над обеспечением удобства в этих сферах большинство музеев, выбравших гостеприимство как составную часть своей музейной концепции, интенсивно работают.

Посещение музея начинается не с порога, не с билетной кассы и, конечно, не с вешалки. Не потому что порог, касса или вешалки не важны, но потому что границы современного музея сегодня расширились. Они выходят за пределы здания и лежат в цифровом пространстве. Поэтому одной из основных задач является обеспечение информационный комфорта посетителя, который связан с доступом информации о музее и его коллекции. Информационный сервис современного музея состоит из Онлайн-ресурсов (сайт и представительства в социальных сетях), поддержки постоянной

коммуникации с гостями (sms и smm-оповещения, e-mail-рассылка), Call-центра, присутствия на площадках туристических порталов и туристическо-информационных центров городов. Персонал музея также должен обладать высокой степенью информированности, чтобы иметь возможность ответить на любой вопрос посетителя.

На первый план сегодня выходит правильно организованный сайт, который должен быть адаптирован под мобильные устройства. По данным Российской ассоциации электронных коммуникаций за 2018 г., 61% посетителей заходят в интернет с телефона. Сайты могут быть разными, но он должен быть узнаваемым, содержать простые тексты и красивые иллюстрации, обладать понятной архитектурой, с защитой персональных данных. Учреждения наследия стремятся к тому, чтобы сайт музея стал источником авторитетных данных для внешних сервисов – виртуальных помощников, медиагидов, государственных информсистем, поисковиков и каталогов, то есть соответствовал принципу открытых данных.

Некоторые музеи уже на стартовой странице дают информацию о том, как до них добраться, часы работы, наличие акций, программ лояльности и дополнительных сервисов, предоставляют возможность купить билет. При этом на сайте чаще всего есть вкладка «Посетителям», где все это еще раз прописано, но более подробно. Сайт дает возможность музеям проинформировать своих гостей о правилах посещения. Например, придется ли проходить через рамку металлоискателя, можно ли проносить с собой рюкзак, зонт (или его придется оставить их в камере хранения), можно ли вести фотосъемку и т.д. Сегодня, во время пандемии, введен ряд новых правил, они тоже, чаще всего, обозначены на сайте музея (посещение только в маске, социальная дистанция, новая разметка и навигация, бесконтактное измерение температуры, отдельный вход для уязвимых категорий посетителей и т.д.) – «Ведь теперь нашим новым гостеприимством стала ваша безопасность (сайт Новосибирского историко-краеведческого музея)».

Второй информационной составляющей сайта является сведения об экспозициях, выставках и мероприятиях. Здесь представлены 3D туры и видео обзоры, которые дают информацию человеку о том, что он может увидеть. Часто музеи размещают сообщения об уникальных предметах, представленных в экспозиции, чтобы заинтересовать аудиторию. Недостаточная информация на сайте или сложности при ее поиске, неочевидная структура, отсутствие интереса к частям сайта приводят к потере части посетителей и увеличению нагрузки музейного персонала, так как им приходится устранять информационные лакуны. Возникновение этих проблем – повод для перестройки сайта музейной организации.

Музеи активно вступают в коммуникацию с аудиторией через социальные сети. Пользователи заинтересованы в том, чтобы следить за учреждениями на этих площадках, но ожидают от музея диалога, а не просто продвижения мероприятий, поэтому важно отслеживать отзывы, рецензии и отвечать на них индивидуально. Интернет позволяет стать музеям демократичнее и ближе к своей аудитории, уделить больше внимания уже лояльным посетителям и охватить тех, кто еще не пришел в музей. Цифровая среда дает учреждениям наследия возможность проявить себя, провести новые запоминающиеся мероприятия и привлечь к себе внимание гостей. Важным становится тактика поддержания долговременного диалога с аудиторией, в том числе привлечение «дружественных блогеров» со своим кругом почитателей. Важнейший тренд в этой области – деликатное формирование лояльной онлайн аудитории, путем предоставления интересного контента и предполагая, что потом они придут в гости. Это доказывает тот факт, что рейтинг самых активных в социальных сетях российских музеев полностью совпадает с рейтингом самых посещаемых.

Современному посетителю нужна возможность позвонить по телефону и уточнить информацию. Музеи по-разному решают этот вопрос. Некоторые отдают реализацию этой функции сторонним организациям, в других на звонки отвечают сотрудники отделов, а в третьих, организуют отдельную

службу. Например, во Владимиро-Суздальском музее-заповеднике с 2018 г. действует музейный колл-центр. С помощью этого сервиса посетители могут получить информацию о работе экспозиций, напрямую связаться с филиалами учреждения во Владимире, Суздале, Гусь-Хрустальном, Судогде и спланировать свое путешествие по древним городам Золотого кольца.

Навигационный комфорт, как, и информационный, выходит за пределы музейного строения. Современные музеи обеспечивают легкость поиска здания музея, иногда навигация выходит в городское пространство и ведет гостя через несколько кварталов. Четкое обозначение входа с помощью информационных указателей и вывесок не менее важный элемент сопровождения посетителя, а для некоторых организаций один из самых важных. Например, для Государственного центра современного искусства в Нижнем Новгороде (Арсенал), здание которого очень длинное и имеет несколько входов – главный ведет на экспозицию, а дополнительный в лекторий, кафе и магазин, но пройти насквозь нельзя. И посетитель должен узнать об этом до того, как войдет в музей.

Задача навигации – не обклеить стрелочками всё здание, а ненавязчиво объяснить «правила игры», по которым устроено пространство, то есть сделать его частью музейного сервиса, работающего на образ гостеприимного музея. Основное ядро навигации должно быть сконцентрировано на первом этаже. Необходимо рассказать про сервисы и услуги: где находится касса, туалет, кафе, сувенирный магазин. Также нужно помочь посетителю разобраться в выставках, временных и постоянных. Например, в Третьяковке на Крымском Валу человек может прийти на знаковую выставку Серова, о которой везде пишут, но не знать, что этажом выше в постоянной экспозиции висят Петров-Водкин и другие великие художники.

В музеях, где трудно ориентироваться и легко запутаться, люди испытывают меньше удовлетворенности от посещения. Разработка навигации необходима в связи с тем, что обычно люди пытаются самостоятельно найти ответы на свои вопросы и ощущают неудобство в случае необходимости

просить помощи у сотрудников музея. Правильно разработанные ориентиры в пространстве, а также поясняющие надписи увеличивают удовлетворенность окружающей средой.

Существует несколько правил построения эффективной системы сопровождения гостя:

1. Информации должно быть немного, но при этом достаточно. Перегруженность приводит к тому, что не воспринимается большая часть сообщений. Обязательно должны быть приоритеты, иерархия, единый формат. Для приветственной зоны необходимо выбрать общую информацию по организации пространства, а остальное разместить в локациях. Временная навигация должна соответствовать общему стилю (и ее должно быть мало). Музею довольно часто необходимо проинформировать посетителя о чем-то эксклюзивном, происходящем именно сейчас. Для этого нужно продумать переносные носители в едином стиле с пространством, мультимедийные панели, экраны с тач-скрином и др.

2. Правильно построенное и продуманное пространство, особенно приветственной зоны. Распределение основных сервисов по всему возможному пространству, чтобы посетителю не приходилось стоять в очереди или толпиться в узких коридорах. Например, Третьяковке пришлось перезонировать входную зону, потому что расположение сервисов, которое предполагалось проектировщиками в 1970-х г., не соответствовало потребностям 2010-х г. Посетитель заходил и упирался в очередь, потому что касса стояла сразу при входе. Сейчас там, где была касса – стойка информации, где прописана стоимость посещения и можно задать вопрос, но люди не утыкаются в неё и не создают «пробку».

3. Единый фирменный стиль и актуальная выверенная информация. Дизайн навигационных элементов должен вписываться в архитектуру и коллекцию музея. Человеку легче ориентироваться, если все носители оформлены однотипно, это уменьшает информационный шум, ну и просто красиво.

Указатель должен правильно задавать направление и не содержать ошибок. Например, когда открылся парк «Зарядье», стало понятно, что таблички на китайском языке содержат ошибки, в итоге администрации пришлось сначала наклеить строки с китайским переводом (что испортило общее визуальное впечатление), а позже заменить множество элементов навигации.

4. Навигация должна строиться на реальных практиках и опыте. С помощью посетителей и сотрудников, определить «неочевидные» места, удобство маршрутов перемещения, точки принятия решения, в которых следует установить носители. С помощью навигации каждая точка музея приобретает некую систему гиперссылок. Когда человек туда попадает, он четко понимает, как ему перемещаться из одного пространства в другое.

Бытовой комфорт посетителя тоже начинается до входа в музей. Например, парковка для автомобилей и велосипедов, удобная лестница, красивая территория вокруг музея говорит человеку о гостеприимстве и желании его видеть. Комфорт в приветственной зоне обеспечивается достаточным количеством касс, работников гардероба, камер хранения и т.д.

Гостеприимный музей открыт для всех, поэтому он стремится сделать себя комфортным для разных категорий гостей. Для детей и школьников создаются специальные игровые зоны, для родителей с маленькими детьми предусматривают парковки для колясок и комнаты для кормления, для людей с особыми потребностями устанавливаются пандусы, специальную разметку, приглашают в штат сотрудников, владеющих жестовым языком. Конечно, существуют специальные музейные продукты доступные и интересные отдельным категориям гостей. Например, в Политехническом музее после реконструкции запущен проект «Разные люди – новый музей» (<https://raznielyudi.polytech.one>). Там создан Совет по доступности – инклюзивное сообщество, в которое вошли люди с различной формой инвалидности, активисты, представители некоммерческих организаций. Совет принимает активное участие в создании музейных программ, доступной среды

и сервисов. Кроме того, музей стал первым учреждением культуры, которое занялось трудоустройством людей с ментальными особенностями. В июне 2020 г. стартовал второй сезон публичной программы под названием «Инклюзия в музее науки». Руководствуясь принципом «ничего для нас без нас», программа обращается к вопросу создания инклюзии в научном музее вместе с его будущими посетителями. В формате дискуссий, иммерсивных семинаров, публичных интервью и воркшопов исследованы вопросы того, через какие практики в разговор о науке можно включать самых разных людей – людей с инвалидностью и ментальными особенностями, детей, подростков, людей с мигрантским опытом. В результате созданы проект «Хаос в хорошем смысле», студия мультипликации «Облака разных размеров и цветов», выставка «Истории, которых не было».

Когда посетители приходят в музей, они предполагают, что будут ходить по нему достаточно долго. Здесь уместно напомнить о теориях «музейной усталости» и «перегрузки стимулами», вызванных большим числом экспонатов. Это проявляется у посетителя в трудности восприятия дальнейшего материала и появлении состояния усталости. Посмотрев первые залы, зрители проявляют в дальнейшем к экспозиции избирательный интерес. Часто люди идут сквозь залы, не останавливаясь или задерживаясь только у некоторых экспонатов.

Хорошо созданная выставка и экспозиция с точки зрения психологического комфорта посетителя строится на:

1. универсальном визуальном языке и понятна даже не подготовленному зрителю без экскурсовода;
2. имеет правильный «ритм» расположения объектов, чтобы человек имел возможность переключиться с одного вида экспонатов на другой;
3. основные и сопроводительные тексты понятны широкой аудитории, отредактированы и имеют общую стилистику, риторику;
4. этикетаж однообразен, расположен примерно в одном и том же месте, его не нужно искать, и он хорошо (удобно) читаем.

Гостеприимный музей продумывает возможность отдыха – мягкие островки на экспозиции или специальные зоны без экспонатов. Некоторые музеи разрешают своим гостям уйти из музея и вернуться позже («Дневной абонемент»). Еще один способ отдыха от экспозиции – посещение музейного кафе или ресторана, которые органично вписываются в экспозиционную концепцию и становятся важным публичным пространством. Например, в кафе «Ришон» в Еврейском музее и центре толерантности посетителю предлагают кошерное меню, «которое мы создали, опираясь не на традиции конкретной конфессии, а на стиль жизни наших посетителей». Здесь можно провести деловую встречу или семейный ужин, отдохнуть с друзьями после осмотра экспозиции или взять еду с собой, чтобы перекусить. А кафе в Первом музее русской мифологии предлагает бесплатный травяной чай, а традиционные русские сладости можно приобрести. Иногда для выставок разрабатывают специальное меню как в «Гараже».

Еще одна составляющая гостеприимства – подарки. Большинство музеев разрабатывают фирменную сувенирную продукцию, соответствующую тематике музея, с использованием образов из коллекций. Они представлены в очень широком диапазоне, от магнитов и закладок до сумок, зонтов, платков, бижутерии, посуды. В Эрмитаже есть даже специальная серия для детей. С одной стороны, эти предметы дают посетителю возможность «материально зафиксировать» впечатления и ассоциации, полученные им в ходе посещения. С другой, это способ популяризовать музей среди более широкой аудитории, действенный способ коммуникации с ней. Сувенир - это еще и знак внимания к лояльным посетителям, например, некоторые музеи присылают сувениру и открытки своим постоянным посетителям в день рождения. Музеи создают сувениры не только эксклюзивными, запоминающимися, но и качественными, потому что это тоже лицо музея. Ведущие музеи страны к каждой выставке готовят свою линейку сувениров. Например, Пушкинский музей готовил такие к выставкам «Великие живописцы Ренессанса из Академии Каррара в Бергамо» и «Рубенс, Ван Дейк, Йорданс... Шедевры фламандской живописи

из коллекций князя Лихтенштейнского». Свою линейку имеют импрессионисты из его постоянной коллекции.

Еще одна составляющая комфорта – доступ в сеть Интернет. Многие музеи задумываются о создании единого информационного пространства на основе Wi-Fi, которое позволяет посетителям музеев пользоваться различными его сервисами – сориентироваться внутри, узнать историю экспонатов, прорекламирровать и порекомендовать экспозицию к просмотру друзьям. Разработанные мобильные приложения носят интерактивный характер, на их основе, например, строятся музейные квесты, с их помощью можно построить индивидуальный экскурсионный маршрут. Многие приложения нацелены на получение дополнительной информации с элементами дополненной реальности, например, «Артефакт», разработанный Министерством культуры РФ. С помощью этого приложения сотрудники музеев могут самостоятельно создавать виртуальные гиды и выставочные проекты. При наведении камеры мобильного устройства на экспонат «Артефакт» идентифицирует его и выводит поверх его изображения интерактивные точки с пояснениями к ключевым деталям, интересные факты биографии автора или историю создания произведения. Помимо текстов приложение отображает мультимедийные файлы, например, даёт возможность увидеть эскизы картины, разглядеть скульптуру со всех сторон, посмотреть вид до реставрации, сравнить графику и живописные полотна, в том числе хранящиеся в разных музеях.

Благодаря Wi-Fi музеи могут получать аналитические данные о перемещениях посетителей. Например, «тепловая карта» на основе активности гостей покажет наиболее посещаемые зоны экспозиций или самые фотографируемые экспонаты. Опираясь на эти данные, можно сделать среду комфортнее, например, поставить дополнительные места для отдыха, освободить доступ к фотографируемому экспонату и использовать его как основу для сувенирной продукции.

Экономический комфорт посетителя обеспечивается возможностью купить билет заранее и тем способом, который посетителю удобен. В музеях предоставляются билеты по льготной цене для школьников, студентов, пенсионеров или система семейных билетов (один билет для всей семьи). Есть различные программы лояльности и абонементы, клубные карты. Кроме этого, существуют дни бесплатного посещения, а среди друзей музея распространяются пригласительные на открытия выставок и другие мероприятия.

Конечно, все перечисленное не будет работать без гостеприимного персонала. Его подготовке сейчас в музее уделяют особое внимание. Обучение проходят все сотрудники музеев, взаимодействующие с посетителями: экскурсоводы, музейные смотрители, администраторы, работники гардероба, сотрудники клининговой службы, охрана, сотрудники call-центра, кассиры, контролеры билетов. Для всех категорий сотрудников созданы специальные инструкции, проходят постоянные тренинги. К ним предъявляют высокие требования, потому что именно они создают имидж гостеприимного музея.

Например, в музее-заповеднике «Царицыно» все сотрудники без исключения должны пройти коммуникационные тренинги: «Безупречный сервис», «Управление конфликтами», «Телефонный этикет», «Эффективные продажи», «Базовый английский для музейных служб», «Техника консультирования об основных и дополнительных услугах музея». В Третьяковской галерее помимо подобных тренингов, есть занятия по имиджу и моде. Во многих музеях разработан фирменный стиль в одежде, что также создает благоприятное впечатление о музее. В результате этой работе в музее увеличивается общее количество посетителей, положительных отзывов, прибыли (что для музея немаловажно). Но, главное, музей формирует базис – квалифицированный персонал, который рад встречать гостей и умеет с ними общаться.

Администрации большинства учреждений культуры говорят и о «внутреннем» гостеприимстве как обязательном элементе музейной

концепции и стараются сделать условия труда своих сотрудников комфортными, поощряют ответственное выполнение своих обязанностей, осознавая, что без этого не будет подлинного гостеприимства.

Гостеприимство в музее – это поиск баланса между сохранностью культурного наследия и его доступность для различных групп посетителей. Сочетание двух задач – дело необычайно трудное, включающее в себя не только сложности административно-организационного управления и планирования, но и морально-этические проблемы взаимоотношений посетитель-персонал. Нужно помнить о музейном этикете и правилах, которые разработаны и законодательно подкреплены документами различного уровня, не для того чтобы посетителя ограничить, а для того чтобы сохранить музейный предмет для последующих поколений. Задача музея четко обозначить эти правила и подготовить посетителя к их соблюдению. Наконец, активно работающий музей не только приглашает к себе гостей, но социализирует их, в том числе учит «правильному музейному поведению».

Существует несколько площадок, где музейные работники могут поделиться своим опытом в практиках гостеприимства и работы с разными группами посетителей. Ежегодно с 2018 г. в Новосибирском историко-краеведческом музее проходит фестиваль «Музей для людей» (www.mfest.info). В 2020 г. он был посвящен особенностям работы музеев в онлайн формате в условиях пандемии. В течение последних трех лет Российский национальный комитет Международного совета музеев (ИКОМ) проводит инклюзивную акцию «Музей для всех» (<https://in-museum.ru>), где музейных профессионалов, обучают работать с особенными людьми и музеи представляют свои лучшие практики. Постоянно увеличивающееся число участников этих мероприятий, говорит о том, что музейное гостеприимство востребованная практика, как со стороны музейного сообщества, так и со стороны гостей.

Очевидно, что скачок посещаемости – естественная реакция на качественно новый подход музеев к взаимоотношению с музейной аудиторией. Все чаще удается реализовать не просто выставочные планы, а создавать новые миры, позволяющие потенциальному посетителю удовлетворить свой интерес к искусству, стать соучастником музейного мероприятия, при этом конкуренция музейных площадок делает проекты интереснее для зрителя. Огромную роль играет комфортное пребывание посетителя в музейном пространстве, в организации которого многие музеи, выбравшие своей концепцией гостеприимство, преуспели.

4.2. Национальное гостеприимство как инструмент создания и проведения событийных и деловых мероприятий

Индустрия гостеприимства и специфика ее деятельности

Гостеприимство – это пример межкультурного взаимодействия или коммуникации. Гостеприимство даже в эпоху пандемии не потеряло своей актуальности и уникальности на сегодняшний день.

Современную картину гостеприимства, естественно следует различать как взаимодействие между индивидами и гостеприимство как общественное проявление:

- «корпоративное гостеприимство»: организация приема новых сотрудников в фирмы, учреждения, которое рождает в человеке чувство коллективизма, сопричастности и осознание себя в новом качестве. Не случайно, существовали, появились и возрождаются торжественные мероприятия такие, как «Посвящения в рабочие, офицеры, студенты и др.»;
- «политико-национальное гостеприимство» – это прием иностранных граждан, их интеграция в российскую среду, преодоление культурных барьеров;
- «государственное или официальное гостеприимство», в основе которого лежит «протокол приема гостей», где больше всего пытаются сохранить национально-интернациональный дух гостеприимства. Ведь соблюдение протокола встреч обязывает учитывать традиции, обычаи и условности двух и более сторон. Ярким примером созидательных основ межкультурной коммуникации, сохранения национальных традиций, межкультурного обмена, уважения к гостю и соблюдения канонов гостеприимства, могут служить встречи и переговоры на высшем уровне лидеров государств, как во дворцовых покоях, так и в бедуинском шатре;
- «ритуальное гостеприимство», в последнее время теряет свой сакральный подтекст, и часто носит театрализованный характер, либо просто описано в различных источниках как архаичное явление;

- «семейно-бытовое гостеприимство», которое в последнее время также теряет свое значение. Знаменитые кухонные посиделки в России 60–70-х годов уходят в прошлое. Семейные встречи выглядят как «архаичное» явление. Все деловые контакты, юбилеи и памятные встречи проходят в ресторанах, кафе. Теперь, по западному образцу, почти не приглашают домой, в гости - как деловых партнеров, коллег, так и друзей, родственников. Отсутствие желания принимать гостей дома, объясняется занятостью, изменением экономических условий в стране.

- «виртуальное гостеприимство» – новый вид гостеприимства, особенно активно развивающийся в эпоху пандемии. Возможности социальных сетей и отдельных платформ для общения и проведения различных онлайн-мероприятий практически стерли границы для общения людей из разных точек мира. В последнее время часто проводятся прямые эфиры с места событий, и любой зритель эфира может присоединиться к любому мероприятию виртуально. Возможности современных мессенджеров и онлайн-платформ позволяют создавать видеоконференции и встречи на большое количество человек, где каждый может видеть всех участников мероприятия и вести практически застольные беседы. В последнее время наряду с образовательными и культурными онлайн-мероприятиями стали актуальными онлайн-вечеринки. Инициатор вечеринки приглашает своих друзей на какую-то интернет-платформу, в мессенджер или социальные сети, объявляет условия приема и поведения гостей, создает видео-чат, и все участники события становятся гостями друг друга. В данном случае стираются обычные понятия гостеприимства, домом хозяев становится платформа всемирной паутины, одновременно все гости могут увидеть места обитания друг друга, нет необходимости готовить угощение для всех, достаточно позаботиться об одной порции для себя. Важным фактором развития виртуального или цифрового гостеприимства является то, что гостями могут стать люди с разных концов мира при наличии устойчивого сигнала интернета. Существует положительный опыт цифрового гостеприимства у молодежных

организаций как мононациональных, так и межнациональных. Так, например, российские немцы из «Немецкого молодежного объединения» в рамках проекта «Родители активны» провели несколько гостеприимных встреч онлайн: кулинарный мастер-класс для всей семьи по кухне российских немцев «In der Weihnachtsbäckerei» – «В рождественской пекарне», который закончился вкусным чаепитием. Не секрет, что национальное гостеприимство славится застольными песнями, в этой же организации был проведен Песенный вечер в онлайн-формате. Сходить в гости виртуально стало очень просто и, учитывая эпидемиологическую ситуацию, безопасно!

- «сетевое гостеприимство» – Hospitality network – это сообщество людей, которые предлагают погостить у себя дома другим членам этого сообщества. Чтобы пользоваться услугами сети всего лишь необходимо зарегистрироваться и обязательно интересно и в полной мере интересно заполнить анкету. Далее поисковые системы становятся доступными. Для того чтобы переночевать нужно всего лишь отправить заявку человеку, у которого можно было бы переночевать. В заявке пишется дата приезда и отъезда, цель приезда, планы, увлечения и все остальное, чтобы заинтересовать собеседника. Зачастую туристы высылают заявку сразу нескольким хозяевам, так как есть вероятность, что места могут быть заняты в эти дни. Так же через письмо можно обменяться телефоном или сразу договорится о месте встрече. Договариваться о том, чтобы переночевать лучше заранее, хотя некоторые хозяева могут принять гостя даже через несколько часов после того, как договорились на сайте. Также на таких сайтах можно написать отзывы о туристах или о хозяевах. В отзывах можно коротко описать, как и где произошла встреча с участником, чем он был интересен, были ли негативные моменты, общее впечатление от общения. Деньги за проживание не берутся, но может быть определённая договорённость с хозяином, который может попросить купить себе еду или вымыть за собой посуду и т. п. Через эту сеть можно не только найти где переночевать, но и договориться с местными жителями о встрече. Таким образом, даже те, кто не могут принять

путешественников, смогут поучаствовать в обмене гостеприимством: они могут встречаться с путешественниками, рассказывать им о городе, показывать интересные места. Изначально идея создания сети гостеприимства была реализована в 1949 году, когда возникла Международная Некоммерческая Служба Servas Open Doors, миссией которой стала идея «мир во всём мире». И уже в следующем году появилась такая служба, как «Intervac», в которой создавали дешёвые путешествия. В 21 веке благодаря Интернету количество и разнообразие таких сетей резко увеличилось. Если сравнивать Сеть с остановкой в гостинице, то тут есть ряд преимуществ:

- Можно встретить новых интересных людей.
- Можно познакомиться с укладом и бытом местных жителей.
- Можно сэкономить на жилье.
- Можно попрактиковаться в разговорном изучении иностранного языка.
- Местные жители из Сети смогут вам помочь, если у вас возникнут какого-либо рода проблемы.

Различные виды и формы гостеприимства в своей основе содержат главные постулаты межкультурной коммуникации – созидательное взаимодействие, дружелюбие к другому, стремление узнать причину иного поведения, понять и принять ее.

В гостеприимстве это выражается таким образом, что наиболее развитые, ритуально-церемониальные формы рассчитаны на гостя, прибывшего издалека; и гость, и хозяин стремятся понять и соблюсти правила поведения друг друга, и у каждого есть свои права и обязанности.

Гостеприимство предстает в виде ритуально-ситуативной игры, где главные ролевые участники – хозяин и гость, неизбежно столкнувшись с проблемами межкультурного взаимопонимания, зная культурные коды, принятые в родной среде обитания, должны понять и принять иной образ мысли и поведения.

Понятие «гостеприимство» получило свое широкое распространение, прежде всего, в сфере туризма и гостиничного менеджмента. Гостеприимство рассматривают как сферу услуг, а гостя как «посетителя и покупателя услуг, который постоянно должен ощущать заботу всего персонала предприятия услуг». В этой сфере постепенно исчезает сама идея гостеприимства – как особой формы обмена иных взглядов, миров, укладов. Основная идея современного гостеприимства в туризме: создать гостю ту обстановку и атмосферу, к которой гость привык, «подпитать» его же представлениями о данной культуре, показать памятники культуры, театральные постановки и развлекательные шоу, которые соответствуют потребительскому спросу.

Развитие туризма приводит к упадку традиций гостеприимства ведь, действительно, рестораны национальной кухни, турфирмы и даже музеи, разрабатывают программы, привлекательные для гостей, подстраиваясь под общепринятые стереотипы. Опросы показывают, что турист на самом деле хочет чувствовать себя в чужой стране, в другом регионе, как дома.

Туризм дает возможность получать физические, интеллектуальные и эмоциональные выгоды, это наиболее распространенная форма вмешательства в межкультурное пространство. Только профессионально подготовленные специалисты, которые понимают иную среду, могут донести ее уникальность до путешественников.

В современной деловой межкультурной коммуникации выделяется специальное направление – деловое гостеприимство, главной целью которого является установление долгосрочных и многосторонних связей между партнерами и, соответственно, увеличение доходов. Учет национальных особенностей делового общения способствует достижению высокого уровня переговорного процесса и повышения качества работы. Конечно, развитие международных связей, рост глобализации, свобода передвижения приводит к «размыванию» национальных границ; человек, выросший и получивший образование в другой среде, невольно будет создавать комбинированную модель поведения. Именно поэтому, чтобы быть готовым к новым формам

межличностного общения и новым принципам ведения диалога, так важны своевременно полученные знания о культуре, традициях и обычаях разных народов.

Таким образом, при вдумчивом и профессиональном подходе, гостеприимство в современном мире продолжает играть важную роль, прививая чуткость к культурным различиям и многообразию, создавая надежную платформу для плодотворной межкультурной коммуникации.

Специфика организации событийных и деловых (MICE) мероприятий

• Событийный туризм и особенности национального гостеприимства.

Событийный туризм – это вид туризма, при котором поездки приурочены к каким-либо событиям. События могут относиться к сфере культуры, спорта, бизнеса и т. д.

Примеры событий, вызывающих всплеск событийного туризма: олимпиады, чемпионаты по футболу, рок-фестивали, кинофестивали, карнавалы, экономические форумы, авиасалоны.

Специалисты выделяют в событийном туризме следующие тематические виды:

- национальные фестивали и праздники – как локальные, например, День оленевода в Салехарде, так и государственные, где могут быть актуальными стенды или локации с использованием национального колорита. В случае праздника, не имеющего прямого отношения к национальному аспекту, важно сегментное участие с ненавязчивым контентом.

- театрализованные шоу – очень актуальны сказки и постановки для детей, важно: любая постановка даже на национальном языке должна быть доступна на русском языке. А также, если используются слова и термины, которые могут быть не известны, желательно раздать буклеты, информационные листки, поясняющие данные термины. При неправильной или однобокой подаче материала может возникнуть непонимание или даже

вызов негативных эмоций у туристической группы. Гостеприимство проявляется в стремлении принимающей стороны донести информацию на языке, понятном гостям.

- фестивали кино и театра - в данном случае рекомендации те же, что и при театральных постановках (использование субтитров в фильмах на иностранном языке и т.д.).

- гастрономические фестивали – здесь важно полное вовлечение туриста: мастер-классы, дегустация, ритуал потребления.

- фестивали и выставки цветов – более универсальная форма, где возможна демонстрация более тонких особенностей быта, досуга, межличностной коммуникации в национальной специфике.

- модные показы – с особой осторожностью. Здесь есть несколько вариантов организации: показ одежды, выполненной по традиционным образам и технологиям; использование традиционных элементов, аксессуаров в современной одежде. Однако необходимо исключить варианты, которые могут вызвать негативный отклик, например, показ купальников с использованием религиозной символики. Необходимо понимать, что все, что касается традиций, национальности, религии, имеет консервативный подход. Поэтому, проводя мероприятия, необходимо делать оценку с участием национальных общественных организаций, экспертов в межнациональной сфере, этнографов, ученых-исследователей.

- аукционы – интересна продажа сувенирной продукции, домашней утвари, сделанной в традиционном стиле или традиционными технологиями. Основная задача – это актуализация и современное прочтение традиционных товаров потребления.

- фестивали музыки и музыкальные конкурсы. Возможны три варианта проведения – это аутентичное направление, где имеет значение воспроизведение традиционных форм музыки, второй вариант – это использование традиционной музыки в коллаборации с современными

стилями и подачей. Третий вариант – это объединение обоих видов, когда появляется возможность сравнения и выбора.

- спортивные события – внимание на национальный спорт, игры, использование элементов национального спорта в качестве разминки или подводящих упражнений к основному мероприятию.

- **Деловой (MICE) туризм и особенности национального гостеприимства.**

Деловой туризм принято обозначать аббревиатурой – MICE. Это сокращение состоит из первых букв названия разных видов мероприятий, которые могут быть проведены с использованием национальных аспектов гостеприимства:

- Meetings или буква "M", это – деловые мероприятия, встречи, включая корпоративный отдых на природе, организация конференций;

- Incentives или буква "I" это – поощрительные или мотивационные туры и программы, тимбилдинги, обучение персонала, корпоративные праздники

- Conferences или буква "C" – это помощь в организации конференций (в том числе и зарубежных), организация и проведение пресс-мероприятий;

- Exhibitions это буква "E" – выставки, которые организывают туроператоры или иные компании, или помогают их проводить или посещать.

Под деловым туризмом подразумевается деловое сотрудничество, организация семинаров, конференций, подписание зарубежных контрактов, прием разного уровня делегаций, организация туров и корпоративных мероприятий, зарубежных командировок. Услуга деловой туризм набирает в последнее время популярность, это своеобразная разновидность отдыха для менеджеров и работников различных организаций.

Данный вид туризма бывает как внешний, так и внутренний. Благодаря услугам делового туризма осуществляется обмен ценной информацией, профессиональным опытом, завязываются новые деловые связи, укрепляется

корпоративная культура. Семинары и конференции различного уровня и характера способствуют поиску новых потенциальных партнеров, подписанию договоров, повышению уровня значимости компании в бизнес среде.

При организации делового туризма и деловых поездок клиенты могут рассчитывать еще и на услуги заказа номеров в отелях, авиа и железнодорожных билетов, автобусов, трансфера и другие аналогичные услуги. Также компании, оказывающие на профессиональном уровне услуги делового туризма, предоставляют помощь в проведении переговоров, обеспечивают поддержку переводчиков, организацию поездок на выставки и другие мероприятия за рубежом.

MICE-туризм является самым молодым и перспективным направлением. В отличие от обычной классической командировки (в международной классификации business travel), индустрия MICE – это объемный набор возможностей, имеющий своей целью предложить полный спектр коммерческих услуг компаниям, или услуги на перспективу (поощрительные поездки). Таким образом, специфика организации классической командировки (business travel) и мероприятий MICE будет принципиально отличаться.

Мероприятия MICE могут принимать самые разные формы, сочетаться между собой. Прекрасным примером может служить интеграция научной и деловой сферы, выставочно-конгрессная деятельность, когда каждая выставка сопровождается конгрессными мероприятиями, выгоду от такого сочетания получают все участники мероприятия: выставочные операторы и экспоненты от потока посетителей, организаторы конгресса от уменьшения затрат, посетители – от огромного объема информации, приглашенные спикеры от возможности представить свои доклады коллегам.

- **Национальное гостеприимство как инструмент продвижения территории**

Современные реалии говорят о том, что практически каждой отрасли требуется качественное продвижение, независимо от того, что необходимо продвинуть на рынке: продукт, услугу, компанию или территорию. Как отмечал американский экономист и маркетолог Филип Котлер, местам, как и товарам и услугам, нужен искусный маркетинг.

Это актуально для большинства регионов России. В стране существует жесткая конкуренция между дестинациями из-за схожести природно-климатических зон, богатейшего наследия культуры, но порой при полном отсутствии сервиса, инфраструктуры и грамотно упакованного туристического продукта. Регион становится конкурентоспособным, если появляются уникальные черты, такими чертами может стать национальное и региональное гостеприимство.

Продвижение территории через событийный и деловой туризм имеет определяющее конкурентное преимущество. Поэтому все больше регионов целенаправленно разрабатывают свое продвижение и создают собственную региональную национально-культурную идентичность, которая определяет туристскую привлекательность для путешественников и организаций.

Продвижение территории предполагает применение различных инструментов маркетинговых коммуникаций для решения двух основных задач:

- информирование о территории, ее продукте и создание необходимой базы данных об условиях проживания и ведения деятельности на ней. В данном случае, если добавляется национальная палитра региона, то связи устанавливаются не только на экономическом уровне, но и на более тесном - межкультурном.
- демонстрация потенциальным туристам и организациям, готовым провести свои мероприятия на вашей территории, сильных эмоциональных стимулов национального колорита и гостеприимства.

Технологии и правила применения особенностей национального гостеприимства

При создании программ для делового и событийного туризма с использованием элементов национального гостеприимства, а также территорий и локаций с национальной спецификой, должны соблюдаться определенные правила! Иначе вместо насыщенной программы может получиться межнациональный конфликт.

Основная особенность делового и событийного туризма, если это не паломнический тур, в том, возможна большая свобода в выборе видов отдыха и это может идти в разрез с национальными, традиционными, религиозными особенностями принимающего региона. Это необходимо строго отслеживать при работе с группой. Организаторам необходимо четко понимать запрос группы, которую вы принимаете. Здесь возможно два направления:

- запрос на аутентичную культуру. Здесь имеет значение этнически ориентированная уникальность программы, возможность участия в реальной жизни того или иного народа. Например, посещение действующего стойбища и проживание в чуме вместе с его традиционными обитателями. Сильной стороной данного подхода является уникальность и глубокое погружение в культуру.

Слабой стороной является сложность прогнозирования приема групп, как правило выше цена, нестабильность насыщения программы, зависимость от фактора носителя культуры.

Предостережение. Необходимо в мельчайших подробностях расспросить обо всех правилах поведения: что можно, что нельзя, какие ритуалы должны соблюсти члены туристической группы. Бывали случаи прямого конфликта хозяина территории и участников группы, группу просили удалиться. Это все может негативно сказаться на имидже региона и организаторов. Необходимо озвучить эти правила группе и получить однозначный ответ на согласие соблюдения данных правил.

Следует проговорить правила реакции группы на другую культуру, а именно безоценочность всех процессов, высмеивание или пренебрежительное отношение к элементам культуры, фотографирование без спроса или игровое использование предметов быта. Например, фривольное использование предметов быта с акцентом на эротический подтекст. Такие примеры зачастую случаются с возрастной группой до 25–27 лет. Такие действия могут привести к серьезным последствиям. Деловой и событийный туризм в большей мере - форма светского отдыха, и часть группы может воспринять аутентичные туры как элемент шоу.

- Запрос на презентационную форму. В данном случае запрос идет на общую информацию о культуре без глубокого погружения. Форма подачи с элементами шоу, где чаще участвуют профессиональные артисты.

Сильные стороны - прогнозируемость программы, стабильность реализации, возможность более массового применения по количеству посещений и участников.

Слабые стороны – программы не полностью показывают глубину культуры, все программы такого характера должны пройти культурную и этнографическую экспертизу, чтобы избежать неправильной подачи или искажения национальной культуры во всех аспектах: одежда, танец, ритуалы и традиции.

Предостережение. Изначальный настрой группы на шоу может привести к неподобающему использованию элементов национальной культуры, необходимо отслеживать действия с культурными аксессуарами и не допускать появление отрицательного контента.

Мононациональное представление туристской дестинации. Здесь работают все правила и предостережения, которые относятся к мультинациональному представлению. Из особенностей применения — обоснование моносоставляющей программы, так как страна многонациональна, и в каждом регионе России представлены множество культур. В качестве обоснования может выступать аутентичность, специфика,

связанная с культурными феноменами, например, алтайский шаманизм. Любую программу с мононациональным аспектом лучше всего подавать через вовлечение, игротехники, мастер-классы и другое непосредственное взаимодействие участника группы с представленной культурой.

Данные виды программ по частоте использования и сложности исполнения используются не так часто.

Существуют смешанные программы с использованием элементов национального гостеприимства. Здесь используется смешение светских развлечений с элементами культурных особенностей региона.

- Сильные стороны – универсальность программы, которая подходит под большой спектр запросов. Учитывая, что деловой и событийный туризм подразумевает под собой доминирующий акцент на деловой программе и событии, ради которого и приехала группа или индивидуальный турист, то данный вид максимально подходит, так как программа ненавязчива и не перегружает контентом, позволяет в большей степени отдохнуть и переключить внимание участников группы.

- Слабые стороны – это специфика интеграции светских форм развлечения и национально-культурных особенностей объектов посещения.

Предостережение. Не стоит планировать посещение национально-культурных объектов после увеселительных заведений или, когда группа находится в стрессе от переезда или тяжелого рабочего процесса. Это сильно снизит качество восприятия культурных особенностей и может привести к эмоциональным реакциям на специфику культуры.

Практические рекомендации и примеры включения элементов национального гостеприимства в программу событийных и деловых мероприятий

Вариант 1. Инсталляции, фотозоны, стенды, выставочные и наглядные материалы с национальным колоритом.

Мы живем в век, когда визуальные аспекты мероприятий имеют большое значение. При проведении событийных мероприятий можно использовать флагманские объекты, особенно те, которые напрямую ассоциируются с определенной национально-культурной спецификой.

Например, поставить чум, который может быть как в масштабе один к одному, так и являться арт-объектом или фотозоной.

Рекомендации (приемы) по использованию такого рода объектов:

– Интерактивность, то есть возможность взаимодействовать с объектом: заходить внутрь, управлять, в зависимости от того, что за объект. После взаимодействия с объектом можно получить памятный сувенир.



Применение

современных технологий: плазмы, сенсорные доски, виртуальная реальность и т.д., которые позволяют визуализировать национальный колорит современными способами и IT-решениями.

Вариант 2. Использование национального костюма: одежда, аксессуары, головные уборы. Предоставляется возможность одеть традиционный костюм полностью или частично. Переодевание здесь играет ключевую роль в создании определенного образа, который интересен для туриста, и который можно запечатлеть с помощью фотографии. Важно понимать, что здесь мы уже говорим о формировании или создании впечатлений.

Общая рекомендация: должны быть задействованы основные каналы восприятия:

- визуальный – гость должен получить качественную визуализацию, иметь возможность рассмотреть процесс, объект.



- аудиальный – он должен услышать о традициях, легендах и смыслах процесса или объекта, тут главное избегать перегруженности речи и любой национальный термин переводить или приводить аналоговое

пояснение до тех пор, пока группа полностью не поймет смысл слов. В противном случае мы рискуем потерять внимание и групповую динамику. Все, что мы не понимаем, мы отвергаем или, опасаясь, подвергаем критике. Это специфика восприятия информации и ее необходимо учитывать, особенно при аудиальной форме подаче информации.

- кинестетический (от греч. kinetikos – относящийся к движению + aisthesis – ощущение, чувство – относящийся к движению, связанный с ощущением положения и движений тела, его частей и отдельных органов), в контексте формирования впечатлений, эмоций и понимания другой культуры – это самый важный канал восприятия. Все, что проходит через тело, все, где мы участвуем лично, используя тело, мы запоминаем и ощущаем значительно сильнее. Поэтому вовлечение – один из самых важных инструментов. Дайте попробовать, поносить, выстрелить из лука и т.д.

- диджитал – цифровой канал это все, что относится к социальным сетям и интернету. Здесь возьмите инициативу по созданию контента, предложите сфотографироваться, сами протяните шапку или халат с предложением примерить. Многие стесняются, но от грамотно поданного предложения не откажутся. Поэтому предлагая, всегда фиксируйте посредством фото- и видео. Таким образом, вы позитивно настроите группу и оставите памятные эмоции, а также желание вернуться к вам или дать вам рекомендацию для новых туристов.



Вариант 3. Еда,

мастер-класс приготовления блюд национальной кухни, продовольственные сувениры.

Данный вид реализации особенностей национального гостеприимства достаточно хорошо проработан, но есть несколько инструментов усиления данного вида демонстрации:

- Мастер-класс не только как научение приготовления, но и усиление данного процесса вторыми смыслами, например, это возможность построения качественных семейных коммуникаций: мама-дочь, семья - выработка семейных ценностей, традиций и т.д. Туристы должны понимать, что этот процесс может быть полезен и после окончания мастер-класса. Таким образом мы поднимаем ценность проведенного мероприятия.
- Упаковка. Тульский пряник, чак-чак и многие другие яства мы можем привозить как гостинцы своим близким и родным. И здесь упаковка может быть дополнительным усилением продукта и интереса к нему. Пример: можно положить рецепт или небольшой текст о том, как появилось данное



лакомство
или в
каких
случаях
это



преподносили, какие традиции сопровождают данное национальное блюдо. Вместе с продуктовым сувениром можно положить магнит или маленькие игрушки для детей.

Вариант 4. Национальные игры, спорт, элементы военной и бытовой подготовки. Проживание в национальных деревнях.

Одна из самых эффективных форм вовлечения и демонстрации национальных особенностей.

Необходимо понимать, что официальные презентационные ролики или экскурсии, перегруженные научным контентом, не так интересны, как простая жизнь людей. Современные запросы все чаще ориентированы на понимание как жили, как играли, как традиционно хозяйствовало. Тут возможно использование элементов реконструкции, например, взойти на оборонительный вал, перед этим надев доспехи. И человек, поднявшись на определенную высоту, понимает как тяжело было штурмовать оборонительные сооружения в полной амуниции. Эмоции и эффект от экскурсии увеличивается.

4.3. Региональные индустрии гостеприимства: тренды развития

Роль индустрии гостеприимства в мировой экономике постоянно растет и расширяется. А в России в последнее время туризм, его развитие и новости отрасли становятся все заметнее и являются главными темами для обсуждения как в профессиональной среде, так и в повседневной жизни, регулярно становясь главной темой для обсуждения самых популярных телевизионных ток-шоу страны.

Конечно же такая популярность частично связана с закрытием границ и авиасообщения с другими странами. СМИ в поисках новостей внутри страны начали обращать внимание на положение дел в стране, а политики и чиновники, понимая, что организованный отдых необходим, начали все больше и больше вникать в происходящие процессы, чтобы, во-первых, обеспечить россиян предложениями на внутреннем рынке, а во-вторых, государству обеспечить поступление необходимых фискальных платежей для обеспечения жизнедеятельности госаппарата и обеспечения доходной части бюджета.

Во многих странах мира отрасль гостеприимства до сих пор считается одной из самых высокодоходных, стабильно пополняющих национальные бюджеты этих стран, это подтверждают и данные ЮНВТО. По их данным сектор туризма и гостеприимства приносит 10,3% в мирового ВВП, каждый десятый трудоспособный человек работает в данной отрасли, а рост показателей индустрии уже несколько лет опережает в своем развитии всемирную экономику. Более того, в ряде развитых и развивающихся стран вклад отрасли в доходную часть ВВП превышает 20% от всех поступлений. Потоки международного туризма увеличились более чем вдвое за последние два десятилетия: с 0,68 млрд въездных туристов в 2000 г. до 1,5 млрд в 2019 г. Туризм остается одной из крупнейших статей международной торговли в не сырьевом секторе.

Таблица 1

**Доля туризма и путешествий в 2019 году в сравнении с другими
секторами (согласно данным WTTC 2020 г.)**

Сектор	Рост ВВП в 2019 г., %
Информация и коммуникация	4,8%
Финансовые услуги	3,7%
Путешествия и туризм	3,5%
Здравоохранение	3,0%
Розничная и оптовая торговля	2,4%
Сельское хозяйство	2,3%
Строительство	2,1%
Производство	1,7%

Составлено по: Economic Impact Reports // World Travel & Tourism Council : [сайт]. – URL: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact> (дата обращения: 18.10.2020)

До этого года текущее состояние и потенциал развития туризма в Российской Федерации характеризовались в основном положительно и большинство показателей индустрии гостеприимства показывали положительную динамику. Вот и утвержденная в конце 2019 г. стратегия развития туризма в РФ на период до 2035 г. базировалась именно на цифрах роста без учета современных реалий и сегодняшнего положения. При этом нужно заметить, что потенциал роста в будущем по-прежнему высок, но при текущем состоянии для любой организации сферы гостеприимства закончить год без привлечения дополнительных инвестиций будет считаться выдающимся результатом. Уверена, что в будущем мы будем много раз разбирать успешные или провальные кейсы из реальной жизни отрасли и убеждена, что материалов по данному вопросу будет множество, сейчас же хочется посмотреть на характеристики отрасли туризма и гостеприимства РФ

по сравнению с мировыми значениями и обозначить тренды движения развития индустрии как в стране в целом, так и в регионах нашей страны.

Таблица 2

Вклад туризма в экономику России в 2017–2019 гг.

	Российская Федерация			В мире
	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2019г.
Доля валовой добавленной стоимости туристской индустрии в валовом продукте, %	3,9	3,9	3,5	10,3
Инвестиции в основной капитал, млрд руб.	314	353,1	355,7	85 320
в % от общего объема инвестиций по всем видам деятельности	2,6	2,6	2,4	4,3
Средняя численность работников, чел.	1 191 464	1 166 350	1 179 697	330 000 000
в % от средней численности работников по всем видам деятельности	3,6	3,5	3,6	10

Составлено по: Статистический бюллетень Росстата к Всемирному дню туризма – 2020 // Федеральная служба государственной статистики : [сайт]. – URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/7ZtU1mUD/turizm-2020.docx> (дата обращения: 08.10.2020)

Их приведенных данных в таблице №2, процентные показатели хорошо показывают, что Россия пока серьезно отстает в развитии туризма по соотношению к занимаемой доли в ВВП, инвестициям в отрасль и процентному отношению количества занятых работников в индустрии по всем видам деятельности.

Такую же картину мы увидим, если обратимся к данным Росстата по доле туризма в экспорте товаров и услуг. Россия при значении 4% находится на уровне Литвы или Республики Корея и сильно отстает от Таиланда, Португалии и Греции, значения которых 20%, 23% и 28% соответственно. Или же очень показательным будет критерий по доле размещенных в

коллективных средства размещения иностранных граждан, у нас всего – 15%, а у Греции – 73%, Португалии – 59%, Таиланде – 36%. При этом даже при росте внутреннего туризма, к примеру 54 млн. российских граждан, размещенных в коллективных средства размещения в 2017 г., против 71 млн граждан в 2019 г., средняя загрузка по году всех средств размещения, по данным Федеральной службы государственной статистики, не превышает 35%. Получается, что индустрия туризма и гостеприимства нуждается не только в иностранных туристах, но и своих российских, которые пока не часто передвигаются по стране с целью туризма и путешествий. По данным Всероссийского центра изучения общественного мнения, не более 45% жителей России за последние 5 лет отдыхали не в своем регионе проживания. При этом россияне активно выезжают за рубеж, об этом свидетельствуют данные Росстата и опросы руководителей российских турфирм. Не менее 60% туристских пакетов турагентствами реализуются в иностранные государства, что, естественным образом, составляет серьезную конкуренцию отечественным направлениям при выборе места отдыха. Здесь необходимо заметить, что данный показатель является как отрицательным (туристы уезжают из страны и деньги вместе с ними), так и положительным. У определенной части населения есть не просто спрос на отдых, но и материальная возможность для совершения дальнего путешествия и часть этих туристов можно переориентировать на внутренний рынок, что, впрочем, государство уже делает, выставляя административные ограничения на передвижение граждан определенных профессий. Хотя, конечно же, меры по стимуляции мотивации внутренних путешествий должны быть исключительного экономического, социального или инфраструктурного характера, чтобы предложения отечественных направлений были конкурентоспособными, прежде всего, своими уникальными торговыми или ценовыми предложениями. Необходимо признать, регионы Российской Федерации имеют и сохраняют потенциал роста своей доли как на внутреннем, так и на мировом рынке туристов. И реализация потенциала

отрасли гостеприимства будет зависеть от качества предлагаемых услуг, инфраструктуры, готового пакетного предложения, нивелирование сезонных колебаний за счет открытия новых форм отдыха в туристических направлениях, складывания бренда территории, наличие точек притяжения для туристов и много другого. Нужно отметить, что России уже есть, чем гордиться, как на мировом, так и на внутреннем рынке, поскольку стране имеется множество точек, которые являются, своего рода, магнитами для притяжения желающих посетить то или иное место, событие или мероприятие. Так в России находится 18 объектов всемирного наследия ЮНЕСКО, 11 объектов всемирного природного наследия ЮНЕСКО. Мы на довольно на высоких 10 и 4 местах соответственно в общемировом рейтинге по этим показателям. А по количеству общемировых спортивных соревнований мы стабильно находимся в лидирующей ТОП-5 рейтинга Global Sports Nations Index, а это не только делегаты и сами спортсмены, но и огромное количество фанатов, групп сопровождений и просто туристов, готовых совместить отдых с массовым событием. Конечно же, говоря о спросе на внутренний или въездной туризм, необходимо затронуть вопрос транспортной доступности регионов РФ и здесь дело даже не в масштабах нашей страны (позволю напомнить, номер 1 по площади во всем мире – 17 098 246 км²), а в развитости транспорта, транспортных магистралей и маршрутов, количества авиакомпаний, высокой эффективности авиа и жд предприятий, насыщенности рынка в рамках равновесного спроса и предложения для как со стороны потенциальных туристов, так и предприятий по транспортировке как внутри региона, так и между разными субъектами РФ. Например, по данным Всемирной туристской организации, у иностранных туристов в России доля транспортных расходов в общей сумме трат на поездку составляет 40%, в Германии – это 29%, а в Соединенных Штатах и того меньше – 16%. [4] И такая высокая стоимость связана, как со значительными расстояниями в нашей стране, так и с централизацией авиаперевозок всего через несколько транспортных узлов, что недопустимо для такой большой страны. Кроме

этого, внутри страны до недавнего момента практически не существовало лоукост-компаний; прямых, не только чартерных, регулярных перелетов между регионами; полное отсутствие конкуренции в сегменте ближних и средних магистральных авиаперевозок. А если говорить о железнодорожном транспорте, то, не смотря на одну из самых протяженных дорог в мире 87 тысяч км (мы 3и после США (250 тыс. км) и Китая (127 тыс. км), данный вид обслуживания доступен в 77 из 85 субъектов Российской Федерации и фактически полностью управляется монополией, что не всегда обеспечивает эффективность управления транспортом, необходимое развитие доступности или возможности использования данного вида транспорта всеми категориями населения.

Говоря о факторах, сдерживающих рост индустрии туризма и гостеприимства необходимо обязательно отметить и низкий уровень знания, узнаваемости российских туристических «брендов». Слово «бренды» не случайно взято в кавычки, поскольку не у каждого региона есть «бренд», кто-то еще только начал его формировать, а кто-то пока даже не представляет, что с «этим делать и куда бежать», поскольку нет ни умений, ни знаний по брэндингу территорий, и необходима соответствующая кадровая переподготовка всего персонала, занимающегося развитием территорий с упором на применение современных методов проектирования и создания целевых систем продвижения с применением информационных, маркетинговых, коммуникационных и иных технологий по преодолению устойчивых стереотипов у российских и иностранных граждан о развитии туризма и гостеприимства в России, а это: безопасность, языковой барьер, негативный образ, недружелюбие, полное отсутствие инфраструктуры, сервиса и пр. Те же негативные взгляды по отношению к турпродукту в России можно было легко проследить среди представителей турагентств, которые всегда очень четко отслеживают тренды потребительских желаний и предпочтений, стараясь их предугадывать и быть подготовленными. Согласно опросу компании OneTouch&Travel, проведенному командой специалистов

отдела развития в 2018 г., из 752 опрошенных турагентств по всей России, только 307 агентств активно предлагали и реализовывали туристские услуги и готовые турпакеты в регионах РФ. 90% оказываемых услуг пришлось на Краснодарский край, Крым, Санкт-Петербург, Москву и города Золотого Кольца. При этом 47% агентов, которые не продавали туры по России, признались, что не обладают хорошими знаниями о регионах РФ, не знакомы с предложениями на рынке, судят о продукте по мнению авторитетных коллег или туристов и предпочитают работать с альтернативными вариантами. Получается, что несмотря на имеющийся турпродукт, турагенты не интересовались им, и даже если турист выражал желание рассмотреть предложения, то предпочитали переориентировать клиентов по другим направлениям, поскольку туристы не настаивали и рассматривали отдых в России, как один из вариантов.

Все это говорит о том, что сейчас и в будущем предстоит много работы для того, чтобы обеспечить непрерывный рост индустрии, прийти к запланированным показателям, отмеченными в концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы)» и в «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года».

Поэтому регионам Российской Федерации, столице и флагманам российской индустрии гостеприимства необходимо замечать тренды и тенденции своего региона, общероссийские и мировые движения и не забывать про инновации, технологии, способствующие стабильному стратегическому развитию и росту туризма на своих территориях.

Первый тренд, о чем хочется сказать, это настоящий прорыв в туристической индустрии РФ, хоть и связанный с пандемией – чартерные программы в регионы России, куда даже регулярные рейсы не всегда летали со 100% загрузкой. Понятно, что авиакомпании, осуществляющие регулярные рейсы в данные регионы, с большим удовольствием забрали бы весь поток пассажиров себе, но ограничения не позволили это сделать. И здесь нужно не забывать,

что стоимость чартерного рейса серьезно ниже на данный момент по отношению к регулярным маршрутам.

Уверена, что выбор регионов несколько удивил туристическую общественность, но представители туроператоров открыто объясняли средствам массовой информации сделанные ставки.

Александр Сирченко, заместитель генерального директора TUI, говоря о выборе Байкала, Бурятии и Калининграда, заметил, что компания всегда перед запуском чартерных программ тщательно анализирует туристический потенциал региона. Проверяет наличие и категорию отелей, транспортную инфраструктуру, определяет и выбирает партнеров, которые имеют опыт приема туристов в своем регионе и делают это качественно. Далее перед началом чартерной программы в регион всегда приезжает группа и выявляет соответствие работы поставщиков на заранее обговоренные требования по сотрудничеству, оценивает объекты размещения, транспорт, услуги гидов и т.п. Если выявляются несоответствия, то поставщика просят все исправить до начала полетной программы и встречи туристов в регионе.

В свою очередь, заместитель генерального директора Anex Tour Яна Муромова, объясняя постановку чартеров на Байкал, Бурятию и Хакасию, заметила, что для их компании основным условием для определения полетной программы является спрос. На примере Турции, Яна объяснила, что есть направления, на которых даже избыток полетной программы не заставит туроператоров ее сократить. Поэтому многое зависит от того, насколько регион раскручен, есть желание и при каких возможностях его смогут посетить. Далее Яна Муромова обратила внимание, что существенным критерием при принятии решения о постановке чартеров по России руководство компании Anex считает и активность местных органов власти, принимающих компаний и их готовностью взаимодействовать с туроператором от начала до конца. Здесь туроператор ясно дал понять, что кроме того, что важна работа и качество принимающих компаний, которые должны быть готовы на высоком уровне как принимать туристов, так и

поддерживать их в случае проблем. Но важнейшим фактором также будет лояльность бизнеса, т.е. это предполагает возможность принимать туристов, какое-то время, даже не зарабатывая, а по сути «доплачивая» за посещение именно их региона. И это является абсолютной нормой для многих направлений, которые развивают свой регион за счет массовости посещений туристов. Туроператоры часто просят местные власти или партнеров разделять риски и при неудачных продажах турпакетов на чартерных программах, покрывать часть издержек. И если бы не этот важный пункт при выборе чартерного направления, регионов могло быть больше, т.к. переговоры велись еще с несколькими субъектами РФ.

Следующая тенденция, которую необходимо отметить и указать, является активное совмещение поездок по бизнесу и последующего отдыха. В мире этому виду туризма уже дали понятие *bleisure* (объединение двух английских слов *business* (бизнес) и *leisure* (досуг, отдых)). Данное понятие *bleisure* впервые появилось в 2009 г. в одном из американских сборников трендов будущего. Американцы, писатель Джейкоб Стрэнд и журналистка-футуролог Мириам Рэйман для названия этого вида туризма просто взяли и объединили два слова. По своей сути, *bleisure* – это симбиоз бизнеса и туризма. Получается, что при договоренности с руководством компании можно задержаться в командировке на несколько дней и посвятить их отдыху, при этом в этот мини-отпуск вы берете любое подходящее под ваши цели коммуникативное устройство и выделяете какое-то количество времени на работу. Естественно, что вопрос оплаты дней отдыха также обсуждается с руководством заранее.

По данным агентства делового туризма «Аэроклуб» в России за последние 5 лет спрос на *bleisure* вырос более чем на 40% и в будущем будет только расти. По данным другой компании, занимающейся организацией деловых поездок, *MiceLine*, за период 2017–2019 гг. доля запросов на совмещение деловой поездки с личными целями выросло в 2 раза, но только 20% из них согласовывается и бронируется. По этому показателю россияне

находятся в тренде, поскольку такой же рост в США фиксирует Expedia Media Solutions.

В агентстве «Аэроклуб» рост популярности этого формата путешествий связывают с несколькими факторами: большой концентрацией на рынке труда поколения миллениалов и желание компаний стимулировать работника через поощрение его интересов и желаний, поскольку известно, что представители данного поколения склонны объединять работу и личную жизнь и стремятся к расширению горизонтов, изучению новых мест, пространств, неизведанного. Этими факторами эксперты агентства делового туризма объясняют постепенный пересмотр многими зарубежными корпорациями, работающими на российском рынке своих тревел-политик в пользу данной категории сотрудников. А вот специалисты MiceLine отмечают, что несмотря на явный и очевидный спрос на совмещение поездок, российские компании крайне неохотно пересматривают свое видение деловых поездок, в ту же поправляют себя, что игнорировать желания сотрудников на протяжении долго периода времени не получится и возможно данные виды поездок даже будут прописываться в договорах сотрудников и тревел-компаний.

Из исследования, проведенного агентством «Аэроклуб», видно, что больше всего стали продлевать свои командировки по России представители добывающей, обрабатывающей промышленности и энергетики, а от них стараются не отставать сотрудники фармацевтических и FMCG-компаний. А по темпам роста подобного рода бизнес-путешествий лидируют представители автомобильной отрасли по сравнению с прошлым годом количество таких туров увеличилось более чем в два раза.

На первом месте среди самых популярных городов России, где деловые поездки преобразуются в отдых находится Москва. Здесь спрос за последний год 2019 г. вырос на 17%. На втором месте – Санкт-Петербург. Часто преобразуют свою поездку бизнесмены в таких городах, как Владивосток, Хабаровск, Омск, Красноярск, Нижний Новгород. К последнему городу

интерес вырос на 160%. И тренд на совмещение целей поездок серьезно сказался на развитии культурно-познавательного туризма в России и регионах.

Можно смело говорить, что популярность и спрос на посещение культурных объектов, мероприятий, уникальных мест только растут. В «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» культурно-познавательный туризм определен как «путешествие с познавательными целями, которое знакомит туриста с историко-культурными и природными ценностями, традициями и обычаями, в том числе посредством осуществления экскурсионной деятельности и проведения событийных мероприятий». Данный вид туризма всегда являлся одним из самых распространенных и популярных, поскольку туристы и путешественники интересуются развитием культуры в месте пребывания, достопримечательностями, историей данных регионов и как правило такое путешествие сопровождается покупкой сувениров, товаров и услуг, ассоциирующимся с местом посещения. Эту же тенденцию подтверждает возрастающая популярность дополнительного бронирования экскурсий к уже готовым пакетным турам. По данным компании OneTouch&Travel, в период с 2017 по 2019 гг. заказы экскурсий выросли в 20-кратном количестве. Такой рост объясняется желанием туристов получить от своего отдыха больше впечатлений и знаний, а со стороны турагента – это возможность предоставить и продемонстрировать клиенту высокий сервис обслуживания и дополнительно заработать. Нужно признать, что любопытство и желание узнать новое создают для культурно-познавательного туризма постоянный спрос, а этот фактор является важнейшим для успешного развития индустрии гостеприимства каждом регионе РФ. Также этому тренду способствуют развитие и появление (в том числе новых) экскурсионных объектов и сервисов для туристов, телекоммуникационных технологий, цифровизация отрасли, программы и акции, проводимые под эгидой Министерства Культуры РФ.

По словам Владислава Александровича Кононова, директора Департамента музеев Минкультуры России, на данный момент в стране

насчитывается около 3 тыс. музеев федерального, регионального и муниципального уровней, и это не считая частных музеев, с точным количеством, которых еще предстоит разобраться. В России за последние несколько лет наблюдается бум визитов и посещения музеев. По отчету Министерства культуры по итогам работы ведомства в период с 2012 по 2019 г. зафиксирован рост посещаемости музеев в 1,7 раза, 155 млн посещений в 2019 г. и 90 млн в 2012 г., также определены кратные увеличения количества предметов музейного фонда в 9 раз (с 2 млн в 2012 г. и 18 млн предметов в 2019 г.), и более чем 2-х кратный рост дохода федеральных музеев от платных услуг, с 6,2 млрд руб. до 17,7 млрд руб., также соответственно в 2012 г. и 2019 г. Музеи становятся более популярными в стране и их посещаемость растет в первую очередь за счет российских туристов.

Таблица 3

Топ-10 регионов по посещаемости музеев

Регион	Отношение числа посещений музеев РФ за год к численности населения региона	Количество музеев в регионе, ед.
Санкт-Петербург	4.498	223
Новгородская область	2.115	10
Псковская область	1.809	27
Ярославская область	1.671	34
Москва	1.538	405
Татарстан	1.503	126
Волгоградская область	1.208	24
Калининградская область	1.158	26
Владимирская область	1.107	19
Тульская область	1.076	48

Кроме этого каждый год Министерство культуры планирует принимать и открывать новые музеи и комплексы. А в рамках проекта «Цифровая культура» до 2024 г. будут создаваться виртуальные концертные залы, музейных гиды дополненной реальности, планируется провести от 600 онлайн-трансляций с мест важных событий мероприятий культурного значения.

И здесь работу не планируют останавливать, Ростуризм в «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» совместно с профильными ведомствами РФ определил для себя ключевые инструменты для развития культурно-познавательного туризма:

- ✓ развитие деятельности объектов туристского показа, в том числе с применением современных технологий;

- ✓ развитие программ повышения квалификации для работников объектов туристского показа, ориентированных на инновационные методы работы с посетителями, а также продвижение туристских услуг;

- ✓ совершенствование образовательных стандартов и образовательных программ по подготовке экскурсоводов и гидов-переводчиков;

- ✓ развитие системы продажи электронных билетов для посещения объектов показа культурно познавательного туризма, в том числе единых билетов для посещения нескольких объектов, карт туриста городов и субъектов Российской Федерации;

- ✓ разработка системы поддержки мастеров народных художественных промыслов, формирующей привлекательность туристских территорий;

- ✓ совершенствование системы мер государственной поддержки по компенсации хозяйствующим субъектам части затрат, понесенных в связи с производством реставрационных работ на объектах культурного наследия на туристских территориях;

✓ развитие национальных и региональных информационных ресурсов, и цифровых сервисов для культурно-познавательного туризма, цифровых аудио- и видеогидов.

✓ На последнем пункте особенно хочется остановиться и выделить его. Цифровизация жизнедеятельности сейчас происходит буквально «семимильными» шагами и это не просто общемировая тенденция развития отраслей, это уже необходимая часть повседневной жизни каждого, у кого есть доступ в интернет, а для компаний в сфере услуг возможность всегда быть востребованными и не только предоставить информацию вовремя, но и принять заказ от клиента. Например, в России еще каких-то 5 лет назад бронирование туристических услуг происходило в основном с ноутбуков или стационарных компьютеров. Сейчас же по данным туроператора OneTouch&Travel, 19% бронирований происходит на планшетах и 1% со смартфонов, при этом 80% бронирований с мобильных устройств приходится на выходные дни, т.е. специалисты уже не хотят 7 дней в неделю находиться в офисе и используют все возможные варианты обслуживания клиентов. Конечно же, туристы также активно используют все возможные блага цифровизации. Это каждый год нам демонстрирует исследование, проводимое глобальной дистрибутивной системой Travelport.

Компания постоянно проводит глобальный опрос путешественников. В исследовании 2018 г. приняли участие более 16 тыс. человек из 25 стран, куда входит и Россия. В исследовании очень много любопытных цифр, хотя и вполне ожидаемых. Например, около 76% опрошенных в России признались, что «потерялись» бы в поездке без своего смартфона. Мобильные технологии становятся все важнее всех видов туристов, половина из опрошенных хотят проходить онлайн-регистрацию в отеле и открывать номер цифровым ключом – с помощью телефона. Уверена, что процент таких туристов особенно вырастит в этом году в связи с пандемией и необходимостью бесконтактного сервиса. 65% российских туристов используют мобильные приложения для поиска, бронирования и покупки авиабилетов. 60% используют мобильную

регистрацию, а 68% контролируют информацию о перелете в приложениях и в мобильных версиях сайтов авиакомпаний. Россияне очень положительно оценивают введение цифровых посадочных талонов, таких – 75%, – из здесь мы впереди среди всех европейских стран. Цифровые технологии становятся все шире в использовании, уже 59% опрошенных россиян используют во время поездки электронный кошелек или технологию NFC. Ну и конечно же наличие wi-fi в отеле – это уже приоритетный критерий при выборе проживания для 67% туристов.

Нельзя пройти мимо следующих данных, россияне все больше используют интернет для подготовки к путешествию. К примеру, около 85% российских туристов используют такие сайты с отзывами и рекомендациями, как TripAdvisor, форум Винского, Hotelout и др., а 83% россиян перед бронированием изучают видео, фотографии, комментарии друзей или других пользователей в социальных сетях. 49% опрошенных утверждают, что именно опубликованные отзывы имеют решающее значение при выборе. Именно поэтому регионы начали создавать все больше информационных ресурсов и приложений с описанием своих возможностей и общением с местными жителями. Практически у каждого региона есть свои сайты с подробными картами туристических возможностей, но разобраться в них порой очень сложно и на помощь пришли энтузиасты и представители бизнеса. Например, власти и жители Перми, Нарьян Мара и Югры активно учувствуют в проекте «Это моя земля» компании Appreal, активно пополняя проект городскими легендами. На Ставрополье разработчик Андрей Диканский основал проект StavTravel. Специалист разработал онлайн-карту и мобильное приложение, куда внес потенциально интересные точки и достопримечательности для посещения туристами. Всего получилось 150 объектов по всему региону. В приложении StavTravel всегда можно получить краткое описание достопримечательности, найти фотографии и проложить маршрут. Есть и компьютерная версия карты на сайте туристическаякарта26.рф. В Алтае сделали мобильный гид-справочник «Алтай Today». В приложении собрали

информации о достопримечательностях и популярных туристических направлениях, погоде, турфирмах региона, различных средствах размещения, организациях, оказывающих экскурсионное обслуживание и предлагающих различные формы досуга, ценах на услуги и другие полезные данные. Прямо из приложения можно забронировать номер в различных объектах размещения, заказывать и арендовать автомобильную технику, звонить в базы отдыха. В приложении даже проработан вопрос если пользователь находится в условиях Горного Алтая, оно работает оффлайн. Похожий сервис в 2019 г. представили в Дагестане. Мобильное приложение создали при поддержке местных органов власти. В нем собрана вся информация об объектах размещения, местах общественного питания, туристических маршрутах, магазинах и других объектах, которые могут понадобиться туристу во время поездки по республике. Есть также аудиогид с привязкой к геолокации и программа работает в офлайн-режиме. И таких примеров сейчас становится все больше и больше, например, ряд национальных парков разрабатывают свои приложения, в которых можно будет определить свою геолокацию, проложить путь по местности, узнать о местной флоре и фауне.

В целом, нужно отметить, что внедрение цифровых технологий не просто является тенденцией, но и формирует основные направления развития туристской отрасли, оказывает серьезное влияние на все составные части туристского продукта и повышает информированность туристов. Поэтому в ближайшее время важными направлениями развития цифровых технологий в сфере туризма будут:

- ✓ перевод всех государственных услуг, связанных с осуществлением туристской деятельности, в электронную форму. Процесс трудный и долгий, но необходимый для всех, как для бизнеса, так и органов власти;

- ✓ обеспечение возможности предоставления участниками туристского рынка установленной отчетности в электронной форме. И здесь вопрос внедрения электронных путевок будет стоять особенно остро, т.к.

позволит оцифровать очень многие административные и контролирующие функции, а бизнес существенно ускорит процесс отчетности;

✓ создание условий для формирования туристской цифровой экосистемы для всех участников рынка на онлайн-платформе. Данная разработка должна быть обязательно интегрирована с внешними источниками данных, социальными платформами и различными CRM и ERP системами, что позволит быстро видеть и понимать туриста, а также выявлять варианты клиентского опыта;

✓ разработка, внедрение и развитие мультязычных сервисов помощи туристам. Очень важно, чтобы информационные сервисы, сервисы навигации и пр. были доступны не только русскоязычным туристам, что безусловно скажется на качества сервисного обслуживания, а предлагаемые услуги будет более привлекательными;

✓ разработка и реализация электронной туристской карты гостя и аналогичного мобильного приложения в городах и субъектах Российской Федерации. Такая карта должна позволить туристу перемещаться общественными видами транспорта, узнавать о культурных мероприятиях и событиях, пользоваться скидками при посещении объектов туристского показа, быть своего рода «волшебным клубочком-путеводителем», но обновленным до современных возможностей, в обладателя награждать множеством приятных бонусов и привилегий;

✓ создание и развитие сервисов виртуальной реальности для навигации по городам, уникальным местам и достопримечательностям (музеям, выставочным центрам, художественным галереям и др.). Такие сервисы хоть и слабо стимулируют к прямым покупкам, но очень важны для повышения привлекательности туристских объектов и эффективности их представления;

✓ развитие сервисов онлайн-построения туристского маршрута с возможностью покупки билетов и бронирования гостиниц в том числе с использованием технологии блокчейн;

✓ создание единой электронной площадки для вовлечения и легализации работы самозанятых лиц в туристской деятельности. В индустрии гостеприимства к таким гражданам могут относиться гиды, инструкторы, экскурсоводы, водители и др.;

✓ разработка мультимедийных и цифровых приложений для объектов показа, сервисов аудио- и видеогидов с возможностью интеграции с GPS-навигацией, использованием QR-кодов для формирования запросов. Этот пункт важен для продвижения различных видов туризма в регионах РФ, и особенно актуален для набирающего все большую популярность – промышленного туризма.

О важности данного направления говорит и то, что в 2017 г. был учреждён Совет по развитию промышленного туризма в Российской Федерации, задачами которого является стимулирование развития межрегиональных маршрутов промышленного туризма, укрепление связей промышленных предприятий России и туристских компаний, занимающихся познавательными туристическими турами, включающими с посещение индустриальных объектов, в получении допуска на промышленные объекты, формирование единой карты промышленного туризма в Российской Федерации. По данным Ростуризма, результатом работы Совета стало создание концепции «Карты промышленного туризма Российской Федерации». Карта состоит из объектов показа, описания туристских маршрутов и средств размещения. Данные были собраны и систематизированы из 56 регионов России.

На сегодняшний день уже в 30 регионах Российской Федерации существует множество готовых программ по развитию промышленного туризма. В 10 регионах даже созданы комитеты по развитию промтуризма, которые активно работают с АСИ, Минпромторгом, Фондом развития моногородов, Ростуризмом, Минсельхозом и предприятиями, подведомственных регионов. Также развитию промышленного туризма активно способствуют ряд факторов. Во-первых, это желание предприятий

(пока правда, не всех) показать свои достижения, привлечь новых сотрудников, стимулировать желание подрастающих поколений развиваться в рамках промышленного объекта, получать дополнительный спрос на товары своего производства и пр. Во-вторых, желание со стороны туристов познакомиться не только с историко-культурным наследием региона, но и узнать и познакомиться с местными промышленными флагманами региона. В-третьих, развитие делового туризма, когда люди в рамках программ обмена деловым опытом между регионами или в поисках новых поставщиков товара или же новых рынков сбыта готовы ехать в другой регион или страну. Среди лидеров регионов промышленного туризма в России, можно выделить: Дальний Восток, Урал, Самарскую область, Удмуртскую республику, Волгоградскую и Вологодскую области. Кроме них в 2019 г. еще три региона – Мурманская, Смоленская области и Якутия – решили активно развивать промышленный туризм и подписали соглашение с Агентством стратегических инициатив (далее – АСИ).

При этом некоторые проекты, например, с компанией «Алроса» предполагается запустить уже до конца 2020 г. В планах алмазодобывающей компании предлагать и показывать туристам самый глубокий в мире карьер, чтобы они смогли в полной мере ощутить тяжесть и понять уникальность процесса добычи и переработки полезного ископаемого.

По словам Ольги Захаровой, замглавы Агентства Стратегических Инициатив: «В России промышленный туризм рассматривается как минимум с двух направлений. Во-первых, это способ развития регионов. Во-вторых, это привлекает дополнительные инвестиции, как в регион, так и в компании. В АСИ уже создали эффективные решения для всех предприятий и регионов». Сейчас целевую аудиторию промышленного туризма можно условно поделить на 4 группы: школьники и студенты (в первую очередь, это группа потенциальных сотрудников, поэтому здесь делают упор на профориентацию и мотивацию к постижению азов необходимых предприятию профессий), бизнес-группы (первое – это конечно же обмен опытом между коллегами и

специалистами, и второе, что даже важнее первого, позиционирование компании в регионе, отрасли, на рынке труда), туристы (их конечно же привлекает в основном пищевая и легкая промышленность, например: «Жигулёвское пиво» или шоколад «Россия» в Самаре, текстиль на предприятиях в Иваново, мед на пасеках в Башкирии, хрусталь в Гусь-Хрустальном (Владимирская область) или Никольске (Пензенская область), «Абрау-Дюрсо» в Краснодарском крае) и иностранные туристы (для предприятий это прежде всего шаг в развитии экспорта продукции и инвестиций).

Несмотря на относительную молодость данного вида туризма в России на сегодняшний день уже насчитывается около десятка ассоциаций промышленного туризма, помогающих развитию данного направления, и уже есть некоторые предприятия, которые на своем примере показывают всем, как можно зарабатывать, благодаря такому непрофильному для них бизнесу. Например, винный завод «Абрау-Дюрсо» в Краснодарском крае с экскурсией получает больше миллиона рублей в год. Кроме дохода, экскурсии формируют положительный образ предприятия и его продукции. Металлургический завод в Выксе (Нижегородская область) также решает с помощью туристов имиджевые задачи. Сотрудники завода признаются, что первоочередной задачей открытия предприятия для туристов было изменение отношения к профессии металлурга, но со временем проект стал знаковым в городе и сейчас завод уже развивает индустриально-туристский парк «Баташев». А где-то наоборот предприятия были созданы для развития туризма в регионе и благодаря этому были возрождены производства пастилы в Коломне (Московской области), которые мгновенно превратились в обязательные объекты для посещения и этот пример так впечатлил московских дизайнеров, что там же в 2012 г. они возродили Мануфактуру мыловарения «Душистая радость», которая с успехом производит и реализует свою продукцию.

В Якутии верят, что развитие промышленного туризма в регионе даст толчок развитию бренда территории и о Республике будут говорить не только

в России, но и во всем мире. Поскольку, туристам могут предложить к осмотру не только завод «Алроса», но и различные местные промыслы: кузнечное дело, изготовление берестяной и деревянной посуды, якутские ножи. Кроме этого Айсен Николаев, глава Республики Якутия, рассчитывает на туристический потенциал угольных предприятий Южной Якутии. Например, «Колмар» уже создала отдельную туркомпанию, которая будет заниматься промышленным туризмом.

Ждут туристов и в Мурманской области. Дмитрий Филиппов, заместитель губернатора области, отмечает, что сейчас в регионе создаётся перечень предприятий, которые имеют потенциал и готовы стать дополнительными драйверами в развитии местного туризма. В первую очередь, речь идёт о филиалах «Норникеля», Кольской атомной электростанции, горнодобывающем комбинате «Олкон».

В Смоленской области гостям готовы показывать деревообрабатывающие компании, такие как, «Эггер Древпродукт Гагарин», предприятия лёгкой промышленности, которые выпускают одежду под брендами «Наше» и «Твоё», Смоленский полиграфкомбинат, компанию «Русский лён».

В Амурской области туристам начали предлагать уникальную экскурсию по Бурейской ГЭС. Электростанция входит в десятку крупнейших гидроэлектростанций России. Чтобы увидеть красоту холостых сбросов Бурейской ГЭС, нужно ехать в поселок Талакан, а это 263 км от Благовещенска и 560 км от Хабаровска.

В Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г. «промышленный туризм» определен, как: «посещения и мероприятия на объекте, позволяющие посетителям понять процессы и секреты производства, относящиеся к прошлому, настоящему или будущему.» И такое определение не случайно поскольку во всем мире уже несколько десятилетий активно развивается понятие «Устойчивое развитие», которое неразрывно связано с пониманием будущих процессов и развития экономики таким образом, чтобы

ресурсов для жизнедеятельности хватило как нынешнему поколению Земли, так и будущим. Поэтому ко всем рассматриваемым вопросам подходят с исследования в рамках концепции устойчивого развития и их влияния на экологию. Это непосредственно затрагивает следующую тенденцию – активное развитие экологического туризма в регионах РФ. Под данное понятие, как правило, относят путешествия к нетронутым человеком уголкам природы. Более точное определение экотуризма прописано в Стратегии развития туризма, которая уже упоминалась в этой статье и ГОСТе Р 56642-2015 «Туристские услуги. Экологический туризм. Общие требования». Так вот, экотуризм – это деятельность по организации путешествий, включающая все формы природного туризма, при которых основной мотивацией туристов является наблюдение и приобщение к природе при стремлении к ее сохранению.

Здесь необходимо заметить, что поездки к уникальным природным объектам, посещение уникальных природных зон, туристические походы или кратковременные выезды на природу существовали всегда, но говорить об этом, как об экологическом туризме начали в 80-х гг. XX в. И связано это было с повышением внимания к проблемам экологии и ростом сторонников концепции устойчивого развития. Напомню, что устойчивое развитие – это модель использования ресурсов, модель взаимодействия между людьми и на базе инноваций, при которой достигается удовлетворение жизненных потребностей нынешнего поколения вместе с сохранением окружающей среды, укреплением личного и общественного здоровья, и без лишения такой возможности будущих поколений. Исходя из описанной модели и рекомендаций международных организаций Российская ассоциация экологического туризма сформулировала набор принципов этого вида туризма:

- 1) стимулирование и удовлетворение желания общаться с природой;

2) путешествие в природу, причем главное содержание таких путешествий – знакомство с живой природой, а также с местными обычаями и культурой;

3) предотвращение негативного воздействия на природу и культуру;

4) сведение к минимуму негативных последствий экологического и социально-культурного характера, поддержание экологической устойчивости среды;

5) содействие охране природы и местной социокультурной среды;

6) содействие охране природы и природных ресурсов;

7) экологическое образование и просвещение;

8) участие местных жителей и получение ими доходов от туристической деятельности, что создает для них экономические стимулы к охране природы;

9) экономическая эффективность и обеспечение социально-экономического развития территорий;

10) содействие устойчивому развитию посещаемых регионов.

По сравнению с другими странами экологический туризм в России начал развиваться относительно недавно. Однако уже сейчас поехать на Байкал, Алтай, в Карелию, Хакасию или по другим экологическим направлениям нашей страны стало существенно проще и, что главное, дешевле. Поэтому можно с полной уверенностью сказать, что у экотуризма в России есть хорошие перспективы и должно быть прекрасное будущее.

По словам руководителя Агентства по туризму РФ Зарины Догузовой во время Санкт-Петербургского международного экономического форума доля экологического туризма в структуре российского туррынка составляет всего 2%, в то время как среднемировой показатель равен 10%. Она также отметила, что в Соединенных Штатах, где данное направление туризма очень развито, доходы от посещения природных территорий, парков и т.д. составляют порядка 14 млрд дол. в год, в Австралии – 3 млрд дол., в Кении – 450 млн дол. В России на экотуризме зарабатывают всего около 11,7 млн дол.

Необходимо признать, что в России развитие экологического туризма неразрывно связано с развитием системы особо охраняемых природных территорий (далее – ООПТ). Общая площадь ООПТ, которые представляют собой основы экологического туризма в РФ, составляет более 136 млн га, что около 12% от общей территории страны. Согласно плану реализации федерального проекта «Сохранение биологического разнообразия и развитие экологического туризма» национального проекта «Экология», количество посетителей ООПТ федерального значения должно вырасти и должно превысить 10 млн чел. к 2024 г. На 2019 г. численность посетителей национальных парков и заповедников России составила 8 млн чел., что уже выше планируемого роста на 1,3 млн туристов. И это хорошо укладывается в тенденцию тенденция ежегодного прироста посетителей ООПТ – рост не менее 15%.

Лидерство по росту туристического потока среди ООПТ уже традиционно закрепилось за пятью регионами. Это национальные парки Кисловодский (Ставропольский край) (2018 г. – 1 389 000 чел.; 2019 г. – 1 511 900 чел.), Сочинский (Краснодарский край) (2018 г. – 1 086 738 чел.; 2019 г. – 1 220 753 чел.), Красноярские столбы (Красноярский край) (2018 г. – 754 220 чел.; 2019 г. – 1 131 005 чел.), Куршская коса (Калининградская область) (2018 г. – 471 660 чел.; 2019 г. – 589 044 чел.) и Русский север (Вологодская область) (2018 г. – 461 000 чел.; 2019 г. – 471 000 чел.). Нужно отметить, что основная доля роста показателей посещаемости приходится на внутренний туризм, поскольку доля иностранных граждан среди посетителей заповедников и национальных парков в 2018 и в 2019 гг. составила лишь 3% от общего числа.

В настоящее время Министерством Природы РФ совместно с профильными ведомствами, в том числе и Ростуризмом, ведётся комплексная работа по повышению привлекательности экологического туризма среди всех групп населения. Сегодня в России насчитывается 103 природных заповедника, из которых 31 – биосферный; 41 национальный парк, 69 федеральных заказников и 50 региональных природных парков. Общая

площадь территории всех заповедников России составляет более 340 тыс. кв. км. И по-хорошему, территория Россия – это идеальное место для экологического туризма. У нас, есть практически все. Во-первых, огромная территория нашей страны (по сравнению с остальными) заселена всего лишь на половину. Во-вторых, Россия уникальна по наличию климатических зон на территории страны – от арктической до субтропической. В-третьих, у нас есть самые разнообразные ландшафты, и отчасти благодаря этому, в список всемирного наследия ЮНЕСКО включены 11 уникальных природных объектов и потенциально еще 15 областей могут быть добавлены в этот список. Получается, что для любителей экотуризма территория РФ является уникальной находкой с большим количеством объектов для посещения, такие как: Байкал, Горный Алтай, Плато Путорана, Национальные парки и заповедники Приморья, Командорские острова, Шантарские острова и др.

Недавно (16 октября 2020 г.) в нашей стране завершился финал Всероссийского конкурса на создание туристско-рекреационных кластеров и развития экотуризма, который проводило Агентство стратегических инициатив. Очень порадовало количество и качество участников, хотя до финальной части из 4000 заявок конечно дошли не все. Для участия в самом конкурсе было сформировано и заявлено 219 команд. Подготовленные ими заявки задействовали в общей сложности 523 ООПТ в 81 регионе. Полностью собрать команду и оформить документы до 10 июля смогли только 115 команд из 68 субъектов РФ. И в итоге, победителями в номинации «Территория перспективного развития» стали шесть проектов, в результате которых планируется создать туристско-рекреационные кластеры в Башкортостане, Бурятии, Татарстане, Хакасии, в Камчатском, Приморском краях, Новгородской, Самарской, Сахалинской, Тульской областях. Победителем народного голосования стал проект по созданию туристско-рекреационного кластера в республике Татарстан – «Высокогорский». Благодаря реализации проекта территория вокруг Голубых озер в Высокогорском районе республики преобразится и будет более привлекательной пригодной для отдыха

приезжающих. Для посетителей этого кластера разработают и предложат специальные маршруты для прогулок по экотропам. Для команд-победителей АСИ будет организовывать закрытую акселерационную программу, в результате которой будут подготовлены экономически обоснованные мастер-планы туристско-рекреационных кластеров как на особо охраняемых природных территориях, так и прилегающих к ним. Затем эти проекты будут представлены потенциальным инвесторам, экспертам, ответственным специалистам профильных министерств и ведомств. Но уже сейчас можно смело сказать, что благодаря этому конкурсу объектов для экологического туризма в нашей стране будет больше, а регионы получили для себя эффективный инструмент устойчивого экономического развития отрасли гостеприимства и туризма. Необходимо заметить, что теперь главным вектором развития экотуризма в данных регионах будет эффективность использования инструментов, которые им предоставило и предоставит государство для развития их территорий. А это будет зависеть от совместной постоянной работы органов власти, бизнеса и общества в целом.

Подводя итог данной работе, замесу, что нам всем предстоит еще большая работа, которая будет заключаться в следующих шагах:

- ✓ повышение уровня конкурентоспособности индустрии гостеприимства и туризма путем эффективного раскрытия огромного потенциала туристского продукта Российской Федерации;

- ✓ повышение уровня качества туристской инфраструктуры путем развития транспортной доступности, увеличения строительства объектов размещения различного уровня и вида, поощрения открытия качественных пунктов питания и заведений/объектов развлекательного характера;

- ✓ снижение факторов влияния сезонности в использовании туристской инфраструктуры, благодаря эффективному инновационному подходу, открытию новых возможностей и грамотному маркетингу территорий;

✓ открытость и повышение уровня доступности к актуальной статистической информации о реальных объемах отраслевых данных со стороны участников туристского рынка;

✓ увеличение инвестиционную привлекательность туристской отрасли через проведение и внедрение эффективных мер по снижению сроков окупаемости инвестиционных проектов сферы гостеприимства и туризма посредством четкой и понятной мотивации со стороны органов исполнительной власти;

✓ совершенствование законодательства Российской Федерации в сфере гостеприимства и туризма, пересмотр устаревших, но действующих актов и постановлений, обновление основного закона отрасли, отражающего все процессы туристического рынка;

✓ повышение уровня сервиса и кадрового обеспечения развития туризма посредством ввода актуальных отраслевых стандартов, пересмотра программ образования, активное привлечение бизнеса к процессу образования, пересмотра оценки будущих и действующих специалистов по систему WorldSkills;

✓ развитие языковой подготовки занятых в сфере туризма, так необходимой в сфере гостеприимства для привлечения зарубежных туристов;

✓ стремление выходить и быть лучше уровня мировых лидеров в развитии цифровой инфраструктуры и сервисов через создание цифровых платформ, средств навигации и формирования туристского продукта;

✓ обеспечение максимальной открытости туристской деятельности со стороны каждой организации, принимающей участие в информировании, формировании, реализации и исполнении туристских услуг и продукта, помня о необходимости безопасности туризма и бережном отношении к окружающей среде туристских территорий.

Реализация указанных инициатив создаст существенные возможности для ускорения развития туризма в регионах страны, увеличит его роль в

социально-экономическом развитии и позволит решить множество социальных и экономических вопросов.

Особенности национального гостеприимства:

вопросы, задания, практикумы

Уважаемые читатели,

Вашему вниманию представлены практические задания, посвященные различным особенностям гостеприимства. Для их выполнения кроме информации, размещенной в данном издании, вам понадобятся знания о локальной специфике своего региона, а также дополнительные сведения, которые легко найти в сети Интернет. Мы постарались подобрать вопросы и задания таким образом, чтобы раскрыть Ваш творческий потенциал и, возможно, дать старт новым идеям и проектам.

Желаем успехов!

Работа с практическими заданиями включает несколько шагов:

1. Знакомство с проблемой;
2. Создание эскизов вариантов решения проблемы и оценка последствий их реализации;
3. Выбор окончательного решения, определение основных действий;
4. Презентация и общее обсуждение;
5. Подведение итогов.

Вопросы и задания:

1. Вы проводите исследование музейных посетителей и необходимо выяснить оправдались ли их ожидания, но можно задать только один вопрос. Какой вопрос Вы им зададите?
2. Какими способами можно привлечь в музей посетителей?
3. Как в гостеприимном музее можно сказать «Экспонаты руками не трогать»?
4. Сходите в ближайший музей и проведите «гостевой» аудит, на что вы будете обращать внимание?

5. Творческое задание: разработайте приветственную открытку для музейного гостя.

Вопросы для дискуссии:

1. Что является важным для вас как для представителя своего этноса, ранжируйте список от 1 до 5, где 1 – самое важное и 5 – наименее важное:

- 1) Соблюдение постов.
- 2) Приготовление блюд национальной кухни.
- 3) Соблюдение традиций приема гостей.
- 4) Передача семейных кулинарных рецептов.
- 5) Традиционная национальная сервировка стола, использование определенной посуды (орнамент, назначение).

2. В каком возрасте вы впервые задумались о своей этнической принадлежности? Как проходил процесс формирования вашей этнической идентичности? Помните ли вы традиции гостеприимства вашей семьи, связаны ли ни с национальными традициями?

3. Найдите в литературе или в кино описание традиций национального гостеприимства, на какие детали обращено внимание авторов?

4. Заканчивается ли встреча гостей приемом пищи? Существуют ли какие-то традиции после трапезы?

5. Какие особенности российского гостеприимства вы знаете?

Упражнение «Найди пару»

Цель: актуализировать тему этнических различий стимулировать обсуждение стереотипов.

Инструкция участникам: сейчас вы получите карточку с названием национального блюда, вам необходимо понять к какой национальности относится это блюдо и найти в группе человека такой же национальности, не используя слов (то есть с помощью мимики и жестов).

Ход упражнения: для упражнения надо подготовить набор карточек с названиями национальных блюд по числу участников, при этом надо учитывать наличие двух одинаковых карточек с названиями каждого блюда.

Варианты:

- бешбармак,
- шашлык,
- пицца,
- окрошка,
- эчпочмак и т.д.

Когда все участники разбились по парам, ведущий просит каждую пару назвать свою национальность и рассказать, как они нашли друг друга, какие отличительные признаки национальностей показывали, сразу ли поняли какой национальности принадлежит блюдо или пришлось искать в интернете, пробовали ли когда-нибудь такое блюдо национальной кухни, если да, понравилось ли.

Упражнение «Найди пару» можно использовать в качестве вводного, разогревающего, с него можно начинать занятия, чтобы инициировать обсуждение важных вопросов.

Важно уделять время ответам на вопросы после каждого упражнения, многие процессы самоопределения происходят в ходе групповой дискуссии по данной теме, вопросы, задаваемые в ходе таких мероприятий, не имеют правильных ответов. Задача таких вопросов – стимулировать обмен мнениями, самоопределение и рефлекссию участников.

Упражнение «Вкусы моей семьи»

Цель: актуализировать значимость семейных связей для формирования идентичности

Ход упражнения: участникам предлагается нарисовать генеалогическое древо. При этом около каждого имени члена семьи необходимо написать или нарисовать его любимое блюдо национальной кухни. Затем каждый участник

показывает сове дерево и рассказывает о нем. В зависимости от размера группы, это можно сделать в парах или в малых группах. Участники могут задавать друг другу уточняющие вопросы.

Обсуждение:

Какие мысли и чувства возникали у вас, когда вы рисовали это дерево и рассказывали о нем?

Какие мысли и чувства возникали у вас, когда вы слушали других?

Что запомнилось больше всего из рассказов других участников? Что удивило?

Упражнение «Приглашаю в гости»

Цель: актуализировать тему различий и сходства национального гостеприимства, стимулировать обсуждение стереотипов.

Ход упражнения: упражнение проводится по типу общеизвестной игры «Крокодил», когда необходимо без слов показать слово или несколько слов. Участникам предлагается выбрать карточку, на которой описаны традиции гостеприимства разных национальностей, необходимо, используя движения, жесты, мимику, показать эти традиции, зрителям необходимо угадать к какой национальности относятся эти традиции гостеприимства.

Обсуждение:

– Какие традиции гостеприимства схожи между собой?

– Какие различия в традициях были замечены?

– Есть ли стереотипы в восприятии каких-то традиций?

– Узнали ли что-то новое после проведения упражнения о традициях национального гостеприимства?

Практическое задание № 1

Вы – студент (-ка), проживающий (-щая) недалеко от Чебоксар, - составляете объявление для CouchSurfingа, рассчитывая обогатить свои знания о культуре Индии и сформировать позитивный образ национального гостеприимства.

1. О каких важных особенностях и национальных традициях Вы проинформируете потенциальных гостей заранее и почему?

2. Какое время обозначите как оптимальное для приезда гостей? В какой период, наоборот, посоветуете воздержаться от посещений и почему?

Практическое задание № 2

Перед Вами стоит задача разработать концепцию и образ главного героя комиксов о национальном гостеприимстве в своем регионе.

1. Какие образы, события, стереотипы, мифологические сюжеты, по Вашему мнению, могут быть использованы для построения концепции и сюжета подобных комиксов?

2. Как бы Вы назвали своего героя и почему?

3. Какие национальные особенности гостеприимства Вы хотели бы визуализировать в своем комиксе и почему?

4. Попробуйте изобразить своего главного героя.

Практическое задание № 3

Описание ситуации:

В настоящее время каждый регион имеет широкие возможности для реализации программ по национальному гостеприимству. Его важной составляющей являются фестивали и праздники, посвященные национальным традициям.

Задание:

Используя дополнительную информацию сети Интернет, выберите и проанализируйте не менее 10 фестивалей и праздников, связанных с

национальными традициями гостеприимства. Для удобства предлагаем Вам систематизировать материал в таблице. На основе проведенного анализа предложите концепцию собственного мероприятия, отражающего идею национального гостеприимства в Вашем регионе. Обозначьте его основные составляющие, опираясь на таблицу.

Фестивали и праздники национального гостеприимства

Название и время проведения	Место проведения, причины выбора	Какие традиции отражает?	Основные события и участники, в том числе организаторы	Каналы распространения информации о мероприятии и их эффективность

Немного примеров:

Украинский «Фестиваль борща»- <http://www.borschfest.com/ru/>

Всечувашский межрегиональный фестиваль национальной кухни «Гостеприимная Чувашия» - <http://гостеприимнаячувашиякухня.рф>

Межрегиональный фестиваль белорусского творчества «В гостях у Лявониhi» - <https://dnknsk.ru/v-gostyah-u-lyavonih/>

Практическое задание №4

Описание ситуации:

В национальном гостеприимстве важное место занимает пища.

Задание:

Используя информация ресурса tripadvisor, сравните уровень презентации национальной кухни в Улан-Удэ и Казани. На основе проведенного анализа предложите новое заведение для одного из указанных городов, составьте меню (не менее 7 блюд) для Вашего заведения с национальной кухней. Аргументируйте выбор представляемого народа, идеи и названия заведения,

предлагаемых блюд. Ранжируйте блюда от наиболее ярких, акцентных до более универсальных.

Особенности национального гостеприимства: информационные ресурсы и рекомендуемая литература

Информационные ресурсы

Президент Российской Федерации (<http://www.kremlin.ru>)

Национальная Ассоциация информационно-туристских организаций
(<https://naito-russia.ru>)

Общенациональный Союз Индустрии Гостеприимства (<https://ocig.ru>)

Совет по межнациональным отношениям при Президенте России
(<http://state.kremlin.ru/council/28/news>)

Комиссия по вопросам информационного сопровождения
государственной национальной политики (<https://sovetnational.ru>)

Федеральное агентство по делам национальностей (<http://fadn.gov.ru>)

Федеральное агентство по туризму (<https://tourism.gov.ru>)

Комитет Государственной Думы по делам национальностей
(<http://www.komitet2-4.km.duma.gov.ru>)

Ассоциация профессионалов индустрии гостеприимства
(<https://hospitality-prof.ru>)

Дом народов России (<https://домнародов.рф>)

Ассамблея народов России (<https://ассамблеянародов.рф>)

Молодежная Ассамблея народов России «МЫ – РОССИЯНЕ» (<http://my-rossiyane.ru>)

Россия для всех (<http://rus.rus4all.ru/>)

Национальный акцент (<http://nazaccent.ru/>)

Национальная премия «Гостеприимство» (<http://gostepriimstvo.ru>)

Мультимедийный этнографический проект «Лица России»
(<http://www.rusnations.ru>)

Русское географическое общество (<http://www.rgo.ru/ru>)

Ассоциация коренных малочисленных народов Севера, Сибири и
Дальнего Востока Российской Федерации (<http://raipon.info/index.php>)

Институт этнологии и антропологии им. Н. Н. Миклухо-Маклая РАН
(<http://iea-ras.ru>)

Кунсткамера (<http://kunstkamera.ru>)

Российский этнографический музей (<http://www.ethnomuseum.ru>)

Государственный центр русского фольклора Министерства культуры
Российской Федерации (<http://www.folkcentr.ru>)

Ассоциация антропологов и этнологов России (<https://aaer.co>)

Этнографическое бюро (<http://www.ethnobs.ru>)

Рекомендуемая литература

Литература по разделу

«Гостеприимство в системе межкультурной коммуникации»

Аверкиева Ю.П. Индейцы Северной Америки. – М.: Наука, 1974. – 348 с.

Бабенко Н. Потаенный потlach // Вокруг света : [сайт]. – URL: <http://www.vokrugsveta.ru/vs/article/1755/> (дата обращения: 13.10.2020).

Бенвенист Э. Словарь индоевропейских социальных терминов / пер. с фр. ; общ. ред. и вступ. ст. Ю.С. Степанова. – М.: Прогресс–Универс, 1995. – 456 с.

Большая Российская энциклопедия : в 30 т. / предс. науч.-ред. совета Ю.С. Осипов. – М.: Большая рос. энцикл. – 2004. – Т. 16: Крещение Господне – Ласточкивые. – 2010. – 750 с.

Большая Советская Энциклопедия (3-е изд.) : в 30 т. / гл. ред.: А.М. Прохоров. – М.: Советская Энциклопедия, 1973.– Т. 14. Куна-Ломами. – 624 с.

Ван Геннеп А. Обряды перехода. – М.: Восточная литература, 1999. – 200 с.

Вейнмейстер А.В. Гостеприимство: к определению понятия // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. – 2013. – № 2 (16). – С. 147–153.

Дьяченко А.В. Театрализация гостеприимства // Сервис в России и за рубежом. – 2013. – № 7(45). – С. 27–35.

Иванова Ю.В. Институт гостеприимства у горских народов Балканского полуострова и Кавказа // Балканские исследования. Проблемы истории и культуры. – М.: Наука, 1976. – Вып. 2 – С. 231–238.

Кабакчи В.В. Практика англоязычной межкультурной коммуникации. – СПб.: Издательство «Союз», 2001. – 480 с.

Кущетерова Ф.Т. Гостеприимство как национальная и общечеловеческая ценность в педагогике карачаевцев // Мир науки, культуры, образования. – 2016. – № 3 (58). – С. 117–119.

Межевикин И.В. Национально-культурное самовыражение в межкультурной коммуникации // Сборник тезисов докладов научной конференции студентов Курганского государственного университета. – Курган, 2008. – Вып. 9. – С. 19.

Межевикин И.В., Терещенко Т.С. Культура через язык и язык через культуру: взаимосвязь понятий на примерах концепта understatement и феномена логоэпистемы // Педагогические исследования: гипотезы, проекты, внедрения : сб. науч. тр. – Курган, 2007. – № 3 (17). – С. 43–45.

Мелетинский Е.М. От мифа к литературе: курс лекций «Теория мифа и историческая поэтика». – М.: РГГУ, 2000. – 169 с.

Монтадон А. Гостеприимство: этнографическая мечта? // Новое литературное обозрение : [сайт]. – URL: <https://magazines.gorky.media/nlo/2004/1/gostepriimstvo-etnograficheskaya-mechta.html> (дата обращения: 13.10.2020).

Никитин А. Хождение за три моря // Электронные публикации Института русской литературы (Пушкинского Дома) РАН : [сайт]. – URL: <http://lib.pushkinskiydom.ru/Default.aspx?tabid=5068> (дата обращения: 13.10.2020).

Пахолова И.В. Гостеприимство безответного дара как социокультурный опыт «Чужого» // Международный журнал исследований культуры. Научное рецензируемое электронное издание : [сайт]. – URL: [https://www.culturalresearch.ru/files/open_issues/01_2011/IJCR_01\(2\)_2011.pdf](https://www.culturalresearch.ru/files/open_issues/01_2011/IJCR_01(2)_2011.pdf) (дата обращения: 13.10.2020).

Першиц А.И. Гостеприимство // Свод этнографических понятий и терминов. Социально-экономические отношения и соционормативная культура / под общ. ред. Ю.В. Бромлея и Г. Штробаха. – М.: Наука, 1986. – Вып. 1. – С. 39–41.

Пестерев А.М. Половой быт бурят // Жизнь Бурятии. – 1930. – № 4. – С. 89–98.

Пропп В.Я. Исторические корни волшебной сказки. – М.: Лабиринт, 2000. – 335 с.

Русские: народная культура (история и современность) / отв. ред. И.В. Власова. – М., 2000. – Т. 4. Общественный быт. Праздничная культура. – 244 с.

Сидорова Д.А. Антропологические аспекты гостеприимства // Вестник СПбГУ. Сер. 17. Философия. Конфликтология. Культурология. Религиоведение. – 2016. – Вып. 3. – С. 65–72.

Сидорова Д.А. Философско-антропологический анализ практик дара и гостеприимства : автореф. Дис. ... канд. филос. наук. – СПб., 2016. – 25 с.

Сипунова Н.Н. Современное гостеприимство в контексте межкультурной коммуникации // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. – 2010. – Т. 190. – С. 466–471.

Суриков И.Е., Ленская В.С., Соломатина Е.И., Таруашвили Л.И. История и культура Древней Греции: Энциклопедический словарь / под общ. ред. И.Е. Сурикова. – М.: Языки славянских культур, 2009. – 792 с.

Уайт Дж.М. Индейцы Северной Америки. Быт, религия, культура / пер. с англ. – М. : ЗАО «Центрполиграф», 2006. – 251 с.

Фельде В.Г. Оппозиция «свой – чужой» в культуре : дис. ... канд. филос. наук. – Омск, 2015. – 152 с.

Литература по разделу

«Национальное гостеприимство как фактор формирования этнической и гражданской идентичности»

Гански Л. Mesh-модель: Почему будущее бизнеса – в платформах совместного пользования? / пер. с англ. И. Евстигнеевой. – М.: Альпина Паблишер, 2011. – 260 с.

Гудков Л.Д. Российская повседневность // Абортивная модернизация. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОСПЭН), 2011. – С. 459–490.

Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка : [сайт]. – URL: <https://www.slovardalja.net> (дата обращения: 25.12.2020).

Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского : [сайт]. – URL: <https://www.efremova.info> (дата обращения: 25.12.2020).

Лебедева Н.М., Лунева О.В., Стефаненко Т.Г, Мартынова М.Ю. Межкультурный диалог. Тренинг этнокультурной компетентности. – М.: Институт этнологии и антропологии РАН, 2003. – 268 с.

Монтандон А. Гостеприимство: этнографическая мечта? // Традиционные и современные модели гостеприимства / сост. : А. Монтандон, С.Н. Зенкин. – М.: РГГУ, 2004. – С. 9–26.

Ожегов С.И., Шведова, Н.Ю. Толковый словарь русского языка : [сайт]. – URL: <http://ozhegov.info/slovar/> (дата обращения: 25.12.2020).

Садохин А.П. Межкультурная коммуникация : учеб. пособие. – М.: Альфа-М ; ИНФРА-М, 2006. – 288 с.

Супраструктура // Секрет фирм. – 2013. – № 3. – С. 58.

Тоффлер Э. Шок будущего / пер. с англ. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2002. – 557 с.

Ушаков Д.Н. Большой толковый словарь современного русского языка : [сайт]. – URL: <https://ushakovdictionary.ru> (дата обращения: 25.12.2020).

Чибисова М.Ю. Гражданская и этническая идентичность в молодежной работе : сб. методических рекомендаций. – М.: Межрегиональная общественная организация «Немецкое молодежное объединение», 2013. – 104 с.

CouchSurfing : [сайт]. – URL: www.couchsurfing.org (дата обращения: 25.12.2020).

Hospitality Club : [сайт]. – URL: www.russian.hospitalityclub.org (дата обращения: 25.12.2020).

**Литература по разделу
«Традиции гостеприимства народов России»**

От Калининграда до Урала

Абукаева Л.А. Гостевые песни мари как особая форма фольклорной коммуникации // Вестник Марийского государственного университета. – 2019. – Т. 13. – № 2. – С. 220–227.

Абхазы / отв. ред. Ю.Д. Анчабадзе, Ю.Г. Аргун; Ин-т этнологии и антропологии им. Н.Н. Миклухо-Маклая РАН; Абхазский ин-т гуманитарных исследований им. Д.И. Гулиа. – М.: Наука, 2007. – 547 с.

Албогачиева М.С.-Г. Ингуши в XX в: этнографические аспекты религиозных практик // Северный Кавказ: традиционное сельское сообщество социальные роли, общественное мнение, властные отношения. – СПб., 2007. – С. 75–128.

Антропология башкир / М.А. Бермишева, В.А. Иванов, Г.А. Киньябаева и др. – СПб.: Алетей, 2011. – 496 с., ил.

Батыров В.В. Очерки истории традиционной культуры калмыков второй половины XIX вв. Монография. – Элиста: КалмНИЦ РАН, 2016. – 226 с.

Башкиры / отв. ред. Р.Г. Кузеев, Е.С. Данилко; Ин-т этнологии и антропологии им. Н.Н. Миклухо-Маклая РАН; Ин-т этнологических исследований им. Р.Г. Кузеева Уфимского научного центра РАН; Ин-т истории, языка и литературы Уфимского научного центра РАН. – М.: Наука, 2015. – 662 с.

Бгажноков Б.Х. Прием почетного гостя в традиционной культуре адыгских (черкесских) народов // Этнические стереотипы поведения / под ред. А.К. Байбурина. – Л.: Наука, 1985. – С. 179–201.

Белорусы / отв. редакторы В. К. Бондарчик и др. – М.: Наука, 1998. – 502 с.; ил.

Белорусы в Сибири: сохранение и трансформации этнической культуры / Е.Ф. Фурсова, А.В. Титовец (руководители авторского коллектива), А.А. Люцидарская и др. – Новосибирск: Изд-во Ин-та археологии и этнографии СО РАН, 2011. – 424 с.

Бикбулатов Н.В., Фатыхова Ф.Ф. Семейный быт башкир XIX–XX вв. – М.: Наука, 1991. – 189 с.

Блинова А.Н., Чернова И.Н. Этнография семьи и детства немецкого населения Западной Сибири в XX – начале XXI века. – Омск: Издат. дом «Наука», 2009. – 326 с.; ил.

Бодрова О.А. «Община – мир»: система общественных отношений у кольских саамов (на материале этнографических источников второй половины XIX – начала XX вв.) // Труды Кольского научного центра РАН. – 2013. – Вып. 4. – С. 85–96.

Бодрова О.А. Застолье у народов Карелии // Праздничные традиции и новации народов Карелии и сопредельных территорий : сб. ст. – Петрозаводск: Карельский научный центр РАН, 2010. – С. 46–54.

Верещагин Г.Е. Собрание сочинений : в 6 т. / отв. за выпуск Л.С. Христолюбова. – Ижевск, 1996. – Т. 2: Вотяки Сарапульского уезда Вятской губернии. – 200 с.

Винокурова И.Ю. Обычаи, ритуалы и праздники в традиционной культуре вепсов. Учебное пособие. – Петрозаводск: Карельский научный центр РАН, 2011. – 204 с.

Винокурова И.Ю. Традиционные праздники вепсов Прионежья (конец XIX – начало XX в.). – Петрозаводск: Изд-во Петрозаводского гос. ун-та, 1996. – 137 с.

Габдрафикова Л.Р. Культура питания городских татар (конец XIX – начало XX в.) // Этнографическое обозрение. – 2013. – №2. – С. 138–149.

Грамматика гостеприимства / отв. ред. М.Н. Губогло. – М.: ИЭА РАН, 2015. – 388 с.

Губайдуллин К., Губайдуллина М. Пища казанских татар // Вестник научного общества татароведения. – 1927. – №6.

Денисова-Вовина О.П. Праздник хер сари – «девичье пиво» в календарной обрядности чувашей // Чувашия глазами этнографа: поиски и находки. – Чебоксары: Новое время, 2008. – С. 172–189.

Дитц Я.Е. История поволжских немцев-колонистов. – М.: ГОТИКА, 1997. – 496 с.

Душан У.Д. Обычаи и обряды дореволюционной Калмыкии // Этнографический сборник. – 1976. – Вып. 1. – С. 5–88.

Житецкий И.А. Очерки быта астраханских калмыков. Этнографические наблюдения 1884–1886 гг. – М.: Типография М.Г. Волчанинова, 1893. – 73 с.

Золотова Т.Н. Традиционный праздничный календарь восточнославянского населения Зауралья и Западной Сибири : научно-популярное издание. – М.: Институт наследия, 2017. – 286 с.; ил.

Ингуши / отв. ред. М.С.-Г. Албогачиева, А.М. Мартазанов, Л.Т. Соловьева ; Ин-т этнологии и антропологии им. Н.Н. Миклухо-Маклая РАН ; Ингушский государственный университет. – М.: Наука, 2013. – 509 с.

История и этнография немцев в Сибири / сост. и науч. ред. П.П. Вибе. – Омск: Изд-во ОГИК музея, 2009. – 751 с. ; ил.

Кабакова Г.И. Русские традиции застолья и гостеприимства. – М.: ФОРУМ ; НЕОЛИТ, 2015. – 464 с.

Калмыки / отв. ред. Э.П. Бакаева, Н.Л. Жуковская. – М.: Наука, 2010. – 568 с.

Карачаевцы. Балкарцы / отв. ред. М.Д. Каракетов, Х.-М.А. Сабанчиев; Ин-т этнологии и антропологии им. Н.Н. Миклухо-Маклая РАН; Карачаево-Черкесский государственный университет им. У.Д. Алиева. – М.: Наука, 2014. – 815 с.

Карельская крестьянка в зеркале историко-этнографических источников (вторая половина XIX – начало XX века). Сборник документов и материалов / науч. ред. О.П. Илюха. – Петрозаводск: Карельский научный центр РАН, 2012. – 293 с.

Кожев З.А. Социально-политическое и этнокультурное пространство Черкесии (XVI – нач. XIX в.): принципы самоорганизации. – Нальчик: Издательский отдел КБИГИ, 2016. – 172 с.

Коми шусьогъяс да кывйозъяс (Коми пословицы и поговорки). – Сыктывкар: Коми кн. изд-во, 1983. – 205 с.

Конькова О.И. Водь. Очерки истории и культуры. – СПб.: МАЭ РАН, 2009. – 252 с.; ил.

Конькова О.И., Кокко В.А. Ингерманладские финны. Очерки истории и культуры. – СПб.: МАЭ РАН, 2009. – 164 с.

Крымские татары: Хрестоматия по этнической истории и традиционной культуре / авт.-сост. М.А. Араджиоии, А.Г. Герцен. – Симферополь: издательство «ДОЛЯ», 2005. – 576 с.; ил.

Куфтин Б.А. Жилище крымских татар в связи с историей заселения полуострова (Материалы и вопросы). – М.: Типография «Тайнинский печатник», 1925. – 60 с.; ил.

Лебедева Э.И. Очерки по истории крымских караимов-тюрков. – Симферополь, 2000. – 116 с.

Маргошвили Л.Ю. Культурно-этнические взаимоотношения между Грузией и Чечено-Ингушетией в XIX и начале XX в.: (Кисты Панкиси). – Тбилиси: Мецниереба, 1990. – 253 с.

Миллер В.Ф. Осетинские этюды. – М.: Тип. А. Иванова, 1882. – Ч. II. – 301 с.

Михайлов В.И. Обряды и обычаи чуваш // Записки РГО. Записки по отделу этнографии. – СПб., 1891. – Вып. 2. – Т. XVII. – С. 87–130.

Мордва: Историко-культур. Очерки / ред. кол.: В.А. Балашов (отв. ред.), В.С. Брыжинский, И.А. Ефимов; рук. авт. коллектива академик Н.П. Макаркин. – Саранск: Мордов. кн. изд-во, 1995. – 624 с.

Назмутдинова И.К. Об ареально-географических особенностях гостевого этикета удмуртов // Традиционная культура. – 2012. – №4(48). – С. 37–44.

Народы Дагестана / отв. ред. С.А. Арутюнов, А.И. Османов, Г.А. Сергеева. – М.: Наука, 2002. – 588 с.; ил.

Народы Поволжья и Приуралья. Коми-Зыряне. Коми-пермяки. Марийцы. Мордва. Удмурты. – М.: Наука, 2000. – 578 с.

Озенбашлы Э.М. Крымцы. Сборник работ по истории, этнографии и языку крымских татар. – Акмесджит [Симферополь]: Доля, 1997. – 64 с.; ил.

Осетины / отв. ред. З.Б. Цаллагова, Л.А. Чибиров ; Ин-т этнологии и антропологии им. Н.Н. Миклухо-Маклая РАН ; Северо-Осетинский институт гуманитарных и социальных исследований им. В.И. Абаева Владикавказского НЦ РАН и Правительства РСО – Алания. – Издание второе, стереотипное. – М.: Наука, 2015. – 605 с.

Павлова О.С. Чеченский этнос сегодня: черты социально-психологического портрета. – М.: Сам Полиграфист, 2013. – 558 с.

Прибалтийско-финские народы России / отв. ред. Е.И. Клементьев, Н.В. Шлыгина; Ин-т этнологии и антропологии им. Н.Н. Миклухо-Маклая. – М.: Наука, 2003. – 671 с.

Радде Г.И. Крымские татары. Характер и быт. – СПб.: Тип. Тов-ва «Общественная Польза», 1879. – 52 с.

Руденко С.И. Башкиры. Опыт этнологической монографии. Ч.2. Быт башкир. – Л.: Гос. тип. им. И. Федорова, 1925. – 330 с.; ил.

Русин В.Ф. Моя жизнь с чеченцами и ингушами. – Нальчик: Эль-Фа, 2008. – 669 с.

Русская изба: иллюстрированная энциклопедия: внутреннее пространство избы, мебель и убранство избы, домашняя и хозяйственная утварь. – СПб.: Искусство-СПБ, 2004. – 374 с.; ил.

Русские / отв. ред. В.А. Александров, И.В. Власова, Н.С. Полищук. – М.: Наука, 1997. – 828 с. ; ил.

Саидов И.М. Материалы по куначеству и гостеприимству у чеченцев и ингушей // Тр. ЧИНИИ. – Грозный, 1964. – Т. 9.

Свалова Е.Н. Коми-Пермяцкий застольный этикет (на материале этикетных формул гостевания) // Этнолингвистика. Ономастика. Этимология : материалы III Междунар. науч. конф. Екатеринбург, 7–11 сентября 2015 г. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. – С. 235–237.

Сепеев Г.А. Восточные марийцы : Ист.-этногр. исследование материальной культуры (середина XIX – начало XX вв.) / Марийск. науч.-исслед. ин-т при Совете Министров Марийск. АССР. – Йошкар-Ола: Марийск. кн. изд-во, 1975. – 247 с.

Сергеева Е.В. Традиционная кухня и застольный этикет низовых чувашей (конец XIX – начало XXI в.): историко-этнографическое исследование. – Чебоксары: Фонд историко-культурологических исследований им. К.В. Иванова, 2015. – 172 с.

Смирнова Т.Б. Обычаи ряжения в календарных праздниках немцев Сибири // Археология, этнография и антропология Евразии. – 2009. – №3(39). – С. 128–134.

Смирнова Т.Б. Этнография российских немцев. – 2-е изд., испр. – М.: РусДойч Медиа, 2016. – 316 с. ; ил.

Сурхаско Ю.Ю. Карельская свадебная обрядность (конец XIX – нач. XX в.). – Ленинград : Наука. Ленингр. отд-ние, 1977. – 237 с.

Татары / ред.: Р.К. Урамзанова, С.В. Чешко. – М.: Наука, 2001. – 583 с.; ил.

Трофимова Е.Я. Гостевой этикет удмуртов (к постановке проблемы) // Фольклор и этнография удмуртов : обряды, обычаи, поверья. – Ижевск, 1989. – С. 18–27.

Тюркские народы Крыма: Караимы. Крымские татары. Крымчаки / отв. ред. С.Я. Козлов, Л.В. Чижова. – М.: Наука, 2003. – 459 с.

Украинцы / отв. ред. В.А. Тишков, С.В. Чешко. – М.: Наука, 2000. – 535 с.; ил.

Уразманова Р.К. Праздничная культура и культура праздников татар. XIX – нач. XXI вв. Историко-этнографические очерки. – Казань: Ихлас, 2014. – 224 с.; ил.

Черных А.В. Марийцы Перми: история и культура. – СПб.: Изд-во «Маматов», 2015. – 64 с.

Чеченцы / отв. ред. Л.Т. Соловьева, З.И. Хасбулатова, В.А. Тишков; Ин-т этнологии и антропологии им. Н.Н. Миклухо-Маклая РАН; Комплексный научно-исследовательский ин-т им. Х.И. Ибрагимова РАН. – М.: Наука, 2012. – 622 с.

Чуваши / отв. ред. В.П. Иванов, А.Д. Коростелев, Е.А. Ягафова ; Ин-т этнологии и антропологии им. Н.Н. Миклухо-Маклая РАН ; Чувашский государственный институт гуманитарных наук. – М.: Наука, 2017. – 654 с.

Чудова Т.И. Этнокультурные особенности системы питания коми (зырян) в XX – начале XXI в.: традиции и инновации : дисс. ... д-ра ист. наук. – М.: ИЭА РАН, 2019. – 477 с.

Яковлева Е.Л. Татарский застольный праздничный этикет: реконструируя традицию // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. – 2018. – № 1. – С. 50–56.

Янгузин Р.З., Хисамитдинова Ф.Г. Коренные народы России. Башкиры. – Уфа: Китап, 2007. – 352 с.

От Урала до Камчатки

Алтайцы: Этническая история. Традиционная культура. Современное развитие / отв. ред. Н.М. Екеева, Э.В. Енчинов ; НИИ алтаистики им. С.С. Суразакова. – Горно-Алтайск, 2014. – 464 с.

Бекназаров Р.А. Казахи и чай: историко-этнографическое исследование // ЭО. – 2009. – № 5. – С. 51–62.

Буряты / отв. ред. Л.Л. Абаева, Н.Л. Жуковская; Ин-т этнологии и антропологии им. Н.Н. Миклухо-Маклая. – М.: Наука, 2004. – 633 с.

Грамматика гостеприимства / отв. ред. М.Н. Губогло. – М.: ИЭА РАН, 2015. – 388 с.

Ламанская Н.Б. Сакральные традиции гостеприимства жителей Республики Тыва // Художественные традиции Сибири : материалы II Междунар. науч. конф. – Красноярск: ФГБОУ ВО «Сибирский

государственный институт искусств им. Дмитрия Хворостовского», 2019. – С. 52–55.

Лапина М.А. Этика и этикет хантов. – 2-е изд. – Екатеринбург: Баско, 2008. – 120 с.

Матвеева В. Культура гостеприимства у якутов (традиции и современность) // Арктика. XXI век. Гуманитарные науки. – 2016. – №4 (10). – С. 63–76.

Октябрьская И.В., Сураганова З.К. Гостеприимство в культуре казахов в контексте престижного потребления. традиции и современность // Гуманитарные науки в Сибири. – 2012. – №2. – С. 107–117.

Самбуев Д.Б. Этническая идентичность бурят в праздничной культуре // Байкальские встречи – X: Культурная память и культурная идентичность в условиях глобализации : материалы междунар. науч.-практ. конф. – Улан-Удэ: Издательско-полиграфический комплекс ФГБОУ ВО ВСГИК. – С. 326–332.

Тюркские народы Восточной Сибири / отв. ред. Д.А. Функ, Н.А. Алексеев ; Ин-т этнологии и антропологии им. Н.Н. Миклухо-Маклая РАН. – М.: Наука, 2008. – 422 с. – (Народы и культуры).

Тюркские народы Сибири / отв. ред. Д.А. Функ, Н.А. Томилов ; Ин-т этнологии и антропологии им. Н.Н. Миклухо-Маклая РАН ; Омский филиал Института археологии и этнографии СО РАН. – М.: Наука, 2006. – 678 с. – (Народы и культуры).

Цыinguнова Е.Т., Гудкова И.Н. Культурно-бытовые традиции бурят: аспекты гостеприимства этническая идентичность бурят в праздничной культуре // Международный научно-исследовательский журнал. – 2017. – №1-1(550). – С. 203–205.

Янковская О.В. Обряды гостеприимства алтайского народа // Вестник Хакасского государственного университета им. Н.Ф. Катанова. – 2020. – №1(31). – С. 117–121.

Литература по разделу

«Гостеприимство и музей»

«Что-то новое и необычное»: аудитория современного искусства в крупных городах России / гл. ред. А.Ю. Прудникова. – М. ; Екатеринбург : Екатеринбургская академия современного искусства, 2018. – 400 с.

Вапнярская О.И. Сервисное пространство в составе комплексного музейного продукта // Сервис в России и за рубежом. – 2015. – Т. 9. – №3(59). – С. 93–102.

Девалье А., Мересс Ф. Ключевые понятия музеологии // ИКОМ Россия : [сайт]. – URL: <http://icom-russia.com/upload/iblock/532/5323743f731b222714f20ba0205ec238.pdf> (дата обращения: 21.10.2020).

Дженкс Ч. Зрелищный музей – между храмом и торговым центром. Осмысление противоречий // Пинакотека. – 2000. – № 12. – С. 5–15.

Кузнецова И.Г., Романова Н.М. К 89 Обеспечение сохранности и безопасности музейных коллекций в выставочной практике (по материалам музеев России). – СПб. : «Корвус», 2018. – 280 с.

Максимова А., Рюмина С., Лобанова Л. Руководство по исследованиям посетителей музея // ПОЛИТЕХ : [сайт]. – URL: <https://polytech.bm.digital/exhibition/822026771367223407/rukovodstvo-po-issledovaniyam-posetitelej-muzeya> (дата обращения 20.10.2020).

Менш П. К методологии музеологии // Вопросы музеологии. – 2014. – №1(9). – С. 15–20.

Музей в цифровую эпоху: Перезагрузка / под ред. А. Качкаевой, А. Михайловой. М, 2018 // Издательская платформа НИУ ВШЭ : [сайт]. – URL: <http://mmbook-hse.ru/books/27/sections/207/> (дата обращения 20.10.2020).

Сас Я., Смит Р., Штольц С., Тиссинк Ф., Фелдхёйзен А. Наследие и публика. Пособие по работе с аудиторией // ПОЛИТЕХ : [сайт]. – URL: <https://polytech.bm.digital/exhibition/822555469471047800/nasledie-i-publika-posobie-po-rabote-s-auditoriej> (дата обращения 21.10.2020).

Смолев Д. Рейтинг российских музеев – 2020: когда музеи были офлайн-новыми // The Art Newspaper Russia. 29 апреля 2020 : [сайт]. – URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/8055/> (дата обращения 20.10.2020)

Смолова Л.В. Психология взаимодействия с окружающей средой (экологическая психология). – СПб.: Санкт-Петербургский государственный институт психологии и социальной работы, 2010. – 711 с.

Литература по разделу

«Национальное гостеприимство как инструмент создания и проведения событийных и деловых мероприятий»

Бикташева Д.Л., Гиевая Л.П., Жданова Т.С. Менеджмент в туризме : учеб. пособие для студентов образовательных учреждений среднего профессионального образования, обучающихся по специальности «Туризм». – М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2011. – 272 с. : ил.

Бутко И.И., Ляшко Г.И., Маркин П.П., Ситников П.П. Туризм. безопасность в программах туров и на туристских маршрутах : учеб. пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – Ростов н/Д : МарТ, Феникс, 2010. – 332 с.

Гамов В.К., Старичкова Н.В. Менеджмент качества и оценка соответствия в туризме : учеб. пособие. – Владивосток : Изд-во ВГУЭС, 2005. – 172 с.

Голова О.Б. Менеджмент туризма: практический курс : учеб.-метод. пособие. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 221 с.

Ильина Е.Н. Туроперейтинг: стратегия и финансы : учеб. для студентов вузов турист. профиля. – М. : Финансы и статистика, 2005 (Великолук. гор. тип.). – 190 с.

Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности : учеб. пособие для образовательных учреждений, реализующих программы среднего профессионального образования по специальности «Туризм». – 3-е изд., стер. – М. : КноРус, 2011. – 278 с.

Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учебник для студентов высших учебных заведений / пер. с англ. В.Н. Егорова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ, 2007. – 1045 с. : ил.

Кучеров А.П. Объектное управление: новационный и инновационный менеджмент в туризме. – М. : Компания Спутник+, 2009. – 207 с.

Лойко О.Т. Туризм и гостиничное хозяйство : учеб. пособие. – Томск : Изд-во ТПУ, 2007 – 152 с.

Постановление Правительства РФ от 18 июля 2007 г. № 452 «Об утверждении правил оказания услуг по реализации туристского продукта» // КонсультантПлюс : справ. правовая система. Версия Проф. Электрон. дан. М., 2013.

Скобкин С.С. Менеджмент в туризме : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 100103 «Социально-культурный сервис и туризм». – М. : Магистр, 2007. – 446 с.

Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изм. от 30 июля 2010 г.) // КонсультантПлюс : справ. правовая система. Версия Проф. Электрон. дан. М., 2013.

Литература по разделу

«Региональные индустрии гостеприимства: тренды развития»

В конкурсе по развитию экотуризма победили 17 проектов // Российская газета : [сайт]. – URL: <https://rg.ru/2020/10/16/reg-pfo/v-konkurse-po-razvitiu-ekoturizma-pobedili-17-proektov.html> (дата обращения: 20.10.2020).

В промышленных масштабах. В России появляется новое направление туризма // СберПро Медиа : [сайт]. – URL: <https://sber.pro/publication/v-promyshlennykh-masshtabakh-v-rossii-poiavliaetsia-novoe-napravlenie-turizma> (дата обращения: 20.10.2020).

ИТОГИ ЛЕТА – 2019 // Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) : [сайт]. – URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9917> (дата обращения: 10.10.2020).

Как региону заполучить чартеры массового туроператора // Информационный портал Profi.Travel : [сайт]. – URL: <https://profi.travel/articles/47848/details> (дата обращения: 25.10.2020).

Как российские предприниматели возрождают дореволюционные мануфактуры // Информационное агентство РБК : [сайт]. – URL: <https://www.rbc.ru/photoreport/09/03/2017/58bc09af9a79476e44b15c11> (дата обращения: 20.10.2020).

Министерство культуры РФ подвело итоги за восемь лет работы // Культура.рф : [сайт]. – URL: <https://www.culture.ru/news/255395/ministerstvo-kultury-rf-podvelo-itogi-za-vosem-let-raboty> (дата обращения: 15.10.2020).

Обзор компании // ОАО РЖД : [сайт]. – URL: <https://company.rzd.ru/ru/9394> (дата обращения: 10.10.2020).

Особо охраняемые природные территории в России. Досье // ТАСС – государственное информационное агентство России : [сайт]. – URL: <https://tass.ru/info/4600084> (дата обращения: 20.10.2020).

Отчет Министерства Культуры. Культура в России 2012–2019. Цифры и факты // Министерство Культуры Российской Федерации : [сайт]. – URL: <https://culture.gov.ru/upload/mkrf/mkdocs2019/29.01.20.pdf> (дата обращения: 15.10.2020).

Популярность экотуризма в России растет. В 2019 году количество посетителей ООПТ превысило 8 млн человек // Пресс-служба Минприроды России : [сайт]. – URL: https://www.mnr.gov.ru/press/news/populyarnost_ekoturizma_v_rossii_rastet_v_2019_godu_kolichestvo_posetiteley_oopt_prevysilo_8 mln_che/ (дата обращения: 20.10.2020).

Российские объекты из списка Всемирного наследия ЮНЕСКО // Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и

культуры (ЮНЕСКО) : [сайт]. – URL: <http://unesco.ru/unescorussia/sites/> (дата обращения: 24.10.2020).

Российские туристы названы одними из самых технологически продвинутых // Информационный портал Travel Russian News : [сайт]. – URL: https://www.trn-news.ru/news/83763/?utm_medium=email (дата обращения: 24.10.2020).

Ростуризм: экотуризм в структуре рынка РФ занимает долю в пять раз меньше, чем в мире // ТАСС – государственное информационное агентство России : [сайт]. – URL: <https://tass.ru/obschestvo/6518680> (дата обращения: 20.10.2020).

Совет по развитию промышленного туризма в Российской Федерации подвел итоги работы за год // Федеральное агентство по туризму РФ : [сайт]. – URL: <https://tourism.gov.ru/news/16140/> (дата обращения: 20.10.2020).

Спрос на bleisure-путешествия по России вырос более чем на 40% // Агентство делового туризма «Аэроклуб» : [сайт]. – URL: <https://aeroclub.ru/news/spros-na-bleisure-puteshestviya-po-rossii-vyros-bolee-chem-na-40/> (дата обращения: 25.10.2020).

Статистический бюллетень Росстата к Всемирному дню туризма – 2020 // Федеральная служба государственной статистики : [сайт]. – URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/7ZtU1mUD/turizm-2020.docx> (дата обращения: 08.10.2020).

Стратегия развития туризма в Российской Федерации в период до 2035 года // Федеральное агентство по туризму РФ : [сайт]. – URL: https://tourism.gov.ru/contents/otkrytoe_agentstvo/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii/strategiya-razvitiya-turizma/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2035-goda/?sphrase_id=594670 (дата обращения: 10.10.2020).

Туризм в цифре. Как VR и другие технологии меняют туристический бизнес // Компания Rusbase – независимое издание о технологиях и бизнесе, организатор мероприятий и создатель сервисов для предпринимателей,

инвесторов и корпораций : [сайт]. – URL: <https://rb.ru/longread/turizm-v-cifre/> (дата обращения: 20.10.2020).

Туризм: экономика, управление, устойчивое развитие : учебник / В.Г. Гуляев, И.А. Селиванов ; Российская международная академия туризма. – М.: Советский спорт, 2008. – 280 с. – (Профессиональное туристское образование).

Туроператоры рассказали, как выбирают направления для чартерных программ // Портал информационной группы «Интерфакс» : [сайт]. – URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/73316/> (дата обращения: 25.10.2020).

Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы)» // Федеральное агентство по туризму РФ : [сайт]. – URL: <https://tourism.gov.ru/contents/deyatelnost/programmy-i-proekty/federalnaya-tselevaya-programma-razvitie-vnutrennego-i-vezdnogo-turizma-v-rossiyskoj-federatsii-2019-2025-gody-/> (дата обращения: 24.10.2020).

Экотуризм. Принципы и виды // Ассоциация экологического туризма : [сайт]. – URL: http://www.ecotourism-russia.ru/eshche_odna_vnutrennjaja/podvnutrennjaja.html (дата обращения: 20.10.2020).

BASIC TOURISM STATISTICS // The World Tourism Organization (UNWTO) : [сайт]. – URL: <https://www.unwto.org/statistic/basic-tourism-statistics> (дата обращения: 18.10.2020).

Department of Economic and Social Affairs Sustainable Development : [сайт]. – URL: <https://sdgs.un.org/> (дата обращения: 20.10.2020).

Economic Impact Reports // World Travel & Tourism Council : [сайт]. – URL: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact> (дата обращения: 18.10.2020).

Global Sports Impact (GSI) Nations Index // Global Sports Nations Index : [сайт]. – URL: <https://www.sportcal.com/GSI/GSINationsIndex> (дата обращения: 14.10.2020).

Сведения об авторах

Блинова Анна Николаевна – доцент Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского, научный сотрудник Омской лаборатории Института археологии и этнографии СО РАН, кандидат исторических наук.

Гуринчук Анна Викторовна – генеральный директор «Travel Business School», старший преподаватель Института гостиничного бизнеса и туризма Российского университета дружбы народов.

Межевикин Иван Владимирович – младший научный сотрудник Сибирского филиала Российского научно-исследовательского института культурного и природного наследия им. Д.С. Лихачева, магистр истории.

Палеев Антон Владимирович – генеральный директор тренингово-консалтингового агентства ООО «Академия навыков», полномочный представитель Общенационального союза индустрии гостеприимства по УрФО.

Селезнев Александр Геннадьевич – старший научный сотрудник Омской лаборатории Института археологии и этнографии СО РАН, кандидат исторических наук, доцент.

Селезнева Ирина Александровна – директор Сибирского филиала Российского научно-исследовательского института культурного и природного наследия им. Д.С. Лихачева, доцент Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского, кандидат исторических наук, доцент.

Смирных Ксения Юрьевна – младший научный сотрудник Сибирского филиала Российского научно-исследовательского института культурного и природного наследия им. Д.С. Лихачева, магистр истории.

Ташметова Жанар Калижановна – исполнительный директор ООО «Академия навыков», эксперт Общенационального союза индустрии гостеприимства.

Чернова Ирина Валерьевна – доцент Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского, кандидат исторических наук.