

Гость как особый статус «Другого»

Е.В. РЯГУЗОВА

доктор психологических наук, заведующая кафедрой психологии личности факультета психологии Саратовского государственного университета имени Н.Г. Чернышевского

В статье анализируется особый статус «Гостя» как разновидности «Другого», основанный на культурно-специфических особенностях личностных репрезентаций взаимодействия «Я-Другой». Результаты контент-анализа позволяют декодировать содержание социальной практики гостеприимства, а контекст-анализ обеспечивает выявление ее смысловых векторов (эмоциональный, референтный, поддерживающий, симметричности, субъектности, жертвенности и т.д.). Предложена социально-психологическая аналитика социальной практики гостеприимства с учетом различных перспектив видения: хозяина, гостя, ингруппы хозяина и ингруппы гостя. Прикладной аспект исследования заключается в том, что его результаты могут быть использованы в качестве своеобразной смысловой матрицы при разработке программ обучения и тренингов по межличностному взаимодействию и межкультурной коммуникации представителей различных этнических групп.

Ключевые слова: *репрезентация взаимодействия «Я-Другой», гость как вариант «Другого», смысловые контексты, социальная практика гостеприимства, качественная методология, контент-анализ, контекст-анализ.*

Введение

Важность интерперсональных отношений для конструирования образа «Я», «не-Я» и «Другого» признается всеми исследователями, независимо от их взглядов и интерпретации термина «отношение» (Э. Берн, Р. Лэйнг, Дж.Г. Мид, В.Н. Мясичев, Н. Пезешкиан, К. Роджерс, Г.С. Салливан, Э. Эриксон и др. [2; 4; 5; 6; 7; 8; 12; 15]). Основной составляющей отношений личности являются ее взаимодействия с «Другими», которые репрезентируют психологическую связь, основанную на опыте реальных или виртуальных интеракций с «Другими», с интернализированными культурны-

ми образцами. Личность не может существовать и не существует вне контактов с другими людьми, от разнообразия и глубины которых зависят репрезентации взаимодействия «Я-Другой» [9; 13; 14]. Понимание себя и «Другого» возможно только в контексте межличностных связей, поскольку личность обнаруживается лишь тогда, когда человек так или иначе ведет себя по отношению к одному или нескольким «Другим». Благодаря отношениям с «Другими», их реальными или потенциальными оценками на основании субъективно интерпретируемой обратной связи формируются представления о собственном «Я» и «не-Я», образе «Другого». Для эффективного вхож-

дения в социокультурный мир, овладения его ресурсами и капиталами личности необходимо не только присутствие «Других», но и рефлексия собственного присутствия в качестве «Другого» в их жизненном пространстве.

Программа исследования

«Другой» в психической жизни личности может быть репрезентирован различными категориями: «Друг», «Враг», «Чужой», «Чуждый», «Родной» и т.д. В фокусе нашего исследовательского интереса находится личностная репрезентация «Гость», выявление ее универсальных функций и смысловых контекстов.

Целью данной работы является анализ социальной практики гостеприимства через декодирование универсальной миссии «Гостя» и «Хозяина» в пословицах и поговорках о госте и гостеприимстве в культурах различных народов.

Для определения содержания и смысла репрезентации «Хозяин-Гость» используются 110 пословиц о госте и гостеприимстве народов различных культур. Известно, что пословицы и поговорки отражают процесс развития культуры, фиксируют особенности национального самосознания и менталитета, хранят знания о системе обычаев, традиций, правил и конвенций, выработанных в рамках той или иной самобытной культуры. Пословицы и поговорки как культурные этические стандарты, обладая коммуникативной самостоятельностью, кодируют в самых различных конфигурациях культурно-значимые смыслы гостеприимства и отношения к гостю, транслируют их, а также формируют устойчивые установки, мо-

ральные-этические эталоны практик гостеприимства и стереотипные алгоритмы поведения. Представляя собой афористически сжатые высказывания, они декларируют образно-эмоциональный контент и отражают культурно-специфический контекст понятия «Гость», который детерминируется социально-психологическими факторами, обеспечивающими разные способы категоризации.

В работе использовались качественные методы исследования: контент-анализ и контекст-анализ.

Результаты исследования

Проведенные контент-анализ и контекст-анализ 110 пословиц и поговорок о госте и гостеприимстве позволяют выделить следующие блоки, описывающие разные контексты социальной практики гостеприимства:

- **эмоциональный контекст — контекст приветливости и доброжелательности**, отражающий особую эмоциональную атмосферу, связанную с присутствием в доме гостя: «Доброму гостю хозяин рад»; «Не будь гостю запасен, а будь ему рад»; «Хороший гость дому радость»; «Гость приносит семь удач»;

- **референтный контекст — контекст уважения**, касающийся презумпции авторитета гостя как основы взаимодействия с ним и признание его эксклюзивного положения: «Гостю почет — хозяину честь»; «Гостю первое место и красная ложка»; «Честно величать, так на пороге встречать»;

- **обстоятельный контекст**, связанный с определенными условиями гостеприимства, нормами, конвенциями, ритуалами и поведенческими стратегия-

ми: «Умел в гости звать, умей и угощать»; «Каков гость, таково ему и угощение»; «В дом, в который не приходит гость, не приходит благодать»;

- **временной контекст**, отражающий временную проницаемость границ гостеприимства: «Гостям дважды радуются: встречая и провожая»; «Добрый гость всегда впору»; «Где рады, там не учащай, а где не рады — век не бывай»; «Гость погостит, да и домой поспешит»;

- **пространственный контекст**, подчеркивающий особые территориальные границы социальной практики гостеприимства: «В чужом доме не будь приметлив, а будь приветлив»; «В гостях хорошо, а дома лучше», «В гостях хорошо пить и есть, а дома спать»;

- **контекст субъектности**, акцентирующий внимание на активности и ответственности хозяина дома: «В гостях воля хозяйская»; «Придешь — когда вздумается, а уйдешь — когда позволят»; «Хлеб да соль кушай, а хозяина в доме слушай»;

- **контекст жертвенности**, обусловленный готовностью хозяина дома действовать в ущерб собственным интересам ради законов гостеприимства: «Гостю шей не жалея, а погуще лей»; «Сам голодай, но гостя накорми»;

- **поддерживающий контекст — контекст заботы и помощи**, обеспечивающий поддержку и внимательное отношение к гостю, по крайней мере, на принимающей территории: «Не поминай плешивого перед лысым гостем»; «Если гость грустен — это вина хозяина»; «Дорог не обед, а привет»;

- **контекст симметричности**, обусловленный комплиментарностью коммуникативных позиций и социальных ролей «Гостя» и «Хозяина», но при этом

не подразумевающий их равноправия и тождества, а скорее отражающий взаимное уважение друг к другу и толерантность к имеющимся различиям: «Где слова приветя, там улыбка для ответа»; «В гости ходить — и к себе надо водить»; «Кто сам ко всем лицом, к тому и добрые люди не спиной»; «Гость доволен — хозяин рад»; «Кто не любит гостя, того не почитают в гостях»;

- **функциональный контекст**, позволяющий рассматривать гостеприимство как социальную практику, ориентированную на определенные цели и задачи: «Гость мало сидит, но много примечает»; «Хочешь быть хорошим гостем — хвали хозяйку»; «Званный гость убыточен. На званого гостя угодить надо»; «Хороший гость хозяину в почет»; «Гость в дом, а Бог в доме»;

- **информационный контекст**, задающий и определяющий смысловые координаты коммуникации с гостем: «Много гостей, много новостей»; «Хоть немного гостит, да много видит»; «Напой, накорми, а после вестей расспроси»; «Чужой человек в доме — колокол»;

- **игровой контекст**, имеющий отношение к заданности, предписанности и возможной неискренности гостевых отношений, их формализации и ритуализации, подразумевающих взаимное оценивание, но без осуждения и обесценивания: «Рад не рад, а говори: милости просим»; «Чье кушаю, того и слушаю».

Выделенные контексты отражают и транслируют культурно-значимые коннотации гостеприимства, обусловленные существующими и зафиксированными в различных культурах социальными представлениями о гостеприимстве и обеспечивающие различные способы категоризации гостя.

Проведенный качественный анализ позволяет определить частоту встречаемости того или иного контекста в изучаемых пословицах о госте и гостеприимстве, а также категориальное содержание каждого из них. Обобщенные данные представлены в табл. 1.

Полученные результаты свидетельствуют о разной частоте встречаемости тех или иных контекстов взаимодействий с гостем, а также о том, что содержание некоторых контекстов пересекается и дополняет друг друга. Заметим, что частотные показатели (их количественная выраженность) не являются абсолютными и определяющими для характеристики взаимодействий с гостем, скорее они обусловлены конкретными пословицами о госте, которые были доступны для исследовательского анализа. Вместе с тем качественное выделение и категориальное осмысление различных контекстов способствует более точному и де-

тальному описанию и пониманию социальной практики гостеприимства.

Обсуждение результатов исследования

Социальная практика гостеприимства связана с определенными пространственно-временными характеристиками взаимодействия «Хозяин-Гость» и конкретными ритуализированными поведенческими алгоритмами, обусловленными кратковременным (не длительным) нахождением постороннего человека на персонифицированной территории «Другого». Мы предлагаем провести научную рефлексию практики гостеприимства, опираясь на выделенные смысловые контексты и учитывая четыре возможных взаимосвязанных перспективы видения этого взаимодействия: перспективы видения хозяина, перспективы ви-

Таблица 1

Частота встречаемости различных контекстов в пословицах о госте и гостеприимстве

Контекст	Частота встречаемости	Содержание
Обстоятельный	0,164	Угощение, необходимость, хозяин, везение, опасение, благодарность, ожидание, удача
Эмоциональный	0,155	Радость, приветливость, желанность, ожидание, угощение, ласка, принятие
Субъектности	0,127	Хозяин, угощение, беседа, воля, запрет
Временной	0,127	Вовремя, хлеб-соль, запрет, совет, прагматизм
Жертвенности	0,082	Угощение
Симметричности	0,072	Улыбка, подарок, веселье
Функциональный	0,064	Радость, наблюдательность, лесть, почет, угождение
Пространственный	0,064	Дом, обед, сон, теснота, веселье
Референтный	0,055	Честь, почет
Информационный	0,045	Новости, наблюдательность, встреча, субъективность, беседа, распространение информации
Поддерживающий	0,027	Привет, грусть, вина
Игровой	0,018	Игра, ритуал, неискренность

дения гостя, перспективы видения ин-
группы, в которую включен хозяин, пер-
спективы видения ингруппы, в состав
которой интегрирован гость (табл. 2).
Отметим, что две последние перспекти-
вы видения могут совпадать — это про-
исходит в том случае, когда и гость, и хо-
зяин являются членами одной и той же
ингруппы.

Каждая из перечисленных перспек-
тив порождает личностные репрезента-
ции взаимодействия «Я-Другой» и опре-
деляет тактику и стратегию поведения с
«Другим», понимание и прогнозирование
результатов совместной интеракции
и ее возможных исходов.

Хозяин, открывая двери на свою при-
ватную территорию (собственный дом,
город, страну), символически сокращает
духовную дистанцию между собой и гост-
ем, непосредственно и опосредованно
предъявляя ему себя: с радостью и удов-
летворением демонстрируя достижения
и успехи, ценности и привязанности, со-
здавая у гостя определенный благопри-
ятный образ (себя, группы, страны), вы-
зывающий удивление, восхищение и ин-
терес. Как правило, гостю показывают
все лучшее, репрезентированное смыс-
ловыми доминантами и включающее в
себя то, что, по мнению хозяина, связано
с высоким статусом, заслуженным авто-

ритетом и яркой самобытностью, конст-
руируя тем самым определенную конфи-
гурацию взгляда гостя, управляя произ-
веденным на него впечатлением и пози-
ционируя свое отличие. Подобные дей-
ствия отражают, в большей степени, «по-
становочную аутентичность» [17], при-
давая социальной практике гостеприим-
ства заданный и игровой характер. Без-
условным правом выбора условий «иг-
ры», выраженных в формах самопредъ-
явления, сценариях гостеприимства и
способах структурирования времени,
полностью обладает хозяин, именно он
решает, что, когда и где может быть до-
ступно гостю, определяя допустимые
для него пространственные, временные
и смысловые границы. При этом хозяин,
принимая гостя и оказывая знаки внима-
ния и заботы, выражает готовность по-
жертвовать своими временем, матери-
альными и личностными ресурсами ра-
ди того, чтобы доставить положитель-
ные эмоции гостю и выразить ему свое
уважение. Более того, приглашая чело-
века в гости, хозяин делится с ним и сво-
им символическим капиталом — собст-
венной репутацией. Под репутацией по-
нимается социально-психологический
феномен, представляющий собой согла-
сованную совокупность когнитивных
конструктов и рефлексивных оценок

Таблица 2

Смысловые контексты, характерные для определенного видения

Перспективы видения	Смысловые контексты
Перспектива видения хозяина	Обстоятельный, эмоциональный, субъектно- сти, жертвенности, пространственный, референт- ный, информационный, поддерживающий, игровой
Перспектива видения гостя	Обстоятельный, эмоциональный, временной, симметричности, пространственный, игровой
Перспектива видения ингруппы хозяина	Обстоятельный, симметричности, функци- ональный, референтный
Перспектива видения ингруппы гостя	Информационный

«Других» (реальных, символических, персонализированных) о той или иной личности, образующих специфичную, динамичную, когнитивно-оценочную систему мнений о ней, которая формируется в течение определенного отрезка времени [10]. Социальная практика гостеприимства предполагает своеобразный «трансфер репутации» [16] — осознанный процесс передачи какого-либо аспекта репутации личности от хозяина к гостю.

Интеракция с гостем основана на существенном информационном обмене, поскольку гость может олицетворять иной порядок, иную систему релевантностей, иной образ и стиль жизни, сведениями о которых он вольно или невольно делится с хозяином. Вместе с тем кратковременность пребывания гостя на территории хозяина не угрожает ценностно-смысловой картине мира хозяина, скорее, наоборот, коммуникация с гостем способствует ее укреплению и подтверждению, а иногда амплификации развития личности хозяина и расширению его жизненных перспектив и смысловых горизонтов.

Личность, принимая приглашение в гости, допускает возможность ответного визита и одновременно накладывает на себя обязательства приема гостя, т.е. выражает готовность открыть свой дом и показать свою приватную территорию. Контекст симметричности имеет отношение и к репутационному обмену: гость, выбирая для посещения тот или иной «дом» также делится своей репутацией с хозяином, оказывая ему честь и уважение и признавая его авторитет.

Гость обеспечивает для хозяина атмосферу праздника, разрывая рутину его повседневной жизни. Разрыв рамки

обыденности связан как с приготовлением к приходу гостя и ожиданием интересной коммуникации с ним, так и с непосредственной интеракцией с гостем, который конструирует необычное (праздничное) событие как событие, предполагающее совместное эмоциональное проживание и позитивное переживание некоторого экзистенциального момента жизни, и выделяющее его из череды повседневных будней. Как известно, праздник консолидирует его участников, нивелирует имеющиеся границы (языковые, культурные, статусные), сокращает коммуникативную дистанцию, содействуя взаимному раскрытию его участников, эмоциональному взаимодействию между ними и формированию чувства сопричастности и ответственности [1; 3]. Праздник всегда создает особое игровое пространство, «сценарий» которого, как уже отмечалось, пишется хозяином, но центральной фигурой этого события, безусловно, является гость.

С точки зрения представителей ингруппы хозяина, гость и гостевые ритуалы выступают в качестве индикаторов социального реноме хозяина дома — его локальной репутации, т.е. совокупности оценок личности ингрупповыми «Другими», сделанных ими на основе определенного критерия и являющихся результатом реального взаимодействия с личностью [11]. Гостевые ритуалы (их частота, масштаб, репутация гостей, возможные последствия для группы и др.) добавляют уважение и значимость хозяину, или, наоборот, девальвируют его авторитет в глазах членов ингруппы и наносят вред его репутации.

Видение членов ингруппы гостя сфокусировано, главным образом, на информационном межгрупповом обмене: пред-

ставитель своей группы позиционируется как посредник (медиатор) между двумя общностями, выражаясь более конкретно, между их групповыми нормами, выработанными правилами, ценностными ориентациями и экзистенциальными смыслами. Результатом подобного взаимодействия может быть осознание собственной самобытной культурной принадлежности, которая является основой для самоидентификации членов ингруппы, и конструирования ими уникальной идентичности посредством механизма социального сравнения. Представителю ингруппы, выступающему в роли гостя, прямо или косвенно делегируются полномочия презентировать ингруппу в межгрупповом контакте, вменяются определенные обязанности по исполнению роли представителя группы и предусматриваются конкретные санкции.

Выводы

Анализ пословиц и поговорок о госте и гостеприимстве позволяет выделить смысловые контексты социальной практики гостеприимства: *эмоциональный контекст*, отражающий атмосферу, обусловленную присутствием в доме гостя; *референтный контекст*, предполагающий императив особого статуса и авторитета гостя; *обстоятельный контекст*, связанный с заданными условиями и поведенческими алгоритмами гостеприимства; *временной контекст*, имеющий отношение к продолжительности присутствия гостя на приватной территории хозяина; *пространственный*

контекст, подчеркивающий особые территориальные границы; *контекст субъектности*, акцентирующий внимание на активности и ответственности хозяина дома; *контекст жертвенности*, обусловленный готовностью хозяина действовать в ущерб собственным интересам ради интересов гостя; *поддерживающий контекст*, обеспечивающий поддержку и внимательное отношение к гостю; *контекст симметричности*, предполагающий комплиментарность коммуникативных позиций и социальных ролей; *функциональный контекст*, позволяющий рассматривать гостеприимство как социальную практику, ориентированную на определенные цели; *информационный контекст*, задающий и определяющий смысловые координаты коммуникации с гостем; *игровой контекст*, имеющий отношение к предписанности гостевых отношений, их формализации и ритуализации.

Выделенные контексты отражают и транслируют культурно-значимые коннотации гостеприимства, обусловленные существующими и зафиксированными в культуре социальными представлениями о гостеприимстве и обеспечивающими различные способы категоризации гостя.

Предложенная социально-психологическая аналитика социальной практики гостеприимства с учетом различных перспектив видения (хозяина, гостя, ингруппы хозяина и ингруппы гостя) позволила декодировать универсальные смыслы гостеприимства и определить статус гостя как особое положение «Другого».

ЛИТЕРАТУРА

1. *Бахтин М.М.* Собрание сочинений: В 7 т. Т. 4 (2). Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и ренессанса. М., 2010.
2. *Берн Э.* Игры, в которые играют люди. М., 1998.
3. *Воловикова М.И., Тихомирова С.В., Борисова А.М.* Психология и праздник: Праздник в жизни человека. М., 2003.
4. *Лэйнг Р.Д.* «Я» и Другие. М., 2002.
5. *Мид Дж.Г.* Избранное: сб. переводов. М., 2009.
6. *Мясищев В.Н.* Психология отношений / Под ред. А.А. Бодалева. М.; Воронеж, 1995.
7. *Пезешкиан Н.* Психотерапия повседневной жизни. Тренинг разрешения конфликтов. СПб., 2001.
8. *Роджерс К.* Клиент-центрированная психотерапия: теория, современная практика и применение. М., 2007.
9. *Рягузова Е.В.* Модель личностных репрезентаций взаимодействия «Я-Другой» // Акмеология. 2011. № 3.
10. *Рягузова Е.В.* Репутация личности: риски и опасности // Социальная психология и общество. 2014. № 3.
11. *Рягузова Е.В.* Изнанка социальной репутации // Психология обучения. 2014. № 11.
12. *Салливан Г.С.* Интерперсональная теория в психиатрии СПб., 1999.
13. *Слободчиков В.И.* Со-бытийная образовательная общность - источник развития и субъект образования // Ученые записки Педагогического института СГУ. Серия «Психология. Педагогика». 2010. № 2.
14. *Старовойтенко Е.Б.* Модель персонологии в парадигме «жизни» // Мир психологии. 2010. № 1.
15. *Эриксон Э.* Идентичность: юность и кризис. М., 2006.
16. *Chauvin P.-M.* La sociologie des reputations. Une definition et cinq questions // Communications. 2013. № 93.
17. *MacCannell D.* Staged authenticity: arrangements of social space in tourist settings // American Sociological Review. 1973. № 79.

Guest as Special Status of 'Other'

E. V. RYAGUZOVA

**Doctor in Psychology, head of the Chair of Personality Psychology,
Saratov Chernyshevsky State University**

The paper focuses on a special status of 'Guest' as a type of the 'Other' based on some culturally specific features of personality representations of the 'I – Other' interaction. The outcomes of the content analysis enable us to decode the social practice of hospitality, while the context analysis reveals its meaning vectors (emotional, referent, supportive, vectors of symmetry, subjectiveness, sacrifice etc.). The paper provides the social psychological analysis of the social practice of hospitality from several perspectives: that of a host, of a guest, of the host's ingroup and of the guest's ingroup. The findings of the research may well be applied as a kind of a semantic matrix in the development of new programs and training courses in interpersonal interaction and intercultural communication between representatives of different ethnic groups.

Keywords: representation of 'I – Other' interaction, guest as a type of the Other, semantic contexts, social practice of hospitality, qualitative methodology, content analysis, context analysis.

REFERENCES

1. *Bahtin M.M.* Sbranie sochinenii: V 7 t. T. 4 (2). Tvorchestvo Fransua Rable i narodnaya kul'tura srednevekov'ya i renessansa. M., 2010.
2. *Bern E.* Igrы, v kotorye igrayut lyudi. M., 1998.
3. *Volovikova M.I., Tihomirova S.V., Borisova A.M.* Psihologiya i prazdnik: Prazdnik v zhizni cheloveka. M., 2003.
4. *Leing R.D.* "Ya" i Drugie. M., 2002
5. *Mid Dzh. G.* Izbrannoe: Sb. perevodov. M., 2009.
6. *Myasishev V.N.* Psihologiya otnoshenii / Pod red. A.A. Bodaleva. M., Voronezh, 1995.
7. *Pezeshkian N.* Psihoterapiya povsednevnoi zhizni. Trening razresheniya konfliktov. SPb., 2001.
8. *Rodzhers K.* Klient-centrirovannaya psihoterapiya: teoriya, sovremennaya praktika i primenenie. M., 2007.
9. *Ryaguzova E.V.* Model' lichnostnyh reprezentatsii vzaimodeistviya "Ya-Drugoi" // Akmeologiya. 2011. № 3.
10. *Ryaguzova E.V.* Reputatsiya lichnosti: riski i opasnosti // Social'naya psihologiya i obshchestvo. 2014. № 3.
11. *Ryaguzova E.V.* Iznanka social'noi reputatsii // Psihologiya obucheniya. 2014. № 11.
12. *Sullivan G.S.* Interpersonal'naya teoriya v psihiatrii. SPb., 1999.
13. *Slobodchikov V.I.* So-byitiynaya obrazovatel'naya obshchnost' – istochnik razvitiya i sub'ekt obrazovaniya // Uchenye zapiski Pedagogicheskogo instituta SGU. Seriya Psihologiya. Pedagogika. 2010. № 2.
14. *Starovoitenko E.B.* Model' personologii v paradigme "zhizni" // Mir psihologii. 2010. № 1.
15. *Erikson E.* Identichnost': yunost' i krizis. M., 2006.
16. *Chauvin P.-M.* La sociologie des reputations. Une definition et cinq questions // Communications. 2013. № 93.
17. *MacCannell D.* Staged authenticity: arrangements of social space in tourist settings // American Sociological Review. 1973. № 79.