

Толерантность как качество личности и ее роль в реализации задач event-сервиса

Статья посвящена рассмотрению толерантности как качества личности, востребованного в процессах современной сервисной деятельности и ее разновидности – event-сервиса. Авторы анализируют научные подходы к понятию толерантности, обосновывают понимание данного феномена, адекватное задачам сервисной деятельности. Показана специфика event-сервиса как одного из современных видов сервисной деятельности, определяющая требования к ее участникам. Обосновано, что способность к сотрудничеству, культурная компетентность, эмпатия, терпимость к различиям, принятие Другого являются ключевыми характеристиками участника сервисной деятельности. Данные подходы являются составляющими элементами event-менеджмента, от которых зависит успешность организации и проведения любого мероприятия.

Ключевые слова: толерантность; сервисная деятельность; event-сервис; event-менеджмент.

Необходимым условием эффективности современных коммуникаций является такое качество участников процессов социальных взаимодействий, как толерантность. Актуальность исследования роли толерантности в процессе социальных коммуникаций определяется недостаточной изученностью самого феномена толерантности, механизмов ее формирования и поддержания в условиях трансформации глобализирующихся человеческих сообществ.

В разных языках в зависимости от исторического опыта и культурных особенностей народов содержание понятия толерантности имеет различные смысловые оттенки: в английском языке толерантность – это «готовность и способность без протеста воспринимать личность или вещь»; во французском – «уважение свободы другого, его образа мысли, поведения, политических и религиозных взглядов»; в китайском быть толерантным значит «позволять, допускать, проявлять великодушие в отношении других»; в арабском толерантность – это «прощение, снисхождение, мягкость, снисходительность, сострадание, благосклонность, терпение... расположенность к другим»; в персидском – «терпение, терпимость, выносливость» [7, с. 145–146].

В русском языке для обозначения понятия традиционно использовалось слово «терпимость». В. Даль в «Толковом словаре живого великорусского языка» дает следующую трактовку лежащего в основе понятия «терпимость» глагола «терпеть»: «терпеть – выносить, переносить, сносить, нуждаться, страдать, крепиться, мужаться, держаться, стоять не изнемогая, не унывая; ожидать, выжидать чего-то лучшего, надеяться, быть кротким, смиряться, снисходить, допускать, послаблять, потакать, поноравливать, давать повадку; не спешить, не торопить, не гнать, сноравливать» [4].

Из данных дефиниций можно заключить, что существуют некоторые национальные и культурные различия в определении понятия «толерантность».

Одна из трудностей в изучении толерантности состоит в том, что среди исследователей отсутствует единство в понимании сущности этого феномена. Можно

* **Ирина Васильевна Неуймина**, ст. преподаватель, Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина (г. Екатеринбург).

** **Ольга Сергеевна Поршнева**, д-р ист. наук, профессор, Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина (г. Екатеринбург).

E-mail: porshneva@yandex.ru

выделить ряд подходов в его трактовке: политический, историко-философский, социально-психологический, индивидуально-психологический, биологический, социологический, математический и др.

Понятие «толерантность» в биологии и в медицине связывалось с адаптационными процессами организма. В этом случае оно определяется как реакция организма на окружающую среду, способствующая сохранению гомеостаза. Медицинский аспект трактовки понятия в значительной мере может быть спроецирован на культурологическое его содержание, близкое к этнической или межкультурной толерантности. Например, способность человека безболезненно переносить инокультурную среду («неблагоприятное воздействие») с минимальным переживанием культурного шока или способность преодолевать его («выработка антител») является показателем толерантности.

В математике толерантность связывают с эквивалентностью, определяющейся посредством логических операций, связанных с рефлексивностью и симметричностью [3].

Политологи рассматривают толерантность в первую очередь как одну из ключевых демократических норм и ценностей, таких как свобода слова, СМИ, собраний, религий, прав оппозиционных партий и т. п., без которых невозможна реализация основных прав человека. Исследователи характеризуют данное понятие такими показателями, как «компромиссное поведение и соответствующий ему стиль мышления», допуск деятельности оппозиции в конституционных рамках [Там же].

Историко-философское осмысление данного явления показывает его универсальность и противоречивость. Кроме того, можно отметить, что в работах обсуждается вопрос о границах толерантности, тех пределах, вне которых она превращается в свою противоположность и становится интолерантностью [Там же].

В. А. Петрицкий считает, что толерантность есть терпимость субъекта по отношению к другому субъекту, несмотря на возможную первоначально негативную оценку; признание права на существование иных вкусов, поступков, стиля поведения, образа мыслей, отличных от моих, и, шире, – иной культуры; внутренне осознанная терпимость, основанная на нравственно-понимающем сопереживании [10].

В. А. Лекторский, анализируя толерантность и рассматривая возможные способы ее понимания, трактует ее как расширение собственного опыта посредством критического диалога. Данное понимание толерантности демонстрирует, что на деле каждая культура, или ценностная, познавательная система, не только вступает в борьбу с другой системой, но и пытается учитывать ее опыт, расширяя тем самым свой собственный [6]. Такое понимание толерантности, на наш взгляд, весьма перспективно.

По мнению Р. Р. Валитовой, феноменологической основой теории толерантности является отношение «Я» – «Другой», реализующееся в диалогическом общении. Специфика феноменологического аспекта теории толерантности состоит в том, что объектом теории оказывается сам исследуемый феномен, т. е. толерантность как определенное качество личности, выражающееся в определенном поведении в отношении «другого». Р. Р. Валитова характеризует толерантное отношение к Другому, как к свободной, равнодстойной личности. Оно состоит в добровольном и сознательном подавлении чувства неприятия, вызванного определенными свойствами Другого, как внешними (расовые, национальные особенности), так и внутренними (исповедуемая религия, чтимые традиции, нравственные предпочтения), в настроенности на диалог и понимание Другого, отказе от привилегии первого лица, признании и уважении его права на отличие [3].

В психологической литературе рассматриваются проявления толерантности, ее показатели. Авторы трактуют толерантность как готовность и способность че-

ловека жить и конструктивно действовать в многообразном мире. Так, А. Г. Асмолов и Г. У. Солдатова видят ее проявления как уважение и признание равенства, отказ от доминирования и насилия, признание многомерности и многообразия человеческой культуры, норм, верований, отказ от сведения этого многообразия к единообразию или к преобладанию какой-то одной точки зрения. По мнению А. Г. Асмолова, термин «толерантность» выражает три пересекающихся значения: 1) устойчивость, выносливость; 2) терпимость; 3) допуск, допустимое отклонение [1, с. 8].

В ряде научных трудов понятие толерантности соотносится с установкой, т. е. с готовностью, предрасположенностью определенным образом воспринять, понять, осмыслить объект или действовать по отношению к нему [1]. В данном контексте понимание толерантности связано с истолкованием личностных свойств индивида. С одной стороны, это константное и чуть ли не врожденное качество, обусловленное жесткими психологическими конструктами, с другой – поддающееся психологической коррекции посредством изменения установок. Иными словами, толерантность как личностное свойство определяет отношение человека к другим людям (например, положительное или отрицательное).

В социологии возможность рассматривать толерантность/интолерантность как социальный феномен связывается с методологическими основаниями теории социального действия. Как действие определяется социологами и само понятие «толерантность» – готовность принять «других» такими, какие они есть, и взаимодействовать с ними на основе понимания и согласия. Социологическое исследование толерантности обнаруживает взаимосвязь этого феномена с условиями ситуации (объективная реальность) и субъективными факторами (субъективная реальность), а также его атрибутивную принадлежность всем компонентам системы социального действия, включающего такие подсистемы, как личность (деятель, актор), ситуация действия, сами акты социального действия или взаимодействия. Понимание толерантности в контексте теории социального действия опирается на представление о том, что это свойство принадлежит всем элементам его структуры: потребностям, интересам, находит свое воплощение в идеях (как проекте движения к удовлетворению потребностей), мотивах (т. е. потребностях, содержательно обогащенных смыслом) и целях [7].

Детальный анализ различных подходов к определению понятия «толерантность» выявляет не только разногласия авторов относительно природы толерантности, ее свойств, личностных репрезентаций, но и высвечивает несколько нерешенных проблем. Во-первых, недостаточно обоснована внутренняя структура толерантности, которая включает в себя, по мнению авторов, различные элементы (терпение, сдерживание, пассивность и т. д.). Во-вторых, в проанализированных работах, на наш взгляд, нет четкой границы между целями и функциями толерантности как социального и психологического явления. В третьих, данное понятие недостаточно используется специалистами на практике, в частности в управленческой и профессиональной деятельности, в сфере социальных коммуникаций. Понятие толерантности, его содержание и практическое применение должны быть, на наш взгляд, более четко обоснованы. В четвертых, понятие «толерантность» очень близко к понятию доверия, иногда некоторые исследователи говорят о сближении и проникновении содержания этих понятий. Доверие и недоверие как одна из нравственных и духовных проблем человечества была всегда актуальна и по-разному решалась в разные исторические периоды. По результатам исследования уровня межличностного и межнационального доверия и недоверия россиян различных регионов, была выявлена четкая иерархия уровней доверия: от максимального доверия членам семьи, ближайшим родственникам и друзьям (ближайший круг), к меньшему – коллегам по работе и соседям (близкий круг),

людям своей национальности (виртуально близкий круг), представителям других национальностей (дальний круг). Уровень обобщенного доверия занимает промежуточное положение между уровнем межличностного и внутриэтнического доверия, с одной стороны, и уровнем межэтнического доверия – с другой [8].

Толерантность является нравственной категорией, поскольку предполагает целый ряд признаков, представляющих качества духовной культуры личности: способность осознать принадлежность к своей национальной культуре и понимать чужую культуру; осуществлять нравственный выбор; уметь поставить себя на место другого; быть отзывчивым; избегать жестких категоризаций, стереотипов и суждений, препятствующих межкультурному диалогу.

Формирование толерантности приобретает особое значение в системе современных социальных и профессиональных коммуникаций, выходящих за национальные рамки. Толерантное поведение является необходимым условием управления процессами современной экономики, имеющей все более ярко выраженный сервисный характер. Характерной чертой современной сервисной деятельности является не просто предоставление услуг, но удовлетворение расширяющихся социальных и духовных потребностей людей, включая эмоциональные.

Какие проявления толерантного поведения в наибольшей степени востребованы в процессах event-сервиса? Почему без формирования толерантности как качества участника сервисной деятельности невозможны проектирование и реализация успешного мероприятия? Для ответа на эти вопросы необходимо обратиться к характеристике специфики event-сервиса как одного из современных видов сервисной деятельности.

В настоящее время event'ы, или специально подготовленные и проведенные мероприятия, приобретают все большее значение в качестве инструмента воздействия на целевые аудитории. Ивент-менеджмент в своей концептуальной идеологии предполагает ориентацию организуемых мероприятий на эмоциональное восприятие аудитории, позитивное освещение в СМИ и отклик со стороны социальных групп. Превращение стандартных мероприятий в исключительные и неповторимые события составляет основу event-менеджмента. Проведение таких событий должно учитывать, что они неповторимы по своей сути, рискованны и требуют высокой степени ответственности. Event-менеджмент включает в себя действия от постановки цели и увязывания ее со стратегическими задачами, оперативным планированием до проведения мероприятий в заранее определенных пространственно-временных рамках.

В центре event-менеджмента находится целевая аудитория проектируемого события и заказчики проведения данного мероприятия. Каждое событие создается с конкретной целью, а сам процесс создания мероприятия является прикладной областью менеджмента, которая включает в себя управление планированием, проведением и профессиональной реализацией специальных мероприятий, к которым, например, можно отнести фестивали, государственные праздники, спортивные соревнования и т. п. Кроме того, к сфере событийного менеджмента относят бизнес-мероприятия, встречи, выставки, конференции, форумы, саммиты, а также частные мероприятия, например свадьбы, юбилеи и т. п.

Таким образом, сущность событийного менеджмента проявляется в управлении организацией специальных мероприятий. В этой связи отправной точкой event-менеджмента выступает определение характера события, повода для проведения мероприятия, в соответствии с которыми формируются цель и задачи организации события.

В зависимости от характера мероприятия, можно выделить следующие типы событий:

- социально-ориентированные: спортивные мероприятия и соревнования, праздники, пропаганда, массовые гуляния, музыкальные выступления, концерты;
- деловые: семинары, выставки, конференции;
- благотворительные: мероприятия по сбору средств, открытие фондов;
- особо значимые: годовщины, церемонии, поздравления, открытия социальных объектов, торжества;
- рекламные и маркетинговые: акции, распродажи, открытие новых торговых точек и т. п. Следует отметить, что одно событие может по своему характеру относиться к двум типам, как например, организация праздника, посвященного годовщине основания города.

Развитие событийного менеджмента как явления современной экономики и социальных коммуникаций обусловлено, в первую очередь, тем, что организация и управление проведением любого мероприятия требует значительных интеллектуальных и материальных затрат, а также времени.

Поэтому вопросы эффективного управления в событийной сфере обусловили развитие ивент-менеджмента, к которому относят: определение конечных целей события, формирование совокупности задач, достижение желаемого общественного резонанса в результате его организации. В настоящее время событийный менеджмент представляет собой также один из эффективных PR-инструментов, применение которого предполагает получение определенного эффекта в плане влияния на потребности и интересы общественных групп.

Сфера ивент-менеджмента не распространяется на случайные, спонтанные или внезапные мероприятия. Таким образом, событийный менеджмент включает в себя все действия и меры, которые предусматриваются при планировании, организации, контроле и управлении проектом или событием, с тем чтобы проводимое мероприятие стало исключительным. Это достигается не только за счет оригинальности идеи, но и за счет донесения ее до целевой аудитории, а также способа ее подачи и представления. По своему содержанию событийный менеджмент представляет собой комплексную программу управления проектом реализации конкретного мероприятия. В соответствии с концепцией управления проектами, как и любой проект, любое событие, относящееся к сфере событийного менеджмента, имеет свое начало и логичное завершение [9].

При разработке мероприятия, его концепции работники данной сферы должны проявить культурную и социально-психологическую компетентность, т. е. понимание ценностных установок, психологической и социальной идентичности целевой аудитории, заказчиков, всех участников event'a. Получение эмоционального отклика как важнейшей цели любого мероприятия предполагает способность вжиться во внутренний мир его потенциальных участников, эмпатию, терпимость к различиям по сравнению с собственной идентичностью, их принятие. Необходимый эмоциональный отклик у целевой аудитории можно получить за счет учета при проектировании ментальных установок ее представителей, воздействия на эмоционально окрашенные представления, чувства людей, использования в процессе разработки и проведения мероприятия действенных образов и символов.

В ходе подготовки мероприятия менеджер, как правило, взаимодействует с представителями разных бизнес-, социальных, культурных, этнических групп и сообществ. Эффективное вовлечение и использование их ресурсов предполагает толерантное отношение к социальным и этнокультурным особенностям, способность к конструктивному сотрудничеству. Подготовка события в целом ряде случаев (когда речь идет о разнообразных формах международных мероприятий или event'ов, происходящих в смешанной культурно-этнической среде) предполагает соблюдение норм делового этикета и традиций не только своей национальной

культуры, но и иной культуры, требований кросскультурного и международного менеджмента.

«Капитализация» результатов event'а, размещение информации о нем в СМИ, осуществление PR-акций предполагает создание корректных, не противоречащих принципам толерантного восприятия и не порождающих конфликтов культурных смыслов, зафиксированных в текстах, арт-продуктах.

Таким образом, различные элементы процессов ивент-сервиса требуют от его участников соблюдения принципов толерантности, понимаемой как терпимость к социальным и этнокультурным различиям, использование знаний в сфере кросскультурной коммуникации, эмпатии. Сфера event-сервиса, таким образом, становится площадкой, в рамках которой вырабатываются качества личности, способной эффективно, без конфликтов коммуницировать в сложной, пестрой в социальном и культурно-этническом отношении среде.

Большое значение имеет категория доверия, входящая в феномен терпимости. Доверие, как качество личности, востребовано при организации любого мероприятия, проявляется в уважении к партнерам, потребителям, персоналу. В современном мире остроактуален вопрос доверия и принятия другого человека, особенно в многокультурной среде.

Проводя и организовывая любое мероприятие, необходимо знать, на какую целевую аудиторию оно рассчитано, и, исходя из этого знания, планировать содержание мероприятия. На наш взгляд, в условиях быстро меняющейся культурной и социальной среды эти знания и такое качество личности, как терпимость, необходимо развивать у персонала, который участвует в организации и проведении мероприятий.

В процессах event-сервиса важно принятие мнения партнера и заказчика, умение приходиться к согласованному пониманию концепции мероприятия; при его организации и проведении учитывать пожелания и возможности заказчика и потребителя; уметь быстро принимать решения в меняющейся культурной среде; формировать у персонала качества, позволяющие решать коммуникационные и организационные задачи.

Литература

1. Асмолов А. Г., Солдатова Г. У. О смыслах понятия «толерантность» // Век толерантности : науч.-публ. вестн. – 2001. – № 1. – С. 8–18.
2. Бардиер Г. Л. Социальная психология толерантности. – СПб. : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2005.
3. Валитова Р. Р. Толерантность: порок или добродетель? // Вестник Московского ун-та. Сер. 7 : Философия. – 1996. – № 1. – С. 33–37.
4. Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка : в 4 т. – М. : Гос. изд-во иностранных и национальных словарей, 1955. – Т. 4. – С. 402.
5. Лебедева Н. М. Теоретико-методологические основы исследования этнической идентификации и толерантности в поликультурных регионах России и СНГ // Идентичность и толерантность / под ред. Н. М. Лебедевой. – М. : Изд-во Ин-та этнологии и антропологии РАН, 2002. – 105 с.
6. Лекторский В. А. О толерантности // Философские науки. – 1997. – № 3, 4. – С. 14–18.
7. Мацковский М. С. Толерантность как объект социологического исследования // Межкультурный диалог: исследования и практика / под ред. Г. У. Солдатовой, Т. Ю. Прокофьевой, Т. Л. Лютой. – М. : Центр СМИ МГУ им. М. В. Ломоносова, 2004. – С. 143–148.
8. Мукомель В. И., Рыжова С. В. Доверие и недоверие в межнациональных отношениях // Социологические исследования. – 2017. – № 1. – С. 37–46.
9. Нестеров А. К. Ивент-менеджмент // Образовательная энциклопедия ODiplom.ru. – URL: <http://odiplom.ru/lab/ivent-menedzhment.html> (дата обращения: 06.06.2018).

10. Петрицкий В. А. Толерантность – универсальный этический принцип // Известия Санкт-Петербургской лесотехнической академии. – СПб., 1993. – С. 139–151.

Irena Vasil'evna Neuimina,

Senior lecturer, the Ural Federal University
named after the First President of Russia B. N. Yeltsin
(Ekaterinburg)

Olga Sergeyevna Porshneva,

Doctor of History, Professor, the Ural Federal University
named after the First President of Russia B. N. Yeltsin
(Ekaterinburg)

**Tolerance as a Quality of Personality and Its Role
in the Implementation of Task Event**

The article focuses on the tolerance considering it as a personality quality relevant to the needs of modern service activities and processes, especially to event-service. The authors analyze scientific approaches to the concept of tolerance; they also substantiate the understanding of this phenomenon matching the tasks of service activities. The article also highlights the specificity of event-service as one of the modern types of service activities, which determine requirements for the participants of service processes. The ability to cooperate, cultural competence, empathy, tolerance for differences, acceptance of the Other proved to be the key characteristics of the service subjects. The use of these approaches constitutes event management, on which the success of the organization of any event depends.

Key words: tolerance; service activity; event-service; event-management.