УДК 930.85: 338.48

**Божко Любов Дмитрівна**
кандидат історичних наук, доцент,
доцент Харківської державної академії культури
bozhkolubov@rambler.ru

# КАУЧСЕРФІНГ ЯК ОСОБЛИВА ФІЛОСОФІЯ МАНДРІВОК

**Мета роботи.** За довгу історію розвитку людських подорожей склалися своєрідні форми гостинності, які в новому інформаційному суспільстві, під впливом глобалізації, набувають нового змісту і нових форм. Однією з таких форм є каучсерфінг (Couchsurfing). Дослідження присвячене культурологічному аналізу каучсерфінга. **Методологія** дослідження полягає в застосуванні компаративного, історико-логічного методів. Зазначений методологічний підхід дає змогу розкрити та піддати аналізу каучсерфінг як соціально-культурне явище і нові відносини у туризмі. **Наукова новизна** роботи полягає в тому, що соціокультурне явище каучсерфінгу розглянуте як особлива форма мандрівок зі своєю філософію та проведене на основі культурологічної та історичної методології. У результаті дослідження сформульовано теоретичні положення, що відзначаються науковою новизною. Означено, що каучсерфінг (Couchsurfing) є новою формою гостинності і соціальним явищем, заснованим на довірі, подяці і бажанні допомогти. Культурологічний аналіз показує, що каучсерфінг базується на колективних практиках, що здійснюються локально, тому важливу роль для нього відіграють соціокультурні особливості конкретної країни. Аналіз історії розвитку каучсерфінгу й ідеології цього явища дозволив прийти до окремих висновків. **Висновки.** Людина, яка бере участь в Couchsurfing, шукає альтернативи великомасштабному туристичному досвіду і намагається пізнавати культури, виходячи з локальної точки зору. Автентичний культурний досвід, отриманий через веб-сайт, а потім особисто, може перерости в довічну дружбу, і є новою можливістю для людей. Отже, змінюється сама функціональна наповненість практик туризму, що свідчить про виникнення у широкого кола людей нових потреб, які не задовольняються в рамках класичного туризму.

**Ключові слова:** каучсерфінг, гостинність, колективна практика, туризм, гостьова мережа, довіра.

***Божко Любовь Дмитриевна,*** *кандидат исторических наук, доцент, доцент Харьковской государственной академии культуры*

**Каучсерфинг как особая философия путешествий**

**Цель работы.** За долгую историю развития человеческих путешествий сложились своеобразные формы гостеприимства, которые в новом информационном обществе, под влиянием глобализации, приобретают новый смысл и новые формы. Одной из таких форм является каучсерфинг (Couchsurfing). Исследование посвящено культурологическому анализу каучсерфинга. **Методология** исследования заключается в применении сравнительного, историко-логического методов. Указанный методологический подход позволяет раскрыть и подвергнуть анализу каучсерфинг как социально-культурное явление и новые отношения в туризме. **Научная новизна** работы заключается в том, что социокультурное явление каучсерфинга рассмотрено как особая форма путешествий со своей философией, проведенное на основе культурологической и исторической методологии. В результате исследования сформулированы теоретические положения, отличающиеся научной новизной. Отмечено, что каучсерфинг (Couchsurfing) является новой формой гостеприимства и социальным явлением, основанным на доверии, благодарности и желании помочь. Культурологический анализ показывает, что каучсерфинг базируется на коллективных практиках, осуществляемых локально, поэтому важную роль для него играют социокультурные особенности конкретной страны. Анализ истории развития каучсерфинга и идеологии этого явления позволил прийти к отдельным выводам. **Выводы.** Человек, который участвует в Couchsurfing, ищет альтернативы крупномасштабному туристическому опыту и пытается познавать культуры, исходя из локальной точки зрения. Аутентичный культурный опыт, полученный через веб-сайт, а затем лично, может перерасти в пожизненную дружбу и является новой возможностью для людей. Таким образом, меняется сама функциональная наполненность практик туризма, свидетельствует о возникновении у широкого круга людей новых потребностей, которые не удовлетворяются в рамках классического туризма.

**Ключевые слова:** каучсерфинг, гостеприимство, коллективная практика, туризм, гостевая сеть, доверие.

***Bozhko Liubov,*** *Candidate of Historical Sciences, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture*

**CouchSurfing as a special philosophy of travel**

**The purpose of the work.** Over the long history of development of human travel there has developed a specific form of hospitality, which acquires a new meaning and new forms in the new information society under the influence of globalization. One of such forms is CouchSurfing. The research is dedicated to cultural study of CouchSurfing. **Research methodology** consists in the use of comparative, historical and logical methods. Specified methodological approach allows to reveal and to analyze CouchSurfing as a social and cultural phenomenon and new relations in tourism. **Scientific novelty** of work consists in the fact that the socio-cultural phenomenon CouchSurfing is considered as a special form of travel with its philosophy, conducted on the basis of cultural and historical methodology. As a result of the research theoretical principles characterized by scientific originality are formulated. It is noted that CouchSurfing is a new form of hospitality and social phenomenon, based on trust, gratitude and desire to help. Cultural analysis shows that CouchSurfing is based on collective practices implemented locally, therefore an important role is played by the socio-cultural features of a specific country. The analysis of the history of CouchSurfing and the ideology of this phenomenon has allowed to come to certain conclusions. **Conclusions.** The person who participates in Couchsurfing seeks alternatives to large-scale tourism experience and tries to learn the culture on the basis of the local point of view. Authentic cultural experience obtained through the Web site, and then personally, can grow into a lifelong friendship and is a new opportunity for people. Thus, functional content of tourism practices itself is changing, indicating the occurrence of new needs for wide circle of people, who are not satisfied within the frameworks of classical tourism.

**Keywords:** CouchSurfing, Hospitality, group practice, tourism, guest network, trust.

© Божко Л. Д., 2016

Актуальність теми дослідження. Провідну роль в культурному світі відіграє безпрецедентна мобільність людини, що супроводжує сучасні процеси глобалізації. Самі процеси глобалізації нівелюють відмінності багатоваріантного життя існуючих культур, стандартизують різноманіття культурних практик людини, уніфікують стилі повсякденності. Водночас усю інтелектуальну історію людства пронизує цікавість до пізнання інших можливостей світу людських відносин, способів співіснування людей, тобто пізнання повсякденності і смислів інших культур. Цікавість як іманентно притаманна людині пошукова активність пересилювала страх перед невідомим, змушувала розривати коло повсякденності власного існування і долати кордони багатьох культурних просторів. Знання про можливі конфігурації світу культури людина одвічно здобувала в подорожах. Подорож стала відправною точкою на шляху пізнання. За довгу історію розвитку людських подорожей склалися своєрідні форми гостинності, які в новому інформаційному суспільстві під впливом глобалізації набувають нового змісту і нових форм. Однією з таких форм є каучсерфінг (Couchsurfing). Це соціальне явище, засноване на довірі, подяці і бажанні допомогти, і кількість людей, які приймають участь у цій спільноті, з кожним роком зростає.

Звісно, що такий соціальний феномен не міг залишитися поза увагою науковців [14; 16; 18; 19]. Теоретичний інтерес, перш за все, викликають питання економічних і соціальних моделей відносин обміну, що лежать в основі каучсерфінгу; впливу на нього ринкових відносин. Практична проблема полягає у визначенні того, як змінюється гостинність під впливом інноваційних технологій, а також у формуванні низки корисних порад як початківцям цієї спільноти, так і досвідченим каучсерферам.

Більша частина літератури по каучсерфінгу зосереджена на вивченні онлайн-співтовариства Couchsurfing. Лаутербах [14, 347] стверджує, що мережа Couchsurfing відображає високий ступінь взаємодії, котрий дозволяє людям поручитися один за одного. Онлайн-платформа Couchsurfing реалізує систему репутації, яка включає особисті рекомендації (від серферів і хостів один до іншого), фізичну перевірку і підтвердження. Розен з однодумцями [18, 1-18] дослідили, як використання інтернет-ресурсів, мереж, таких, як couchsurfing.com, може генерувати довіру, почуття належності до спільноти, а також заохочувати до особистої зустрічі. Потребує дослідження і культурологічний аспект каучсерфінгу як форми гостинності, що об'єднує в собі такі соціальні явища, як дарообмін, мотивацію до участі в цій практиці, цінності, які об'єднують каучсерферів, і довіру – фактори, які й дозволяють сучасній людині успішно адаптуватися в мінливому соціальному житті.

Мета дослідження – культурологічний аналіз каучсерфінгу як соціально-культурного явища і нових відносин у туризмі.

Виклад основного матеріалу. Глобальний розвиток відчутно змінив соціокультурну сферу суспільного життя, адже саме явище культури складно піддається регулюванню ззовні. Відповідно до точки зору П. Бергера, індивідуалізація є аспектом, що зачіпає всі сфери культурної глобалізації, адже саме це явище сприяє незалежності індивіда від традицій і звичаїв спільноти. Візуальним прикладом становлення глобальної культури слугують засоби поширення культури масової, які змінюють систему цінностей і поведінку людей. П. Бергер виділяє чотири види рушійних сил культурної глобалізації: масова культура, ділова еліта, академічна культура і міжнародні соціальні рухи [1, 128].

Всі перераховані сили використовують інфокомунікаційні технології, провідна роль в яких відведена мережі Інтернет як засобу забезпечення глобальної діяльності. Інтернет сприяє появі нової форми соціальної солідарності людей у віртуальному просторі. Відбувається зміна основ громадянської активності індивідів, які, об'єднуючись в різні спільноти, претендують на глобальність. В якості яскравого прикладу прояву глобального громадянського суспільства можна привести міжнародну мережу гостинності Couchsurfing. Мережа позиціонується як місце соціальної взаємодії і ефективний засіб пошуку безкоштовного житла на час подорожей. Успішність соціальної мережі обумовлена створенням численних взаємодій людей по всьому світу, переносячи їх з віртуального середовища в реальний простір. Спільнота каучсерферів є інституціоналізованою неформальною практикою в сфері гостинності, яка дозволяє соціалізувати людей в будь-якому місці планети.

Аналізуючи явище каучсерфінгу, слід звернути увагу на поняття "гостинність". В соціально-антропологічному контексті "гостинність" − це явище, що сприяє встановленню соціальних відносин і підтримці готових зв'язків між тими, хто приймає гостя (хостом) і тим, хто зупиняється в гостях (гість). Основою гостинності в антропологічному контексті є обмін на безоплатній основі [3, 27]. Гостинність в комерційному контексті − це соціальне явище, що має на увазі комерціалізацію традиційних взаємин хоста і гостя і формування відносин на основі займаних в суспільстві соціальних статусів [11]. Молз і Белл визначають гостинність як якийсь комерційний проект, економічну активність, що включає послуги готелів та інші туристичні сервіси [10; 15]. При цьому сам туризм, на думку того ж Коена, це вид комерціалізованої гостинності.

Couchsurfing базується на колективних практиках, що здійснюються локально, тому важливу роль для нього відіграють соціокультурні особливості конкретної країни.

Мережа Інтернет є простором, де формується єдина концепція сприйняття дійсності для членів певної спільноти. Г. Рейнгольд у праці "Віртуальна спільнота" писав про виникнення в Інтернеті нової форми солідарності в спільнотах, які об'єднуються навколо спільних цінностей та інтересів [17, 134]. Все це можна вважати підставою для формування особливої ідентичності учасників спільноти, як і зазначав А. Турен [7].

Історія каучсерфінгу починається в 2000 р. Тоді засновник майбутнього сайту Couchsurfing, американець Кейсі Фентон, не маючи достатньо грошей на готель в Ісландії, куди він збирався їхати, розіслав близько 1500 листів ісландським студентам з проханням про допомогу з проживанням (виписки). Незабаром він знайшов своїх перших "хостів" (людей, які вписують у себе − сленг каучсерферів), що погодилися не просто надати нічліг, а й показати місто. Ця подорож стала початком довгої роботи над онлайн-сервісом, який мав відкрити можливість подібних пригод і для інших людей. У січні 2004 р. couchsurfing.org став доступний всім бажаючим.

До 2011 р. Couchsurfing був некомерційною організацією, зареєстрованою на території штату Нью-Гемпшир в США. Сайт удосконалювався, багато в чому завдяки роботі волонтерів. У 2011 р. статус організації був змінений на B-corporation. Цей статус має на увазі, що цілями організації є як створення користі для суспільства, так і отримання прибутку її власниками. За твердженням власників організації, перехід до нового статусу викликаний тим, що статус некомерційної організації не дозволяє досить гнучко нею керувати [12].

На сьогодні Couchsurfing (CS) − одна з найбільших гостьових мереж і об'єднує більше 9 мільйонів чоловік в 246 країнах [2]. Основними користувачами сайту Couchsurfing.org. є молодь 18-30 років. Існують і інші паралельні мережі гостинності, такі як HospitalityClub.org, GlobalFreeloaders.com, Tripping.com. BeWelcome.org, Globalfreeloaders.com. У російськомовному секторі: Академія вільних подорожей, Будинок для всіх тощо.

Couchsurfing займає унікальну нішу в інтернет-спільнотах, оскільки його взаємодії відбуваються як онлайн, так і офлайн. Масштаб і успішність функціонування даної мережі обумовлений тим, що вона, по суті, продукує численні соціальні інтеракції між незнайомцями і переносить їх з віртуального світу в світ реальний, відтворюючи так основи гостинності в його антрополого-соціологічному понятті [11; 15].

Вся ідеологія Couchsurfing ґрунтується на інтересі учасників спільноти до подорожей і взаємодопомозі. Прагнення подорожувати має на увазі наявність певних цінностей і установок, таких, як значимість пізнання нового, відкритість і солідарність. У зв'язку з цим, відбувається формування певної колективної ідентичності каучсерфера. "Колективна ідентичність як процес опосередкована тим самим мережею активних відносин між акторами, які взаємодіють, вступають в комунікацію, впливають один на одного, домовляються і приймають рішення" [15]. Важливо підкреслити, що без Інтернету не могла б з'явитися ні сама мережа гостинності, ні ідентичність, заснована на причетності людей до Couchsurfing. У будь-якій соціальній мережі існує можливість, згідно Д. Келнер, вільного вибору своєї ідентичності: "... ідентичність стає грою за вільним вибором, театральною виставою свого Я" [13, 158]. Ідентичність каучсерфера складається з двох елементів: його самопрезентації у власному профілі і тих відгуків, які залишили про нього інші суб'єкти мережі. У Couchsurfing відбувається конструювання мережевої космополітичної ідентичності. Безліч учасників спільноти називають себе "громадянами світу". На думку Г. Міненкова, космополітична перспектива пов'язана перш за все з уявою альтернативних способів життя і раціональностей, що включає інакшість [4, 40].

Люди з абсолютно різними фінансовими можливостями є рівноправними членами спільнот подібного роду. Це і 18-річний студент, який живе з батьками, і 60-річний пенсіонер, який відкриває двері своєї вілли на Середземному морі, і успішний бізнесмен з величезною квартирою в центрі Парижа або група художників, що живуть комуною десь на околиці. В учасників немає обмежень за статтю та віком, національною та расовою приналежністю, фінансовим становищем і сексуальною орієнтацією. Їх всіх об'єднує прагнення подорожувати, пізнавати цей світ, знайомитися з новими людьми, залишаючи свій будинок, або ж запрошуючи в нього весь світ. Безумовно, трапляються винятки, але вони, скоріше, носять разовий характер і ніяк не належить до ідеї подібних організацій.

Місією каучсерфінга є "створення надихаючого досвіду" [12]. Ідея полягає в тому, щоб активізувати міжкультурний обмін і спілкування людей в дружній неформальній обстановці. Це дає можливість реалізувати природне бажання дізнаватися щось нове, обмінюватися досвідом в різних сферах життя. В тому числі, завдяки такому спілкуванню людей з різних країн, представників різних культур і національностей, вони мають можливість поглянути на більшість міжнародних проблем з різних сторін, навчитися толерантності.

Сервіси обміну гостинністю є нагодою, коли довіра між користувачами стає необхідною умовою існування онлайн-спільноти, оскільки репутація людини враховується при організації зустрічі та проживання. Подібно до інших веб-сервісів, пов'язаних з реальною взаємодією, засновники Couchsurfing приділили особливу увагу організації довіри як наріжному каменеві у спілкуванні між учасниками спільноти.

Довіра, на думку Фреік, дає можливість операціонального визначення і емпіричного вимірювання довіри з двох основних позицій: очікування та ставки [9, 10-18]. Моос, розглядаючи поняття довіри, пропонує свою фундаментальну тріаду дарообміну "дарувати − приймати дар – віддарювати" і зазначає, що не існує одностороннього прояву альтруїзму, акт дару запускає низку механізмів, що скріплюють акторів [5, 81]. При цьому дарунок, що не вимагає відповіді, − це явище, спрямоване не на встановлення відносин обміну, а на його припинення [6, 33-38].

Участь в співтоваристві передбачає повну відмову від віртуальної анонімності, існуючої в рамках багатьох онлайн-сервісів. У кожного учасника є публічний профіль, в якому можна знайти як осо-

бисту інформацію, так і відомості про те, чи можна йому довіряти. Такого роду відомості засновані на добре продуманій системі відгуків, які не можна видаляти. Формування довіри до каучсерфера повністю здійснюється в рамках інтернет-платформи, і сформований рівень довіри до конкретного учасника під час онлайн-взаємодії буде перенесений в контекст реального спілкування. Істотної зміни в рівні довіри під час взаємодії віч-на-віч не відбувається, завдяки тому, що існують так звані "точки заходу" довірчих відносин, рівні між собою на всіх етапах інтеракції [8].

Отже, учасники інтернет-платформи couchsurfing.org не розглядають практики, пов'язані з цією платформою в термінах ризику і небезпеки, апелюючи до узагальненої довіри і системи взаємодії, сформованої очікуваннями учасників спільноти.

Перебуваючи в умовах невизначеності, каучсерфери схильні вдаватися до неформальних методів її зниження, таких, як вибудовування довірчих мереж. Стратегії поведінки учасників платформи, на думку дослідників цього явища, будуть побудовані на основі поняття інформаційної взаємодії, роботи і пошуку інформації, порівнювання її з інформацією про інших користувачів (вибираючи найбільш підходящого каучсерфера для конкретної інтеракції), перевірки достовірності.

Так, надійними критеріями вибору підходящого каучсерфера є:

− наявність позитивних відгуків як від "серверів", так і від "хостів";

− кількість здійснених поїздок в рамках каучсерфінгу;

− факт верифікації користувача (платна послуга, яка полягає в перевірці учасника менеджерами сайту і відповідної "пташки" в профайлі учасника);

− захоплення, життєві цінності, релевантні для кожного учасника індивідуально (хтось любить галасливі компанії, а хтось віддасть перевагу спокійно посидіти ввечері за столом).

Ненадійними індикаторами у виборі каучсерфера виступають:

− відсутність докладної особистої інформації (в тому числі – фотографій);

− наявність декількох негативних відгуків (причому 1-2 негативних відгуки, ймовірно, не вплинуть на виключення каучсерфера зі списку можливої інтеракції);

− час того, коли користувач останній раз був активний на сайті (якщо учасник був активний більше тижня тому, найімовірніше, він не відповість на запит);

− час того, як довго користувач зареєстрований на сайті (з "новачками" серфер або хост буде вести себе більш обережно, але передбачається, що наявність цього факту не вплине на виключення кандидатури зі списку потенційної взаємодії) [8].

Існують мобільні додатки Couchsurfing для пристроїв на базі Android і iOS. Функціональність додатків охоплює пошук людей і ведення листування. Додатки синхронізують повідомлення з бази Couchsurfing і зберігають їх на мобільному пристрої, що дозволяє звертатися до них за відсутності інтернету.

Для публічного спілкування на сайті використовується форум, розбитий на групи. Група включає в себе учасників, об'єднаних чимось загальним: географічним положенням, інтересами тощо.

У багатьох великих містах різних країн є так звані Амбасадори (Ambassadors) − члени спільноти, які активно сприяють розвиткові спільноти. До завдань Амбасадора входить вітання нових членів спільноти, організація зустрічей та інших подій, модерування форуму тощо. У великих містах також періодично проводяться зустрічі членів Couchsurfing. На них приходять як місцеві каучсерфери, так і гості міста. Крім того, проводяться великі "зльоти" каучсерферів. Такі події дозволяють не тільки добре провести час, а й познайомитися з іншими членами спільноти, як зі свого міста, так і з інших місць, дізнатися про культуру інших країн, цікаві куточки світу, особливості подорожей в тому чи іншому регіоні світу. Відтак каучсерфінг є стилем життя для певної категорії населення.

Каучсерфери в своєму суб'єктивному сприйнятті проводять межу між своїм співтовариством і туристами або спільнотами туристів (за аналогією з спільнотами споживачів) на підставі соціальних маркерів, за якими стоять протилежні для даних груп цінності. За практиками туризму, на думку каучсерферів, стоять егоїстичні і економічні цінності (раціональність, закритість, індивідуалізм), в основі каучсерфінгу лежать духовні і нематеріальні цінності (альтруїзм, відкритість, колективізм).

Основний виграш каучсерфінга і спільного споживання в цілому − живе спілкування. У магазинах, ресторанах і готелях ти отримуєш безликий стандартний сервіс, а в світі спільного споживання − за кожною річчю або послугою стоять живі люди. Людський фактор, який так довго і старанно виключали з усіх бізнес-процесів, дуже потрібен в сучасному світі, де людина самотня серед натовпу собі подібних.

Як і в будь-якому соціальному зв'язку, каучсерфери, як господарі, так і гості, повинні знати і розуміти норми і ролі, які вони грають один з одним в обстановці Couchsurfing. Норми можуть мати на увазі соціальні відносини схвалення і несхвалення, і те, що прийнятно, а що ні, в суспільстві або групі.

Людина, яка бере участь в Couchsurfing, шукає альтернативи великомасштабному туристичному досвіду і намагається пізнавати культури, виходячи з локальної точки зору. Не отримуючи достатнього задоволення від простого фотографування архітектури або відвідування популярних туристичних кафе, каучсерфер формує спогади і емоційні зв'язки з незнайомим місцем через досвід спілкування з корінними жителями цього місця. Мандрівник перестає задовольнятися фотографіями і споживчими товарами з цього міста в якості маркерів часу. Замість цього, він бере з собою дружбу і

спогади, які емоційно з'єднують його з цим місцем. Емоційні спогади про отримане спілкування і взаємодію, допомагають осмислено завершити і засвоїти отриманий досвід.

Каучсерфінг досить нове поняття для наших туристів. Проте каучсерферів з країн СНД стає все більше і більше на просторах відомих сайтів. Це не тільки студенти та малозабезпечені громадяни, а й цілком заможні і дорослі люди. Каучсерфінг для них − це не гонитва за безкоштовним житлом в поїздках за кордоном, це, перш за все, спілкування, знайомство з новими людьми, а також вдосконалення знання мови і просто море нових емоцій самостійної подорожі. Окрім базового міжнародного проекту, є й окремі національні каучсерферські ініціативи. Так, в Україні розвивається Shuffle.in.ua – "Перша українська мережа гостинності". Каучсерфінг по-українськи має свої особливості: він орієнтований винятково на внутрішній український туризм і є простішим та доступнішим порівняно з міжнародним аналогом. На думку засновника українського сайту, перспективи внутрішнього каучсерфінгу дуже великі.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що здійснено комплексне дослідження каучсерфінгу в контексті глобалізаційних процесів як історико-культурного феномену і нової практики гостинності і туризму, проведене на основі культурологічної та історичної методології. У результаті дослідження сформульовано теоретичні положення, що відзначаються науковою новизною.

Висновок. Підводячи підсумок, можна зазначити, що тема Couchsurfing дуже актуальна в наш час, тому що місією даного проекту є, перш за все, "участь у створенні кращого світу". І це націлює людей на трансляцію кращих зразків своєї культури в глобалізований соціум і змушує зробити щось значуще під час їхнього існування в цьому світі. Автентичний культурний досвід, отриманий через веб-сайт, а потім особисто з людиною, що може перерости в довічну дружбу, є новою можливістю для людей. Відтак змінюється сама функціональна наповненість практик туризму, що свідчить про виникнення у широкого кола людей нових потреб, які не задовольняються в рамках класичного туризму.

Соціальне явище Couchsurfing підіймає важливі питання про туризм і подорожі в XXI столітті. Необхідні подальші дослідження, щоб визначити місце, займане Couchsurfing в сферах глобалізації і модернізму. Зокрема, дослідження повинні оцінити життєздатність CouchSurfing як форми "альтернативного туризму" в нинішню епоху. Додаткові дослідження могли б порівняти Couchsurfing з іншими нетрадиційними видами подорожей. Також необхідні дослідження соціально-культурних причин, що змушують брати участь в Couchsurfing людей з різних країн і культур.

***Література***


1. Бергер П. Многоликая глобализация: культурное разнообразие в современном мире / Под ред. П. Бергера, С. Хантингтона.— М.: Аспект Пресс, 2004.
2. Коучсерфинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org.
3. Ларделье П. Принимать друзей, отдавать визиты / П. Ларделье. – М.: РГТУ, 2004.
4. Миненков Г. "Отморозки", или о том, как рождается гражданская идентичность / Г. Миненко // Топос.— №2 (13). – 2006.
5. Мосс М. Очерк о даре. Форма и основание обмена в архаических обществах / М. Мосс // Общество. Обмен. Личность. – М., 1996. – С. 80−222.
6. Пахолова И. Гостеприимство без ответного дара как социокультурный опыт "чужого" [Электронный ресурс] // Internatinal Journal Of Cultural Research. – 2011. – С. 33−38. – Режим доступа: http://www.culturalresearch.ru/files/open_issues/01_2.
7. Турен А. Возвращение человека действующего. Очерк социологии / А. Турен. – М., 1998.
8. Фатхутдинова Д. Феномен каучсерфинга как социально-антропологический аспект гостеприимства / Д. Фатхутдинова, А. Спирин, К. Макаров, П. Золотарева [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ecsoclab.hse.ru/data/2014/01/19/.../Фатхутдинова_21.01.doc.
9. Фреик Н. Концепция доверия в исследованиях П. Штомпки [Электронный ресурс] / Фреик Н. // Социологические исследования. – 2006. – № 11. – С. 10−18. – Режим доступа: http://ecsocman.hse.ru/data/467/785/1219/002_Freik.pdf.
10. Bell D. Tourism and Hospitality [Электронный ресурс] / Bell D. // The sage handbook of tourism studies. – 2009. – P. 19−34. – Режим доступа: http://www.sagepub.com/upm-data/29171_Jamal_Chapter_2.pdf.
11. Cohen E. The sociology of tourism: approaches, issues, and findings [Электронный ресурс] // Annual Reviews. Sociol. – 1984. – P. 373−392. – Режим доступа: http://www.annualreviews.org/doi/pdf/10.1146/annurev.so.10.080184.002105.
12. CouchSurfing Project Web 2.0. (2011). Our Mission. Available at: http://www.couchsurfing.org/ourmission.html
13. Kellner D. Popular Culture and the Construction of Postmodern Identity / Kellner D. // Moder nity and Identity. – Oxford; Cambridge, 1996
14. Lauterbach, D. & Truong, H., & Shah, T. & Adamic, L. (2009). Surfing a Web of Trust: Reputation and Reciprocity on CouchSurfing.com. Computational Science and Engineering, IEEE International Conference 4, 346−353.
15. Molz J. Mobilizing Hospitality. Worcester: College of the Holy Cross, 2007.URL: http://academics.holycross.edu/files/sociologyanthropology/Germann_Molz/JGM_CV_June_2012.pdf
16. Peterson, K. & Siek, K. (2009). Analysis of Information Disclosure on a Social Networking Site. Lecture Notes in Computer Science 5621: 256−264.

17. Rheingold, Howard (1993) The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier. Reading, MA: Addison-Wesley; rev. edn, 2000, Cambridge, MA: MIT Press.
18. Rosen, D., & Lafontaine, P., & Hendrickson, B. (2011). CouchSurfing: Belonging and trust in a globally cooperative online social network. New Media & Society, 13(3), 1−18.
19. Tan, Jun-E. (2010). The Leap of Faith from Online to Offline:An Exploratory Study of Couchsurfing.org."In: Aquisty, A., Smith, S., Sadegi, A.-R. (ed.). Berlin: Springer; pp. 367−380.

***References***

1. Peter, L. (2004). Berger Many Globalizations: Cultural Diversity in the Contemporary World (2002) with Samuel P. Huntington. M.: Aspekt Press [in Ukraine].
2. Couchsurfing. Retrieved from https://ru.wikipedia.org [in Ukraine].
3. Lardele, P. (2004). Prynymat druzei, otdavat vyzyty. M.: RHTU [in Ukraine].
4. Minenkov, G. (2006). «Otmorozki», ili o tom, kak rozhdaetsja grazhdanskaja identichnost. Topos, 2 (13) [in Ukraine].
5. Moss, M. (1996) Ocherk o dare. Forma i osnovanie obmena v arhaicheskih obshhestvah M., 80−222 [in Ukraine].
6. Paholova, I. (2011). Gostepriimstvo bez otvetnogo dara kak sociokulturnyj opyt «chuzhogo» Internatinal Journal Of Cultural Research. Retrieved from http://www.culturalresearch.ru/files/open_issues01_2 [in Ukraine].
7. Turen, A. (1998). Vozvrashhenie cheloveka dejstvujushhego. Ocherk sociologii. M. [in Ukraine].
8. Fathutdinova, D. (2014) Fenomen CouchSurfing kak socialno-antropologicheskij aspekt gostepriimstva. Retrieved from https://ecsoclab.hse.ru ,01,19. Fathutdinova_21.01.doc [in Ukraine].
9. Freik, N. (2006).Koncepcija doverija v issledovanijah P. Shtompki Sociologicheskie Retrieved from http://ecsocman.hse.ru/data/467/785/1219/002_Freik.pdf, 11, 10−18 [in Ukraine].
10. Bell, D. (2009). Tourism and Hospitality. [Jelektronnyj resurs] // The sage handbook of tourism studies. 19−34. : Retrieved from http://www.sagepub.com [in Ukraine].
11. Cohen, E. (1984).The sociology of tourism: approaches, issues, and findings. Retrieved from http://www.annualreviews.org/doi/pdf/10.1146/ annurev.so.10.080184.002105, 373 – 392 [in Ukraine].
12. CouchSurfing Project Web 2.0. (2011). Our Mission. Retrieved from http://www.couchsurfing.org /ourmission.html [in Ukraine].
13. Kellner, D. (1996). Popular Culture and the Construction of Postmodern Identity. Moder nity and Identity. Oxford; Cambridge [in Ukraine].
14. Lauterbach, D. (2009). Surfing a Web of Trust: Reputation and Reciprocity on CouchSurfing.com. Computational Science and Engineering, IEEE International Conference 4, 346−353 [in Ukraine].
15. Molz, J. (2007) Mobilizing Hospitality. Worcester: College of the Holy Cross. Retrieved from http://academics.holycross. edu/files/sociologyanthropology /Germann_Molz/ JGM_CV [in Ukraine].
16. Peterson, K. & Siek, K. (2009). Analysis of Information Disclosure on a Social Networking Site. Lecture Notes in Computer Science 5621, 256−264 [in Ukraine].
17. Rheingold, Howard (1993) The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier. Reading, MA: Addison-Wesley; rev. edn, 2000, Cambridge, MA: MIT Press [in Ukraine].
18. Rosen, D., & Lafontaine, P., & Hendrickson, B. (2011). CouchSurfing: Belonging and trust in a globally cooperative online social network. New Media & Society, 13(3), 1−18 [in Ukraine].
19. Tan, Jun-E. (2010). The Leap of Faith from Online to Offline:An Exploratory Study of Couchsurfing.org.”In: Aquisty, A., Smith, S., Sadegi, A.-R. (ed.). Berlin: Springer; pp. 367−380 [in Ukraine].

*Стаття надійшла до редакції 11.01.2016 р.*