

**ЧЕРНЫШЕВА Татьяна Леонидовна***Новосибирский государственный технический  
университет (Новосибирск, РФ);  
кандидат филологических наук, доцент;  
tablack@mail.ru*

## Влияние национального менталитета на развитие сервиса в России

*В статье утверждается идея о том, что национальный менталитет, каким его видели такие выдающиеся русские мыслители, как Ф.М. Достоевский, В.С. Соловьев, Н.А. Бердяев, Г.П. Федотов, Н.С. Трубецкой, и другие, оказывал и оказывает существенное влияние на развитие сферы услуг в России. Анализируя его особенности, сильные и слабые стороны в преломлении к созданию комфортной среды обитания в стране, совершенствованию коммуникационного климата, сопутствующего высокому уровню оказания услуг, представляется важным наметить пути коррекции существующих национальных типов реакций. Автор считает необходимым создание целой комплексной программы, направленной на прорывное качественное изменение человеческого капитала в сервисной сфере. Сервисный персонал – это люди, которые изо дня в день контактируют с населением страны, невольно являясь трансляторами определённых эмоций, идей и ценностей. Своим поведением труженики сервиса должны демонстрировать одновременно положительные и близкие к национальному идеалу формы межличностного общения, которым захотелось бы подражать гражданам России. Таким образом возрасла бы культура гражданственности в нашей стране. В статье сопоставляются мнения русских мыслителей кон. XIX – нач. XX вв., прежде всего Ф.М. Достоевского, оказавшегося пророком многих произошедших в XX веке трагических событий в России, с характеристиками современной отечественной сферы услуг и делается вывод о том, что между ними наблюдается явная корреляция. Выявлены особенности национальной ментальности, обозначен ряд коренящихся в них проблем сервисной индустрии в России, указаны некоторые способы их решения.*

**Ключевые слова:**  
*национальный менталитет,  
традиционная российская  
культура, национальные типы  
реакций, идея служения,  
сфера сервиса,  
качество обслуживания,  
эмоциональный интеллект*

Сфера услуг в нашей стране стала самостоятельной областью предпринимательства сравнительно недавно, и это произошло не только по причине молодости рыночных отношений и низкого уровня жизни россиян, но

и норм достаточно аскетичного существования, коренящегося в традиционной российской культуре, ориентированной на православный социокод [10]. Сферы услуг и быта являлись теми зонами деятельности, в кото-

рые инвестиции осуществлялись по остаточному принципу, чем и можно объяснить тот факт, что и сегодня целый ряд общественных потребностей остаётся удовлетворённым лишь частично. Овладение новыми технологиями сервисной деятельности в России идёт не очень интенсивно, а главное, неравномерно по сферам услуг и непосредственно по населённым пунктам [12]. Качественный сервис получают в основном в организациях, чья целевая аудитория – это по платёжеспособности люди выше среднего класса, при том, что большинство малорентабельных сервисных секторов остаются не покрытыми приемлемым обслуживанием. В первую очередь это касается областных и муниципальных объектов здравоохранения, образования, быта, досуга, малорентабельных сервисных организаций, в которые частный капитал не вкладывает существенных средств, а именно такие организации в большом количестве необходимы гражданам нашей страны. В среднем низкому уровню обслуживания способствует и преимущественно теоретическая, не практико-ориентированная подготовка будущих тружеников сервисной сферы [15, 16].

Ведь услуга неотделима от производителя, и именно поведение персонала оказывает огромное влияние на оценку качества сервиса клиентами. Сегодня, в эпоху индивидуализации отношений с потребителями услуг, компании задумываются о методах выстраивания длительного с ними взаимодействия, что требует инвестирования времени и средств в карьеру сотрудников в первую очередь.

Хотя за последние двадцать лет отечественный сервис освоил множество новых для нашего общества видов услуг, таких как имиджмейкинг, консалтинг, инжиниринг, лизинг, клининг, психологическое и семейное консультирование, рекламные, дизайнерские, культурно - развлекательные услуги, игровой и шоу-бизнес и др., однако нельзя не отметить несоответствие уровня и состава предлагаемых потребителю услуг международным

требованиям и стандартам.

Актуальность данного исследования заключается в том, что имеет место значительный разрыв между состоянием сервисной индустрии в России и в странах Западной Европы, в США. В связи с этим необходимы новые меры, которые могут привести к объединению усилий представителей отечественной сервисной индустрии, научно-образовательного сообщества по интенсификации разработки прорывных образовательных технологий и внедрению их в рамках программы тренингов на сервисных предприятиях страны, в вузах, где обучаются будущие труженики сервиса. Каждый тренинг должен быть посвящён выработке навыков, в определённой степени противоречащих некоторым традиционным национальным типам реакций, однако мотивирующей основой для этой выработки должны служить именно ценные духовные установки национальной ментальности. Для этого и необходимо её изучение: грамотная организация бизнес-процессов в стране должна строиться на национальной ценностной платформе.

Новизна данного исследования, в процессе которого автором были применены методы наблюдения, сбора материала, опроса студентов, анализа литературных, публицистических и философских источников, видится в обосновании необходимости создания комплексной образовательной программы, которая позволит скорректировать некоторые не способствующие прогрессу сферы сервиса национальные типы реакций, которые демонстрируют её представители на рабочих местах, и укрепить те из них, которые могут поднять культуру обслуживания в России на добавляющую ей высоту. Программа должна быть инициирована государственными структурами и реализовываться в первую очередь в тех государственных учреждениях сервиса, для которых коммерческие тренинги по технологиям продаж и искусству общения с клиентами были и есть недоступны.

Цель работы – доказать, что образова-

тельные программы, направленные на сервисный персонал, не должны быть «кальками» западных, как это в основном происходит сейчас, поскольку, во-первых, их суть для слушателей хотя и представляется эффективной, но подчас трудно реализуемой на практике; во-вторых, попытка привить чужеродные установки чревата окончательным размыванием собственных национальных ценностей. Позитивные установки, способствующие процветанию бизнеса в России, должны основываться на национальной ценностной платформе.

Задачи состоят в выявлении черт национальной ментальности, являющиеся первоисточниками ряда важнейших проблем, стоящих перед отечественной сферой обслуживания, в констатации наличия потенциального духовного ресурса мотивации на коренное изменение отношения тружеников сервиса к своему труду в виде концепта служения – основы комплекса национальных представлений, входящих в русло Русской Идеи<sup>1</sup>.

Весь мир сегодня занят деятельностью, направленной на преобразование самого человека, удовлетворение его потребностей путём активного, преобразующего отношения к миру. Совершается глобальный взаимообмен ценностями, организации и люди обслуживают друг друга, научившись получать от этого удовольствие. К сожалению, на наш взгляд, отечественный сервисодатель в большинстве своём пока очень далёк от осознания того, что процесс соотнесения потребностей клиента с возможностями организации, воспринимаемый как акт служения людям, может вызывать положительные эмоции, хотя по своему менталитету именно Россия была близка идее служения. И здесь неизбежно встаёт вопрос о том, что корни проблем современного сервиса следует искать ни в чём ином как в национальном менталитете россиян.

Национальный менталитет— это сово-

купность специфических типов психологических реакций на явления окружающей действительности, свойственных представителям определённой социально-этнической общности, сказывающихся на её образе мышления и поведения, на самовосприятии и восприятии окружающего мира. В национальном менталитете находят отражение конкретные экономические, культурные и природные условия существования данной общности, сложившиеся в процессе долгого совместного проживания. Ведь переходящая от поколения к поколению совокупность черт обязана как генетике, так и существованию в определённом окружении – пространственно-ландшафтном, климатическом, духовном, политическом, символическом, которые и составляют собой окружение культурное [4, 8, 17].

Итак, два уровня национального менталитета – это генетический и приобретённый. Генетический – это то коллективное бессознательное, которое практически не подвергается изменению. Современные исследователи считают, что генетической особенностью русского национального менталитета является правополушарное мышление – мышление творческое, чувственное, иррациональное. Доминирование невербальных средств передачи информации в речевой практике русских – жестов, мимики, пауз, сильное интонирование речи свидетельствуют о правополушарном типе. Уровень приобретённый – это то, каким образом повлияла на нацию окружающая среда, исторические события. На сформированный средой тип поведения также очень трудно повлиять, но все же легче, чем на обусловленный генетикой. По мнению многих исследователей, русское этническое самосознание основывается на таких концептах, как духовность, смирение, страдание, особый путь<sup>2</sup>. Русский человек склонен к апа-

<sup>1</sup> Русская Идея / Сост. и авт. вступ. статьи М.А. Маслин. М.: Республика, 1992. 496 с.

<sup>2</sup> Бердяев Н.А. Русская идея. Основные проблемы русской мысли XIX века и начала XX века // Мыслители русского зарубежья. Бердяев, Федотов. СПб., 1992. С. 37-228.; Иванов Вяч. О русской идее / Русская Идея. М.: Республика, 1992. С. 226-241.; Карсавин Л.П. Во-

тии, поискам виноватого в его личных неудачах и ожиданию внезапного будущего благоденствия.

В сер. XX в. британский антрополог Джеффри Горер получил Нобелевскую премию за исследование русской психологии. Горер установил, что русский человек склонен к стратегии избегания. Причину этого учёный увидел в способе пеленания младенцев. Традиция плотного укутывания предполагает выпрямление конечностей ребёнка, при котором он не в состоянии освободиться и осуществить желаемое действие. Данный фактор, по мнению Горера, формирует особую жизненную стратегию, основанную на психологии подчинения: как ни старайся, ничего не получится. Поэтому столь характерно для национального менталитета ожидание чуда и отсутствие дифференциации социальных ролей [4, 11].

Необходимо отметить пристальный интерес отечественной философии к этнонациональной ментальности. Практически все российские мыслители XIX – первой половины XX в. оставили свои наблюдения на эту животрепещущую тему. Среди них П.Я. Чаадаев, И.В. Киреевский, братья Аксаковы, А.С. Хомяков, Н.Я. Данилевский, К.Н. Леонтьев, К.Д. Кавелин, В.О. Ключевский, С.М. Соловьёв, В.С. Соловьёв, В.В. Розанов, Н.А. Бердяев, С.Н. Булгаков, С.Л. Франк, И.А. Ильин, Г.П. Федотов, Н.С. Трубецкой, Л.П. Карсавин и др. Особенностью национального мышления, проявленной философами, можно считать именно диалектику национального и общечеловеческого в культуре как доминанту [14].

Проблема русской ментальности занимает центральное положение в творчестве Ф.М. Достоевского, которое в целом можно охарактеризовать как художественную энциклопедию народной психологии.

Моделирование автором ситуаций в произведениях отвечает сознательному поиску «русского решения вопроса», ему же подчинены множественные «включения» высказываний различных героев по поводу той или иной особенности национального характера, встречающиеся в текстах [13]. Эти «включения» роднят романы Достоевского с его оригинальным публицистическим произведением «Дневник писателя», где актуальность для художника проблемы русской ментальности выразилась во всей своей заострённости. Рассуждения на всевозможные темы, связанные с жизнью России, неизменно приводили автора «Дневника» к обсуждению черт русской национальной психологии. Вновь и вновь обращаясь к вопросу о необходимости осознания Россией важности собственной самобытности, восприятия этой самобытности как ценности, Достоевский именно в русском наборе черт видел задатки, способные в дальнейшем привести к осуществлению великого дела объединения всех наций на основах добра, правды и справедливости. *«Я просто только говорю, что русская душа, что гений народа русского, может быть наиболее способны, из всех народов, вместить в себя идею всечеловеческого единения, братской любви, трезвого взгляда, прощающего враждебное, различающего и извиняющего несходное, снимающего противоречия. Это не экономическая черта, и не какая другая, и может ли кто отрицать и спорить, что её нет в народе русском?»*<sup>3</sup> – писал автор «Дневника». Достоевский даже выделил потребности всемирного объединения людей в своей собственной классификации потребностей, которую описывает П.М. Ершов в книге «Потребности человека» как наиболее удачную наравне с классификацией Гегеля. Множество интересов и потребностей людей Достоевский разделил по сложности их содержания: 1. По-

сток, Запад и русская идея. СПб., 1922.; Киреевский И.В. Полное собрание сочинений: В 9 т. М., 1911. Т.1, С. 216.; Радлов Э.Л. Очерк истории русской философии. СПб., 1912.; Соловьёв В.С. Собрание сочинений. В 10 тт. Т.2. СПб., 1911.; Соловьёв В.С. Письма. Т.1. СПб., 1908.

<sup>3</sup> Здесь и далее цитаты по изданию: Достоевский Ф.М. Полное собрание сочинений: В 30 тт. Л.: Наука, Ленингр. отд-е, 1972-1990. Т. 26. С. 131.

требности в материальных благах; 2. Потребности познания. 3. Потребности всемирного объединения людей [6]. В творчестве писателя воплотилась главная мысль Русской Идеи – о служении России всему человечеству, именно всему, а не какому-либо отдельному человеку, и служении бескорыстном, не за деньги. Многочисленные персонажи романов Ф.М. Достоевского только и занимаются тем, что «хлопочут» в различных инстанциях по просьбе своих клиентов, устраивают свадьбы, юбилеи и многие другие мероприятия, повинувшись внутреннему почину [10]. Вокруг неспособности ради денег потерять человеческое достоинство как сюжетной основы строятся самые известные романы Достоевского (Раскольников убивает старуху-процентщицу, но расплачивается за это тяжелейшим моральным кризисом; Дмитрий Карамазов оказывается невиновным в смерти отца, которого он прилюдно обещал убить ради денег, что спровоцировало действия Смердякова; Рогожин «торгует» Настасью Филипповну, предлагая ей деньги, а она бросает их в камин, откуда приказывает забрать их голыми руками: «А я на душу твою полюбуюсь, как ты за моими деньгами в огонь полезешь»). Именно в неэкономическом служении человечеству Достоевский видел особенность России и её богатый потенциал: «Нет, народ наш не матерьялист и не развращён ещё настолько, чтоб думать об одних только насущных выгодах и о положительном интересе. Он рад духовно, если предстанет великая цель, и примет её как хлеб духовный»<sup>4</sup>. Будучи в курсе неудовлетворительного экономического состояния в России, её стратегической уязвимости, бедственного положения науки и просвещения, Достоевский находил недопустимым «ценить всё на деньги». Прежде всего важен человек, а «деньгами ни за что не купишь всего»<sup>5</sup>. В большинстве проявлений простого русского народа Достоевский видит

«прежде всего веру в идею, идеал, а личные, земные блага лишь потом»<sup>6</sup>. Это представление о русском народе как о не имеющем идеала стяжательства, незанятом погоней за материальными благами, то есть как бы «выпадающем» из общего для западноевропейских народов круга интересов и занятий и способном благодаря этому создать внутри себя новое слово для всего идущего неправильным путём человечества, послужило фундаментом целого комплекса философских генерализаций русских мыслителей. Осознавая русскую бессребрянность как духовную ценность, они призывали к её сбережению. Так, Г.П. Федотов, предупреждая об искушении «золотым тельцом» уже в XX веке, пишет: «Если этот идеал станет главным содержанием жизни 1/6 части земного шара, то следует сказать: эта страна потеряна для человечества, этот народ зря гадит свою прекрасную землю»<sup>7</sup>.

Философы подчёркивали, что интуиция, чувство являются для русского человека гораздо более авторитетными средствами познания, чем аргументы разума, поскольку эмоциональное восприятие действительности создаёт атмосферу реального духовного существования, организует связи любви, сочувствия, взаимопонимания, необходимые русской душе. Разум, который абстрагирует из содержания только количественные определения, отношения во времени и пространстве, беден, односторонен и неизбежно заходит в тупик. Приоритет сердечного знания, разума сердца в русском человеке был очевиден для Достоевского, Соловьёва, Бердяева, Ильина («созерцание сердцем») и ценим как высший тип рефлексии, тип «бессознательного знания». Хорошо понимая выгоды рационалистического представления действительности и его дефицит в русском сознании, Достоевский совершенно в русле идей И.В. Киреевского и А.С. Хомякова искал возможности обретения

<sup>4</sup> Достоевский. Т. 23, с. 70.

<sup>5</sup> Достоевский. Т. 21, с. 23.

<sup>6</sup> Достоевский. Т. 22, с. 41.

<sup>7</sup> Федотов Г.П. Письма о русской культуре // Русская Идея. М.: Республика, 1992. С. 404.



знания, примиряющего разум и веру, однако он понимал, что при усилении рационального начала может быть утрачена первожданность и чистота истины духовной. Именно благодаря приоритету душевности, по мнению Достоевского, в русском человеке живы такие качества, как искренность, бескорыстие, простодушие, жертвенность, жалостливость. Вот почему добровольную жертву ради сербов Достоевский считал проявлением русского духа: *«Выгода России именно, коли надо, пойти даже и на явную невыгоду, на явную жертву, лишь бы не нарушить справедливость»*<sup>8</sup>. Находя в её истории примеры подобного служения человечеству в ущерб своим «текущим» интересам, идею служения России миру вслед за славянофилами и Достоевским выскажут Вл.С. Соловьёв, П.А. Флоренский, С.Н. Булгаков, Н.А. Бердяев. Склонность русского народа к общественной организации, основанной на желании взаимопомощи, отмечали не только А.С. Хомяков и И.В. Киреевский, но и А.И. Герцен, В.Г. Белинский и К.Д. Кавелин. Как раз эта черта, по мысли Достоевского, является залогом того, что Россия способна объединить собою все народы, показав погрязшей в мелочных заботах о «текущей» выгоде западной цивилизации свет Высшей справедливости, радость обладания богатством настоящим, *«которое не в золотых платьях заключается, а в радости общего соединения и в твёрдой надежде каждого на всеобщую помощь в несчастье»*<sup>9</sup>. Достоевский верил в уникальную народную возможность сосредоточения всех усилий в едином порыве ради одной великой цели, которому предшествует традиционная русская апатия и ожидание действия извне. Необходимость руководящей идеи, способной сплотить силы нации, Достоевский ощущал как у простого народа, так и у представителей дворянства. Он понимал, что для того, чтобы сдвинуть с места инертную машину какого-либо начинания в

России, необходим чрезвычайный духовный стимул, мобилирующий народные силы. Таким стимулом он считал стимул к благородству, и тогда *«...вас изумит та степень свободы духа, которую проявит народ перед гнѣтом материализма, страстей, денежной и имущественной похоти и даже перед страхом самой жесточайшей мученической смерти»*<sup>10</sup>.

В процессе анализа произведений Достоевского становится очевидным принцип соотнесённости с антиномичной совокупностью чужеродных черт, который имеет системный характер. В результате исследования оценок Достоевского можно выделить несколько базовых оппозиций, которые являются основополагающими в характеристике автором различия русского и западноевропейского сознания. Нетрудно убедиться, что каждое из рассматриваемых Достоевским свойств русского национального характера является следствием предпочтения определённого варианта внутри каждой пары данных антиномичных категорий: чувство-разум, духовное – материальное, содержание – форма, коллективизм-индивидуализм, покорность-независимость, консерватизм-новаторство, потенциальность-актуализация.

Ценя и поэтому подчёркивая в первую очередь нравственные достоинства нации, обязанные своим существованием именно превалированию духовного над материальным, чувственного над рациональным и т.д., Достоевский в то же время подвергает критике некоторые серьёзные недостатки русского характера, которые на самом деле также являются результатом вышеобозначенного выбора.

В русле идей славянофилов, находящихся в поиске идей цельного знания, Достоевский остро чувствовал потребность в тех психологических началах русской ментальности, которые позволят создать более гармоничную среду обитания в России. Как раз они и нужны

<sup>8</sup> Достоевский. Т. 23, с. 45.

<sup>9</sup> Достоевский. Т. 25, с. 61.

<sup>10</sup> Достоевский. Т. 25, с. 15.

для развития сферы обслуживания, для создания полнокровно функционирующей экономики сервиса в России. Противоречие заключается в том, что для этого необходимы критикуемые Достоевским в европейцах качества, которые у русских выражены недостаточно. Дело в том, что единение в противовес западному отчуждению, коллективизм вместо западного индивидуализма, а также внимание к вопросам духовной жизни при небрежении к проблемам материального плана не иницируют способности к деятельному творчеству, направленному на реальную действительность. П.Я. Чаадаев, в «Философических письмах» утверждал, что *«самой главной чертой нашего исторического облика является отсутствие свободного почина в нашем социальном развитии»*<sup>11</sup>. Созерцательность России и «креативность» Запада резко контрастируют, страсть к преобразованию не свойственна русским. Иллюзорность, бесплодная мечтательность, склонность к всевозможным фантазиям и утопиям господствуют на месте трезвого расчёта, осознания своих возможностей, реалистичного представления будущего, присущего западному образу мысли. Чаадаев подчёркивает алогичность русского мышления, его иррационализм и беспорядочность, что неизбежно влечёт за собой невозможность правильного и гармоничного жизнестроения. Русская «неправильность», «неупорядоченность» сказывается, по Чаадаеву, в неразработанности норм и правил, незнании каких-либо сдерживающих факторов, в органической нелюбви к закону благодаря русской неоседлости, нестабильности (*«Мы все имеем вид путешественников»*)<sup>12</sup>. О русском образе мысли, разбрасывающейся и только все время ищущей на чём бы ей сосредоточиться, писали В.С. Соловьёв,

Н.А. Бердяев, Г.П. Федотов и другие<sup>13</sup>. В.С. Соловьёв говорил даже о недоверии к разуму у русских: *«Наблюдая особенности нашего характера, – пишет он, – легко заметить, что чисто русский даровитый человек отличается именно крайним недоверием к силам и средствам человеческого ума вообще и своего собственного в частности, а также глубоким презрением к отвлечённым умозрительным теориям, ко всему, что не имеет явного применения к нравственной или материальной жизни. Эта особенность заставляет русские умы держаться по преимуществу двух точек зрения: крайнего скептицизма и крайнего мистицизма»*<sup>14</sup>. Беспорядочность мысли сказывается на качестве процесса принятия решений, скорости реакций в мыслительных операциях, а потому, замечает Достоевский в «Дневнике», – *«чуть явится вдруг важный вопрос – и все у нас тотчас же в разногласицу»*. В решении всех вопросов Достоевский видит *«нерешимость и несогласие на всякое решение, на какое бы ни было даже решение»*<sup>15</sup>. Отсутствие организаторского таланта обнаруживает себя в беспорядочности всей общественной жизни: *«Посмотрите на сотни, на тысячи наших внутренних и обыденных текущих вопросов – и что за всеобщая шатость, что за неустановившийся взгляд, что за непривычка к делу!»*<sup>16</sup>, *«пожирание основных своих фондов, сжигание свечки с обоих концов»*<sup>17</sup>, которое Достоевский называет «чисто русским явлением», непонятным Европе.

Таким образом, почти у каждого положительного свойства русского характера, рас-

<sup>11</sup> Россия глазами русского: Чаадаев, Леонтьев, Соловьёв. СПб.: Наука, 1991. С. 151.

<sup>12</sup> Чаадаев П.Я. Статьи и письма. М.: Современник, 1989. С. 41.

<sup>13</sup> Бердяев Н.А. Русская идея. Основные проблемы русской мысли XIX века и начала XX века / Мыслители русского зарубежья. Бердяев, Федотов. СПб.: 1992. С. 37-228.; Соловьёв В.С. Письма. Т.1. СПб., 1908; Федотов Г.П. Письма о русской культуре / Русская Идея. М.: Республика, 1992. С. 379-420.

<sup>14</sup> Соловьёв В.С. Собрание сочинений: В 10 тт. Т.2. СПб., 1911. С. 241.

<sup>15</sup> Достоевский. Т. 23, с. 41.

<sup>16</sup> Там же.

<sup>17</sup> Достоевский. Т. 25, с. 138.

смастриваемого Достоевским, оказывается обратная негативная сторона.

Так, парадоксальность, противоречивая двойственность русской природы, отмечаемая Достоевским в качестве доминантного свойства, определяющего и во многом объясняющего наличие некоторых других, является результатом предпочтения эмоционального начала рациональному в той же мере, как искренность, жертвенность, альтруизм. Гораздо позже Н.А. Бердяев, ставший в своём исследовании национального характера прямым последователем идей Достоевского, назовет эту психологическую особенность поляризованностью, то есть способностью совмещать в себе сразу два полюса – положительный и отрицательный: *«Русский народ есть в высшей степени поляризованный народ, он есть совмещение противоположностей»*<sup>18</sup>: *«депотизм, гипертрофия государства и анархизм, вольность; жестокость, склонность к насилию и доброта, человечность, мягкость; обрядовое и искание правды; индивидуализм, обострённое сознание личности и безличный коллективизм; национализм, самохвальство и универсализм, всечеловечность; эсхатологически-мессианская религиозность и внешнее благочестие; искание Бога и воинствующее безбожие; смирение и наглость; рабство и бунт»*<sup>19</sup> – пишет он. Причину этой антиномичности мыслитель видит в том, что *«два противоположных начала легли в основу формации русской души: природная, языческая, дионисическая стихия и аскетически – монашеское православие»*, а также в том, что *«в России сталкиваются и приходят во взаимодействие два потока мировой истории – Восток и Запад»*<sup>20</sup>.

Учитывая все вышесказанное, нельзя не констатировать, что как раз успешная сервисная деятельность невозможна без строгого

расчёта в планировании всех процессов, направленных на удовлетворение выявленных заранее потребностей целевой аудитории, продуманности каждого этапа взаимодействия с её представителями, наличия строгого алгоритма операций, приводящих к эффекту удовольствия потребителя. Ф. Котлер определял услугу как любое мероприятие или выгоду, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосознаны и не приводят к завладению чем-либо [9].

Однако дело в том, что понятие выгоды в национальном сознании отличалось от западного аналога, выгода понималась как выгода для души, а для неё полезнее всего лишение каких-либо материальных благ и чувственных удовольствий, которые считались греховными. Удовольствие в национальной ментальности имеет прочную соотнесённость с духовностью, которую невозможно приобрести за деньги, со смыслом. По Ожегову, духовность – это свойство души, состоящее в преобладании духовных, нравственных и интеллектуальных интересов над материальными<sup>21</sup>. По Ушакову, духовность – это отрешённость от низменных, грубо чувственных интересов, стремление к внутреннему совершенствованию, высоте духа<sup>22</sup>. Очевидно, что духовность – это резко противопоставляемая физическому естеству человека сущность с явным превалированием внутренних процессов над внешними и в то же время связанная с надындивидуальными смыслами и ценностями познающая сила. В этом познающем смысле мира одухотворённом состоянии и черпалась энергия, оно являлось ценностью в национальном сознании, удовольствие же более низкого уровня считалось не столь важным и достойным человека, можно было обойтись без него. Деятельность, направленная на человека, биологические, бытовые, социальные нужды которого поставлены во гла-

<sup>18</sup> Бердяев Н.А. Русская идея. Основные проблемы русской мысли XIX века и начала XX века // Мыслители русского зарубежья. Бердяев, Федотов. СПб.: 1992. С. 37.

<sup>19</sup> Там же, с. 38-39.

<sup>20</sup> Там же, с. 38.

<sup>21</sup> Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. М.: Мир и образование, Оникс, 2011. 736 с.

<sup>22</sup> Ушаков Д.Н. Толковый словарь русского языка. М.: Альта-Принт, 2005. 1216 с.



ву угла, традиционно не признавалась делом первоочередной важности, и поскольку она не служит глобальной, а потому великой цели спасения всего человечества, то считается мелочной, суетной, недостойной серьёзного внимания и даже своего рода блажью. В этом сказываются максимализм и парадоксальность национальной ментальности: раз нет возможности послужить на благо масштабной идее, то и размениваться по мелочам не стоит. Обычные человеческие нужды не столь значимы, чтобы рассматривать их удовлетворение в качестве первоочередных задач. Ориентир на потребности человека, являющийся свидетельством маркетингового подхода, до сих пор не доминирует при организации бизнеса в сфере услуг, что, безусловно, сказывается на качестве обслуживания. В начале 2017 г. автором статьи был проведён опрос на тему «Какие проблемы современного сервиса должны быть решены в первую очередь» студентов Новосибирского Государственного Технического Университета направления «Сервис», в ходе которого было выяснено мнение 61 студента третьего-четвёртого курсов, которые отвечали с позиции потребителей услуг. Были заявлены следующие первоочередные проблемы: низкое качество коммуникации между сервисодателем и клиентом, неоптимальное соотношение цены и качества, намеренное введение клиента в заблуждение, (обман клиента), некомпетентность персонала (незнание специфики услуги), несоответствие услуг нормам, а также отсутствие маркетингового подхода.

В ранжировании данных проблем по степени актуальности голоса студентов распределились следующим образом:

- несоответствие услуг нормам – 20%;
- незнание сервисодателем специфики услуг – 22%;
- отсутствие маркетингового подхода – 14%;
- намеренное введение клиента в заблуждение – 6%;
- неоптимальное соотношение цены и

качества – 5%;

- низкое качество коммуникационных процессов между сервисодателем и клиентом – 33%.

Исследование показало, что все выявленные проблемы злободневны и требуют скорейшего разрешения, однако проблема низкого качества общения между клиентом и сервисодателем представляется студентам первоочередной. Отмеченные обучающимися направления «Сервис» глубинные трудности сферы обслуживания удивительно точно коррелируют с некогда высказанными отечественными мыслителями представлениями о национальном менталитете, что и исследуется в данной статье.

Как известно, к важнейшим характеристикам услуги, обеспечивающим её способность удовлетворять определённые потребности, относятся надёжность, предупредительность, доверительность, доступность, коммуникативность, внимательное отношение. Надо признать, что практически все эти характеристики не могут быть отнесены к достоинствам отечественных услуг, поскольку им свойственны непостоянство качества, неумение персонала устанавливать и поддерживать отношения, неполное владение информацией об особенностях услуги.

Н.М. Бережной, пытаясь классифицировать социальные потребности, выделял: а) потребности для других; б) потребности для себя; в) потребности вместе с другими [3]. Безусловно, для сферы сервисной деятельности наиболее полно социальные потребности будут реализованы там и тогда, где и когда потребности клиента будут выступать в качестве потребностей профессионалов сферы сервиса. У нас же потребности клиента и потребности сервисодателя чаще всего противоположны друг другу. Как правило, сервисодатель не расположен методично и кропотливо решать проблему клиента. Условием того, чтобы у клиента дело сдвинулось с мёртвой точки, является только персональное сочувствие, жалость к нему со стороны сервисодателя, и вы-

звать такое индивидуализированное отношение считается особым искусством клиента. Осознавать потребности клиентов как свои собственные – это тот пока очень далёкий идеал поведения, к которому отечественным работникам сферы сервиса необходимо стремиться.

Для качественного обслуживания необходимо следование установленным нормам и правилам. Русским же всегда был свойственен правовой нигилизм. В одном ряду с предпочтением, оказываемым русским сознанием моральным ценностям в противовес материальным, находится отношение к формализации человеческих отношений. В «Дневнике» Достоевский не раз останавливался на описании фактов народного недоверия юридическим процессам. Сомнение и нелюбовь к букве закона объясняется неприязнью к чему-либо раз и навсегда устоявшемуся и потому индифферентному к каждому конкретному случаю, имеющему порой ряд неподдающихся объяснению обстоятельств. *«Убеждение, что исполнил букву, ведёт только к гордости, к формалистике и лени. Надо делать только то, что велит сердце»*<sup>23</sup>. Недостаток оформляющего начала сказывается в неразработанности всевозможных стандартов поведения в организации, стандартов качества.

На российском рынке существует миф, что качество услуги невозможно измерить по причине субъективности оценки. Действительно, оценить качество услуги гораздо сложнее, чем качество товаров, – ведь клиент не только воспринимает результат услуги, но и становится соучастником её оказания. Однако это не означает, что качество совсем нельзя измерить. Для каждой услуги существуют критерии, характеризующие качество её предоставления, и, включив эти показатели в стандарт работы компании, вполне можно выяснить, насколько оказанная конкретному

клиенту услуга соответствует данному стандарту.

За рубежом разработаны различные модели контроля качества услуг. В России они, как правило, существуют лишь в крупных западных и прозападных компаниях, которые системно подходят к регламентации своей работы и формированию корпоративных ценностей. Специфика же российского бизнеса в целом и рынка услуг такова, что отечественные компании действуют в большинстве случаев по принципу *«гром не грянет – мужик не перекрестится»*. Следовательно, и все вопросы решаются по мере возникновения или обострения проблемы.

Многие качества нельзя измерить, но можно регламентировать с помощью чёткого описания технологий работы, что поможет минимизировать такой риск, как «несохранимость» услуги. В процессе работы сотрудника любого учреждения сервиса ожидают типовые ситуации, которые могут быть прописаны в стандартах данной компании.

С клиентом зачастую не вступают в доверительный диалог и поэтому не выясняют многие тонкости – а между тем эти сведения являются очень важными. Зачастую отсутствие кропотливой работы по интервьюированию клиента является причиной множественных разрывов, возникающих в технологической цепочке производства услуги: были сформированы ожидания, однако соответствующая служба сделала определённую операцию незаблаговременно, или консультант поздно подал заявку, произошла нестыковка, потянулась цепочка отставаний, в результате пострадало качество услуги.

В российской практике нет привычки к формализации всего бизнес-процесса производства услуги – ответив на вопросы кто за что отвечает и сколько времени на это отводится – можно ускорить, убрать лишние звенья, замедляющие процесс предоставления услуги, детально прописать все процессы, протекающие на глазах у клиента, чтобы сосредоточиться на них в первую очередь. Не составля-

<sup>23</sup> Достоевский. Т. 25, с. 61.

ется регламент для каждого сотрудника компании, вступающего в контакт с клиентом.

Следствием отсутствия на русской почве внимания к оформляющему началу является небрежение внешним видом, который в сфере обслуживания не должен быть вызывающим, подчёркивающим гендерные признаки, но прежде всего ухоженным и аккуратным. Персонал – это визитная карточка своего предприятия. У нас же часто встречается администратор с проблемной кожей и неопрятной причёской в салоне красоты, медицинские сестры и даже врачи с темными кругами под глазами и нездоровой полнотой в санаторно-курортных учреждениях и медицинских центрах, артисты, педагоги – воспитатели и аниматоры с потухшим взглядом в развлекательных учреждениях и детских досуговых центрах.

И даже если у компании есть стандарты, то исполнение данных стандартов считается чем-то необязательным, нужным лишь для проверки вышестоящими контролирующими организациями.

В результате повсеместно у сервисного персонала наблюдается неумение сдерживать свои чувства, отображение внутренней оценки клиента, дискриминация по возрасту, платёжеспособности, национальной принадлежности, что проявляется в лучшем случае в индифферентизме, а в худшем – в грубости и хамстве. Можно с уверенностью сказать о низком уровне эмоционального интеллекта [1, 2, 18, 21] у обслуживающего персонала в России, коренящегося в низкой мотивации к работе на экстремуме собственных возможностей.

Высвечивая черты русского характера, которые обнаруживают приоритет сердечности над рациональностью – искренность, незлобивость, бесребрянность, жертвенность и т.д., исследователи национальной ментальности подчёркивали, что проявляются они лишь на пике эмоционального всплеска, обнаруживающего «ядро души». Нужен экстраординарный повод, особые обстоятельства,

при которых будут проявлены лучшие свойства русской души. Это же можно сказать и о ситуации обслуживания. Обслуживание будет предупредительным и внимательным, но не за счёт выполнения стандарта, чёткого следования алгоритму оказания услуги, а на особом энтузиазме, появляющемся лишь в исключительных случаях. В повседневной же жизни, редко дающей поводы к героическим благородным поступкам, по Достоевскому, русский индивид, как правило, не дотягивает до идеала, он подвержен страстям. Однако образы русского безобразника в произведениях русской литературы неразрывно связаны со страданием: *«безобразник этот прежде всего сам страдалец»*<sup>24</sup>. Отличие Стивы Облонского от заграничного Достоевский видит в том, что он не находит оправдания своим поступкам, русский Стива не доволен собой. Отечественные служащие сервисной сферы, опять же, повинувшись парадоксальной поведенческой логике, поступают с клиентами не должным образом и при этом осознают все недостойство своего поведения. Однако им ближе оказывается вариант самоосуждения, нежели преодоления собственной апатии и лени: *«Наша злобная тётка будет хмуро смотреть, посылать матом, но на самом деле, она знает, что не права. Она знает, как оно, в принципе, должно быть, но не хочет так делать. И тут главное понять, как пробить её защитный барьер. Заграничный сервис – это ослепительные улыбки, 100% вежливость и ... ощущение, что разговариваешь с роботом. У него инструкция. Шаг влево, шаг вправо – он просто не знает, как это обработать»*<sup>25</sup>.

На эту черту указывали славянофилы: поскольку западный человек занят повседневным, а не поисками бесконечного, то он *«почти всегда доволен своим состоянием: почти каждый из европейцев всегда готов, с*

<sup>24</sup> Достоевский. Т. 21, с. 36.

<sup>25</sup> Зеркало. Особенности национального сервиса. Форум. URL: <http://zercalo3.3bb.ru/viewtopic.php?id=1876> (Дата обращения: 10.02.2017).

гордостью ударяя себя по сердцу, говорить себе и другим, что совесть его вполне спокойна, что он совершенно чист перед Богом и людьми, что он одного только просит у Бога, чтобы другие люди были на него похожи... Русский человек, напротив того, всегда живо чувствует свои недостатки, и чем выше восходит он по лестнице нравственного развития, тем более требует от себя, а потому тем менее бывает доволен собой», – писал И. Киреевский<sup>26</sup>. Постоянное недовольство собой для работников сферы сервиса приводит к отсутствию иммунитета к конфликтным ситуациям, к отсутствию стрессоустойчивости. Грубость персонала также может быть объяснена максимализмом – все той же базовой национальной чертой. Достоевский описывает это качество как парадокс, заключающийся во внезапно появляющейся потребности отрицания своих самых сокровенных убеждений, приводящей к их полному ниспровержению. Склонность к разрушительству, анархии, отмечает Достоевский, присутствует не только у «безобразников и преступников», но и у «самых не отрицающих и благоговящих»<sup>27</sup>. «Забвение всякой меры во всем» приводит к тому, что как в хорошем, так и в плохом начинании человек доходит до экстремума, до крайних проявлений своего естества. Им овладевает эмоциональный порыв, аффект, который не оставляет места трезвому размышлению: какому-либо чувству «русский человек отдаётся почти беззаветно, готов порвать все, отречься от всего, от семьи, обычая, бога»<sup>28</sup>. Любой человек, даже самый добрейший, может попасть в вихрь судорожного и моментального саморазрушения: лёд и пламя – вот стихии, соответствующие русскому духу, незнающему середины. Дойдя же до последней черты, русский человек, как и весь русский народ, спасает себя сам силою собственного покаяния,

уходя в восстановление своё «с самым огромным и серьёзным усилием, а на отрицательное прежнее движение своё смотрит с презрением к самому себе»<sup>29</sup>.

На русский максимализм указывали многие отечественные мыслители различных идейных направлений. Со свойственной литературному критику прозорливостью В.Г. Белинский описывает русский характер как характер крайностей, мгновенно переходящих в свою противоположность, характер эмоциональной неуравновешенности и незнания середины: «Русский человек упивается грустью, но не падает под её бременем, и никому не свойственны до такой степени быстрые переходы от самой томительной, надрывающей душу грусти, к самой бешеной, исступлённой весёлости»<sup>30</sup>. Идеалисты-богословы связывали русский максимализм прежде всего с жизнью духа. Рассуждая о русском мистицизме, В.С. Соловьёв писал, что он «не стремится поднять силу духа осознанием его внутреннего безусловного превосходства над всякой внешностью», а ведёт к «безвозвратной потере себя в том, что поставлено выше себя, выражается, смотря по различию частных характеров, то в невозмутимом равнодушии и квиетизме, то в самоубийственном изуверстве, породивших известные секты в нашем народе»<sup>31</sup>. По мысли Соловьёва, максимализм характеризует прежде всего отношение русских к религиозным святыням, что сказывается и на мотивах их повседневных поступков. Вслед за Соловьёвым в качестве основной отличительной черты максимализм рассматривает и Е.Н. Трубецкой: «Присущий нашему национальному характеру максимализм заставляет нас во всех жизненных вопросах ставить дилемму – «или всё, или ничего». Вот почему от чрезмерности возвеличения мы так легко переходим к чрезмерности отчаяния. Или Россия

<sup>26</sup> Киреевский И.В. Полное собрание сочинений: В 9 тт. М., 1911. Т.1. С. 216.

<sup>27</sup> Достоевский. Т. 21, с. 35.

<sup>28</sup> Там же.

<sup>29</sup> Достоевский. Т. 26, с. 36.

<sup>30</sup> Белинский В.Г. Россия до Петра Великого // Русская Идея. М.: Республика, 1992. С. 79.

<sup>31</sup> Соловьёв В.С. Письма. Т.1 СПб, 1908. С. 79.



– народ – богоносец, или она – ничтожнейший народ, а может быть, даже вовсе не народ, а бессмысленный механический конгломерат, колосс на глиняных ногах, который скоро рухнет от внешнего удара»<sup>32</sup>. В связи с неудовлетворённостью ничем относительным и вечной тягой к абсолютному, идеальному отмечает максимализм русских Н.А. Бердяев<sup>33</sup>. Совершенно в русле идей Достоевского, мыслитель полагает, что русский максимализм, в отличие от западного стремления к «золотой середине», мере во всем, не позволяет русской натуре, богатой природными дарованиями, проявить себя, реализоваться в конкретных делах.

Вот как о русской душе пишет Вяч. Иванов: *«Душа инстинктивно алчущая безусловного, инстинктивно совлекающаяся всего условного, варварски благородная, то есть расточительная и разгульно-широкая, как пустая степь, ... бессознательно мятежащая против всего искусственного и искусственно воздвигнутого как ценность и кумир, доводит свою склонность к обесцениванию до унижения человеческого лика и принижения ещё за миг столь гордой и безудержной личности, до недоверия ко всему, на чем напечатлелось в человеке божественное – во имя Бога или во имя ничье, – до всех самоубийственных влечений охмелевшей души, до всех видов теоретического и практического нигилизма»*<sup>34</sup>. Идея Достоевского о вседозволенности при условии отсутствия бессмертия имманентна русской душе, она связана именно с русским максимализмом: *«Стоит поколебаться в вере в абсолютное, чтобы появилось полное отрицание морали и вообще всего исторически сло-*

*жившегося»*<sup>35</sup> – пишет Л.П. Карсавин.

Максимализм является причиной непредсказуемости русских – самой, пожалуй, мешающей грамотному ведению бизнеса черте. Качественному обслуживанию сопутствует ровность, постоянство, предсказуемость. Национальный сервис демонстрирует как раз максимализм: персонал проявляет либо излишнюю навязчивость, чрезмерное внимание, либо полное равнодушие и даже презрение. Наигранное внимание даёт ощущение гостю, что его используют, как денежный мешок, а равнодушие запускает комплекс неполноценности.

Официанты в ресторане либо ежесекундно подбегают к гостям с вопросами и выхватывают из рук приборы, чтобы заменить на чистые, уносят тарелки с недоеденными блюдами, либо просто забывают об их существовании. В гостиницах либо вторгаются в личное пространство постояльцев несколько раз в день с целью произвести уборку, либо не появляются вообще, либо стараются навязать все существующие экскурсии и анимационные программы, либо не предлагают их вовсе.

Большой вклад в поведение персонала внесла, безусловно, эпоха тотального дефицита в СССР, когда не существовало никакой конкуренции, в результате чего работники сферы обслуживания чувствовали себя хозяевами жизни, обращались с клиентами покровительственно и грубо. Эту традицию невероятно трудно переломить сегодня.

По-прежнему доминирует тенденция к решению проблем предприятия за счёт клиента, что также является свидетельством неукоренённости пока на российском рынке маркетингового подхода. Компании, предлагающие клиенту услуги, не умеют говорить на его языке, нет стратегии выстраивания долгосрочных отношений с клиентом, при которых быстрая нажива не может являться прерогативой. Постепенные, планомерные усилия,

<sup>32</sup> Трубецкой Е.Н. Старый и новый национальный мессионизм // Русская Идея. М.: Республика, 1992. С. 256.

<sup>33</sup> Бердяев Н.А. Русская идея. Основные проблемы русской мысли XIX века и начала XX века // Мыслители русского зарубежья. Бердяев, Федотов. СПб.: 1992. С. 37-228.

<sup>34</sup> Иванов Вяч. О русской идее. Русская Идея. М.: Республика, 1992. С. 236.

<sup>35</sup> Карсавин Л.П. Восток, Запад и русская идея. СПб., 1922. С. 26.

приводящие к закономерному результату, пока остаются характеристикой только западной традиции [19, 20].

К сожалению, в сознании представителей сектора обслуживания пока не утвердилась аксиома, что услуга неотделима от производителя, а, следовательно, то, как они общаются с клиентами на своих рабочих местах в огромной мере определяет качество сервиса. Конечно, существуют показатели, которые трудно измерить, но они очень важны для клиентов. К таким показателям относится, например, улыбка, которая в идеале должна стать элементом корпоративной одежды обслуживающего персонала, следовательно, должна быть заложена в фирменных стандартах качества.

подавляющее большинство персонала – от официантов до продавщиц и стюардесс – демонстрируют клиентам тревожно-обеспокоенное либо холодно-индифферентное выражение лица. Общаться с неускользающей улыбкой на устах наш персонал не привык, и это должно, на наш взгляд, стать предметом отдельных тренингов для представителей отечественной сферы услуг под названием «Школа доброжелательности».

Особенно сложно «держать лицо», сохранять спокойствие обслуживающему персоналу во время критических ситуаций: работать с претензиями и возражениями компании не умеют, вставая в позицию «сами виноваты». Вступающему в конфликт отечественному сервисодателю не присуще умение сдерживать свои чувства, контролировать их ради решения проблемы исключительно мирным путём.

До сих пор живо кредо советского работника сервисной сферы: «Вас много, а я одна!». Всем гражданам современной России знакомо выражение «Все услуги представлены в каталоге» или «Смотрите, выбирайте – весь товар перед вами!»

До сих пор на лицо отсутствие проявления мастерства и фантазии к массовому потребителю, в то время как для знакомых, лю-

дей полезных, а также для номенклатуры обслуживания демонстрирует достаточно высокий уровень. Неискоренимой остаётся пока национальная традиция, описанная Салтыковым-Щедриным, Гоголем, Достоевским, Чеховым, стараться только лишь для избранных, нужных людей.

Очевидно, что на своих рабочих местах большинство тружеников сферы сервиса не получают удовольствия от работы, а терпят, «отбывают номер», на лице зачастую можно заметить страдальческое выражение. Отсутствует осознание того, что можно организовать процесс обслуживания таким образом, чтобы получать от этого приятные эмоции. Импровизация при общении клиентом, создание повышающих тонус игровых ситуаций, то есть, по сути, использование анимационных технологий при соблюдении стандарта – это высший пилотаж, суперобслуживание, которое практически не встречается в отечественной практике.

Основные компоненты импровизации – это креативность, спонтанность и способность создания новых дополнительных услуг для клиента с учётом имеющихся в распоряжении сотрудника ресурсов. Чаще всего импровизация встречается в сервисе США, где стремятся из любого ресурса и обстоятельства создавать шоу.

Русское желание «хватить через край» и «заглянуть в самую бездну». Достоевский объясняет «самой коренной духовной потребностью русского народа»<sup>36</sup>, которая есть потребность страдания. Наслаждение страданием, проявляющаяся во многих поступках русского человека – это то тонко подмеченное художником свойство, которое может послужить объяснением многих фактов русской истории. Объясняет оно и мотивы ряда бытовых поступков, поскольку страдальческая струя идёт не от внешних только несчастий и бедствий, но «бьёт ключом от самого сердца народного». Действительно, тенденция к са-

<sup>36</sup> Достоевский. Т. 21, с. 35-36.

моразрушению, к разрушению огромной ценой и временем созданного проходит сквозь русскую историю. В то время как западная ценность культуры базируется на принципе «вперёд и вверх», русская ментальность, проникнутая волей к всенародности, не допускает проявления феноменов культуры обособленных возвышений и достижений. Основной чертой русского национального характера Вяч. Иванов считает *«пафос совлечения, жажду совлечься всех риз и всех убранных»*. В противовес любви европейца к восхождению русскому присуща любовь к нисхождению, *«проявляющаяся во всех этих образах совлечения, равно положительных и отрицательных»*, *«в потребности покинуть и разрушить достигнутое, и с завоёванных личностью или группу высот низойти ко всем»*<sup>37</sup>.

Потребность «нисхождения», потребность страдания своеобразно проявляется в феномене русского праздного самолюбия, по поводу которого в «Дневнике писателя» было высказано очень много психологически тонких соображений. Достоевский показывает, как крайности, переплетаясь в противоречивой русской душе, порождают непростой психологический феномен. По его мнению, причиной самолюбия является все то же скрытое постоянное недовольство собой, которое, в свою очередь, коренится в отсутствии реального, приносящего пользу дела. Каждый чувствует себя не на своём месте, каждый *«наклонен предполагать в себе зачатки другого дела, более, по его понятиям, правильного, более полезного, более гражданского, чем то, которым он занимался»*<sup>38</sup>. Трагедия отсутствия самореализации своих способностей приводит к незнанию своих подлинных возможностей, дезориентации стремлений, потере представления о своём индивидуальном уникальном месте в этом мире, что становится поводом к самонеуважению. Считаю самонеуважение одним из главных пороков

русского характера, подобно Достоевскому, В.В. Розанов связывает его с трудовой нереализованностью: *«Суть Руси, что она не уважает себя. Но...это и понятно, – продолжает он, – можно уважать труд и пот, а мы не потели и не трудились»*<sup>39</sup>.

Абстрактное лишь знание своих способностей и паталогическая несостоятельность в воплощении их на практике возбуждает болезненное самолюбие. Невыносимость этого союза противоположностей – самонеуважения и тщеславия, гнездящегося в каждом интеллигентном русском, Достоевский сравнил с «адам в душе», который не миновал даже таких великих русских, как Пушкин и Грановский. В отличие от европейца, русский не может *«принять своё состояние так, как оно есть, и на этом успокоиться, не завидуя и не подозревая»*<sup>40</sup>, он постоянно находится в ожидании чего-то лучшего, вполне не сознавая, чего конкретно он ожидает.

Текущая кадров в российском сервисе – хорошо известный факт. Во многом это связано с завышенной самооценкой, парадоксально коренящейся все в том же самолюбии, с поиском более подходящей и достойной участи и в целом видения качеств, востребуемых на данном конкретном сервисном посту (например, хостесс, горничной, аниматора, портье, швейцара и т.д.) как низкоквалифицированных, в то время как это совершенно не соответствует истине. Алексис Деларофф в статье «Я тут ни при чём»: Как справиться с традициями русского национального сервиса» верно отметил усиленную революцией 1917 г. психологическую особенность – многим россиянам кажется, что в обслуживании клиентов есть что-то холопское и унижительное [5]. *«Мы не рабы, рабы не мы»* – прочно утвердившаяся в народном сознании установка, а ситуация сервиса ассоциируется с прислуживанием господам, против чего и восстал пролетариат, желая «все поделить».дной из самых корен-

<sup>37</sup> Иванов Вяч. О русской идее. Русская Идея. М.: Республика, 1992. С. 235-236.

<sup>38</sup> Достоевский. Т. 23, с. 67.

<sup>39</sup> Розанов В.В. Опавшие листья. СПб., 1913. С. 72.

<sup>40</sup> Достоевский. Т. 23, с. 75.

ных проблем российского персонала является использование при взаимодействии с клиентом модели «господин – слуга» при подсознательной ненависти к ней. В этом заключается причина либо чересчур назойливого сервиса, либо исполнения своих функций с существенной долей высокомерия. Сотрудники не имеют представления о том, что с клиентом следует придерживаться партнёрских отношений, что предполагает уважительный диалог на равных [19, 20]. Не уважая самих себя, однако требуя к себе уважительного отношения, наш персонал демонстрирует волю к исполнению завещанного «кто был ничем, тот станет всем».

Раскрыл диалектику этой рабской психологии в своём произведении «Собачье сердце» М. Булгаков. Шариков имеет желание выбиться в люди, стать не хуже других, не имея понимания о том, что для этого надо проделать путь долгого духовного развития, предполагающий развитие интеллекта, овладение знаниями. Не имея уважения к достижениям прошлых поколений, к их труду, к их ценностям и традициям, он чувствует себя хозяином жизни. Главный принцип социалистического общества — всеобщая уравниловка — помогает ему замести следы своего собственного происхождения. Все самое высокое и святое превращается в свою противоположность: приходя к власти, бывший раб стремится превратить в рабов всех вокруг, мстя им за прошлую «вопиющую несправедливость». Как известно, *«раб не мечтает о свободе, он мечтает о своих рабах»*. При социализме у руля становятся самоуверенные, наглые, убеждённые в своей вседозволенности, полуграмотные люди, которые считают себя теперь слишком значимыми, чтобы обслуживать. Этот новый социальный класс стал опорой тоталитарного государства, в котором поощрялись клеветничество, доносы, просто серость. Все оригинальное, свободомыслящее обрекалось на гибель в тюрьмах и смерть. По сути в 1930–1953 гг. в стране была проведена гигантская селекция — отбирались и уничтожались

самые лучшие представители нашего общества, а управлять всем оставалась воинствующая посредственность — продолжатели Шарикова. Лишь на первый взгляд кажется, что страна сегодня стала другой. Действительно, внешность страны изменилась, однако стереотипы её граждан во многом остались теми же, шариковы с их уязвлённым самолюбием ещё долго не исчезнут из жизни, если только не будет проделана колоссальная работа по формированию нового сознания россиян. *«Разруха не в клозетах, а в головах»* — пророчески резюмировал профессор Преображенский<sup>41</sup>.

На вопрос *«Тварь я дрожащая или право имею?»*, поставленный Достоевским в лице Раскольниковых, пришедшие к власти в 1917 г. уверенно ответили «право имею» — имею право на все, *«чтобы не хуже, чем у других»*.

Указывая на уникальность общинного уклада жизни народа, Достоевский восхищался русской склонностью к коллективизму: *«Наша нищая неурядная земля, кроме высшего слоя своего, вся сплошь как один человек»*<sup>42</sup>, а в другом месте «Дневника» критикует желание русского быть таким как все, приспособиться ко мнению большинства, и писал с иронией: *«Увлекает тоже очень русского человека слово «все»: «я как все», — «я с общим мнением согласен», «все идём, ура!»*<sup>43</sup>. К. Касьянова в своём исследовании «О русском национальном характере» также отмечала это свойство как следствие замедленности и вязкости мышления, склонности к коллективности действия [7].

В сервисе это проявляется в отсутствии ярких инновационных форматов сервисных предприятий и форм обслуживания, в однотипности и похожести заведений друг на друга, в неумении их позиционирования. Также наблюдается бедность в использовании интегрированных маркетинговых коммуникаций

<sup>41</sup> Булгаков М.М. Собачье сердце. М.: АСТ, Астрель, 2010. 192 с.

<sup>42</sup> Достоевский. Т. 26, с. 132.

<sup>43</sup> Там же, с. 147.



при продвижении сервисных предприятий, очень мало образцов нестандартной рекламы услуг демонстрируют средства массовой информации.

Достоевский писал, что русский народ норовит «вместо первых девяти шагов ступить прямо десятый, забывая притом, что десятый – то шаг, без предшествовавших девяти, уж во всяком случае обратится в фантазию»<sup>44</sup>. Невозможность равномерно распределять свои занятия, то есть неспособность к правильному структурированию времени является наглядной отличительной чертой русского человека. Ему свойственно накопить множество нерешённых проблем, а потом мучительно, но разом с ними именно постараться «покончить», а не разрешить. Выход из трудной ситуации – это всякий раз предпочтение неожиданного варианта, импульсивный, а не волевой шаг, являющийся на самом деле иррациональным способом ухода от проблемы. На нерасположенность к постепенности действий, целенаправленности, проявляющейся в повседневных усилиях на благо достижения желаемого результата, обращали внимание Н.Я. Данилевский, В.О. Ключевский, в событиях русской истории видевшие реализацию черт русского характера. Цикличность русской истории противопоставляет последовательному ходу событий на западе Л.П. Карсавин, объясняя этот феномен таким свойством русского характера, как способность «взрываться» после долгого периода пассивности<sup>45</sup>.

Стремление сразу к большой прибыли при отсутствии желания идти вглубь и не бояться отличаться от других в поиске нестандартных услуг является одной из причин в целом низкого имиджа современной сферы услуг в России.

Во многом переключаясь с рассуждениями П.Я. Чаадаева, Достоевский говорил о рассортированности занятий и значений лю-

дей в Европе, что способствует знанию, пониманию и уважению себя – и в своём занятии, и в своём значении. Русские люди, в огромном большинстве своём, при «двухсотлетней отвычке от всякого дела»<sup>46</sup> не умеют подойти каждый к своему делу и «овладеть им вполне», мало кто обладает «обозначившимся методом и приёмом»<sup>47</sup>, что порождает или апатию, или агрессию. Предметом стремления русского являются уже плоды установившегося труда, налаженного дела и связанного с этим удовлетворения, сам же по себе кропотливый и повседневный труд не представляет собой ценности. Отношение к обслуживанию у немцев, вызывавшее восхищение у Достоевского, сравнивается им с отношением к такому же труду русских. Описывая труд немецкой гостиничной служанки, он замечает, что в ней нет ничего приниженного, забитого. «Нет, у нас так не работают; у нас ни одна служанка не пойдёт на такую каторгу, даже за какую угодно плату, да, сверх того, не сделает так, а сто раз забудет, прольёт, не принесёт, разобьёт, ошибётся, рассердится, «нагрубит», а тут в целый месяц ни на что ровно нельзя было пожаловаться»<sup>48</sup>. Качеством, отличающим русского работника, является мелочное юпитерство, которое представляет собой обратную сторону самонеуважения: «Ему нужно кому-то отомстить за какую-то обиду, отомстить вам за своё ничтожество»<sup>49</sup>.

Справедливость вышесказанного можно проследить в деталях и нюансах национального обслуживания. Проявление злобы по отношению к клиенту, являющейся следствием зависти – не редко встречающийся тип реакции персонала в самых разных организациях. Неуважительность, халатность проявляются намеренно словно для того, чтобы унижить гостя. Враги качества отечественного сервиса – пресловутые русские «авось», «небось», «как-

<sup>44</sup> Достоевский. Т. 22, с. 83.

<sup>45</sup> Карсавин Л.П. Восток, Запад и русская идея. СПб., 1922.

<sup>46</sup> Достоевский. Т. 23, с. 64.

<sup>47</sup> Там же, с. 75.

<sup>48</sup> Там же, с. 74-75.

<sup>49</sup> Там же, с. 75.

нибудь» и «ничего», «и так сойдёт» – не мотивируют сделать дело как следует, то есть довести все рабочие процессы до логического завершения, заранее тщательно продумав все детали и могущие возникнуть обстоятельства.

Практически никто не уделяет пристального внимания поведению с клиентом в непосредственно контактной зоне, например, интонации, у отечественного персонала преимущественно надменной, презрительной или безразличной. Характерен взгляд в упор или полное отсутствие зрительного контакта. Пренебрежение именем человека во время приветствия – типичная черта национального обслуживания. Симметрично этому поведение клиентов: на форме персонала теперь имеются бейджи с именами и должностями, однако клиенты редко прибегают к их использованию, предпочитая безличное обращение. Настоящей проблемой является отсутствие кодифицированной формы обращения к человеку, наподобие западным «сэр», «мистер», «мадам», «мсье» и т.д. Существующие формы обращения демонстрируют дискриминацию по возрасту, носят ярко выраженный гендерный характер («женщина», «мужчина»), что свидетельствует о низком уровне гражданской культуры, а также традиционном отношении к человеку не как к цели, а как к средству. К сожалению, уважительное отношение к человеку не возведено в абсолют, в доминирующий принцип взаимоотношений в российском обществе, ценность конкретной личности по-прежнему низка, «незаменимых у нас нет». Все это отчётливо демонстрируется сферой обслуживания. Зачастую наблюдается пренебрежение приветствием клиента, означающим минимум кивок и улыбку, отсутствие бережного отношения ко времени клиента, проявление недовольства возникшими у него проблемами, в результате чего клиент чувствует, что отвлѐк сотрудника от чего-то гораздо более важного.

Персоналу надоедает сохранять благожелательное выражение лица, лексику вежливости для каждого клиента («пожалуйста»,

«спасибо» и «всего наилучшего»): при частом употреблении этикетных слов их значимость в глазах персонала снижается, и они начинают забывать о них. Вместе с тем, клиент, который видит служащего впервые, ожидает проявления учтивости и этикета. Служащие не понимают, что это часть их работы, что в их обязанности входит объяснять все детали услуги ровно столько раз, сколько необходимо клиенту для понимания, ни в коем случае не показывая своей неудовлетворѐнности скоростью восприятия клиентом информации («Сколько Вам можно повторять?», «Как Вы не можете понять?», «Это и ребёнку понятно», «Я уже говорю Вам это в сотый раз», «Я повторяю Вам»). В случае принятия клиентом решения не пользоваться услугой персонал демонстрирует разочарование и раздражение, которое срывает на самом клиенте. В присутствии клиента зачастую обслуживающий персонал позволяет себе пространные диалоги с коллегами, никак не связанные с преодолением затруднений самого клиента.

В разговоре с клиентами допускаются фразы «Вы не правы», «Кто здесь специалист в этом – Вы или я?», «Да ладно!», «Вы говорите ерунду», «И?», «Вы ведь не знаете», «Вы не понимаете» и т.д., в то время как становиться оппонентом клиенту запрещено, поскольку спор является худшим способом решения проблемы и лишь усугубляет ситуацию.

Распространѐнной ошибкой является показ клиенту недовольства своей работой, и, в частности, в данном конкретном месте. Даже если сотрудник объективно прав, обвиняя своё руководство, обнаружить своё недовольство работой гостю – это знак для клиента никогда больше не прибегать к услугам данного заведения. Во всем чувствуется преклонение перед иностранным при отсутствии мотивации соблюдать те же западные строгие стандарты.

Корень вопроса о самонеуважении, о нежелании быть самим собой, «взять другое лицо, а своё навсегда оплевать» заключается, действительно, в противоречии изначаль-

ных национальных ценностей с желаниями, сформировавшимися под воздействием успехов западной цивилизации. Для Достоевского, который призывал к возрождению национальной русской самобытности, было особенно неприятно осознание русской склонности к преклонению перед европейским авторитетом<sup>50</sup>, к безоговорочному принятию всех модных европейских идей вне зависимости от того, созвучны ли они духу, традициям, исторической обстановке и т.д. Буквально цитируя мысль Достоевского об отношении ко всему с чрезвычайной силой веры, причём предпочтительно чуждому, пришедшему издалека, пишет Э.Л. Радлов: *«Сила веры, с которой принимаются отвлечённые принципы – в большинстве случаев чуждые началам русской жизни и почти всегда непроверенные – характерная черта всех направлений русской мысли»*<sup>51</sup>. Осознавая эту особенность, славянофил Киреевский, не склонный в целом к критике русской ментальности, не без доли грустной иронии писал в письме Хомякову: *«Желать теперь нам остаётся только одного: чтобы какой-нибудь Француз понял оригинальность учения христианского, как оно заключается в нашей Церкви, и написал об этом статью в журнале; чтобы Немец, поверивши ему, изучил нашу Церковь поглубже и стал бы доказывать на лекциях, что в ней совсем неожиданно открывается именно то, что теперь требует просвещение Европы. Тогда, без сомнения, мы поверили бы Французу и Немцу и сами узнали бы то, что имеем»*<sup>52</sup>.

Предпочтение французского языка русскому в среде «интеллигентского сословия» вызывало у Достоевского неприязнь и обиду за *«нацию, не имеющую чувства собственного достоинства»*<sup>53</sup>. В наши дни, к сожалению,

повсеместно распространено использование лексики иностранного происхождения «зачекиниться», «забукить», «заапрувить», «рестзона», «рум» и т.д. при общении с гостем, в то время как в русском языке имеются достойные эквиваленты этим понятиям. Также вызывает грусть тенденция последних десяти лет называть открывающиеся в России заведения иностранными словами и словосочетаниями, придумывать для них английские слоганы, мотивируя это красотой звучания и привлекательностью для потребителя.

Стремясь найти причины тому *«отчего у нас все лгут, все до единого?»*<sup>54</sup>, Достоевский указывал, что *«деликатная взаимность вражья»* происходит от парадоксального русского стремления и одновременно боязни истины. Истина представляется для русского, по мнению Достоевского, *«слишком обыкновенной, и тем самым, избегая её постоянно, сделали её наконец одною из самых необыкновенных и редких вещей в нашем русском мире»*<sup>55</sup>. Рассуждая о русском скепсисе, В.С. Соловьёв подчёркивал, что он *«стремится поразить самую идею достоверности и истины, подорвать самый интерес к познанию»*<sup>56</sup>. Отсутствие трезвости взгляда, постоянное фантазёрство при недоверии истине способствует тому, что всякое начатое дело обретает фантастический характер: здесь недостаточно глубокого знания объекта делопроизводства, а прежде всего необходим учёт многих субъективных факторов, не поддающихся никакому анализу. Достоевский иронизирует над надеждой в гораздо большей степени на связи, чем на ум при желании русского найти себе применение.

Частое искажение информации является досадной особенностью отечественной сферы услуг. Нередко клиенты сетуют, что их намеренно вводят в заблуждение относительно каких-то нюансов. Подобные манипуляции

<sup>50</sup> Достоевский. Т. 21, с. 120.

<sup>51</sup> Радлов Э.Л. Очерк истории русской философии. СПб., 1912. С. 3-5.

<sup>52</sup> Киреевский И.В. Полное собрание сочинений: В 9 тт. М., 1911. Т.1. С. 120.

<sup>53</sup> Достоевский. Т. 23, с. 78.

<sup>54</sup> Достоевский. Т. 21, с. 117.

<sup>55</sup> Там же, с. 119.

<sup>56</sup> Соловьёв В.С. Собрание сочинений: В 10 тт. Т.2. СПб., 1911. С. 258.

можно обозначить таким словом, как непрозрачность. Клиент зачастую не понимает, почему за ту или иную услугу он должен заплатить такую большую сумму, а иногда имеет весьма смутное представление во сколько точно обойдётся ему данная услуга в итоге, потому что существуют непонятные ему «дополнительные обстоятельства», которые вполне можно назвать накрутками.

Обманом называется все то, что искажает предоставляемую клиенту информацию об услуге, а также стремление нагреть руки на неопытности заказчика.

Во многих компаниях нет прейскуранта или он находится вне зоны доступа клиента и выдаётся ему только по специальному требованию, поэтому заранее определить итоговую сумму услуги практически невозможно. Особенно это характерно для таких сфер деятельности, как косметология, медицина, в частности стоматология, где приходится доплачивать за дополнительное обезболивание или анализ. С клиентами не привыкли обсуждать производимые действия, как для того, чтобы избежать его непроизвольных реакций, страхов (в медицинских услугах), так и для того, чтобы клиент мог сориентироваться, сколько это будет стоить.

Непрозрачность счета, а в результате ложная итоговая сумма – это одна беда. Другая – когда людям приходится переплачивать за услугу только потому, что фирма позиционирует себя как «VIP». Как правило, компания не гарантирует ничего существенно отличного от предлагаемого в других компаниях и можно назвать такие действия недобросовестной рекламой или заведомым обманом клиента. Чаще обман в российском сервисе означает несоответствие цены услуги ожидаемому качеству.

Ещё один способ обмана, тесно связанный с завышенной ценой, – когда клиенту продают изначально дорогую услугу, а в финале он получает другую, более низкую по качеству. Например, некоторые консалтинговые и тренинговые компании продают клиенту

пакет услуг под именем известного тренера или консультанта – а в финале эту услугу оказывает не сам гуру, а его ученик. Происходит подлог, доказать который клиенту бывает очень трудно.

Несмотря на наличие множества рекламных агентств, школ и рекламных носителей, одним из главных средств продвижения в российской сфере услуг по-прежнему остаётся «сарафанное радио» – результат советской привычки к некачественному обслуживанию и приобретённого недоверия к рекламе.

Обжёгшись на недостоверной рекламе, клиенты верят только своим друзьям и знакомым. Как и в советские времена, из уст в уста передаются телефоны хороших врачей, страховщиков, портных, консультантов, рекомендации ресторанов и отелей, даже химчисток и прачечных, ателье и ремонта обуви. Клиенты по-прежнему предпочитают идти не в фирму, а к конкретному специалисту.

Русская мнительность в союзе с отсутствием чёткого представления о реальности как раз и порождает, по Достоевскому, целый комплекс свойств, тормозящих развитие импульса к преобразованию окружающей среды. Русскому чужд культ знания, свойственный европейцу, образованность ценна как возможность произвести эстетическое впечатление и возвыситься в глазах окружающих. Сама по себе образованность не является ценностью. *«Ну, дома, про себя ни один русский человек об образованности своей не заботится, даже и вопроса о том никогда не ставит»*<sup>57</sup> – писал автор «Дневника». Обладая только лишь поверхностными знаниями, русский тем не менее считает их вполне достаточными, чтобы решать вековые, космические по своему объёму вопросы без всякого колебания. Достоевского поражали *«лёгкость оборотов и переворотов, отсутствие всяких коренных убеждений»*<sup>58</sup>, а также быстрота усвоения первых встречных убежде-

<sup>57</sup> Достоевский. Т. 21, с. 121.

<sup>58</sup> Достоевский. Т. 25, с. 56.



ний, воспринимаемых сразу же как аксиомы<sup>59</sup>.

Нежелание изучать предлагаемую клиентам услугу во всех мелочах приводит к некомпетентности, выводящей клиентов из себя, когда они на элементарный вопрос не получают ответа. Незнание особенностей услуги – это настоящий бич отечественной сферы услуг. Каждый сервисодатель в идеале должен являться регулярным потребителем той услуги, которую он предлагает клиентам, своеобразной «визитной карточкой» этой услуги. Он должен сам любить ею пользоваться, и только в этом случае он сможет вдохновенно, с интересом рассказать о ней клиентам. Администратор салона красоты должен быть ухожен, фитнес-инструктор – строен и подтянут, официант – иметь любимые блюда в заведении, где он работает, турменеджер – любить путешествовать и регулярно делать это. Клиент убедится в компетентности сервисодателя, если тот будет ставить предлагаемую услугу на пьедестал, а это предполагает в первую очередь её знание. Красиво предоставить услугу невозможно не любя её.

Именно от равнодушия к объекту приложения собственных усилий рождается непрофессионализм. Изящно подать блюдо в ресторане, сопроводив интересной информацией, например, об особенностях его приготовления там, откуда оно родом, предложить путешествие в страну, поделившись личными впечатлениями от её посещения, сделать процедуру по уходу лица в косметическом салоне, посоветовав дальнейшие действия по поддержанию состояния кожи, может только профессионал, для которого решение проблемы клиента становится его собственной проблемой.

Итак, Достоевским были освещены практически все вопросы, которые попали в своё время в поле зрения западников, а на некоторые аспекты русской жизни, обусловленные русской психологией, было указано впервые. Стремлением автора было подчеркнуть необходимость сохранения и совершен-

ствования тех самобытно-русских типов реакций, ведущих своё происхождение из православия, и искоренение качеств, мешающих хозяйствованию, плодотворной деятельности. Однако эти разнополюсные типы реакций взаимозависимы. Такие достоинства, как простодушие, бескорыстие, искренность «обязаны» своим существованием превалированию чувства над разумом, который отвечает, как раз, за процветание материального, насущного, повседневного. Невозможность одновременной, а, главное, равноценной выраженности в русском характере начал, которые в сознании обретают ранг антиномий, продиктована доминантной чертой национальной ментальности – максимализмом, препятствующим нахождению «точки схода» материального и духовного, разумного и эмоционального, коллективного и индивидуального. Противоречивость русской природы как раз происходила за счёт напряжённости между разными полюсами – так называемой «золотой середины» здесь не существует.

Каков же выход из создавшегося положения? Каким образом, имея такое генетическое и приобретённое в процессе долгого проживания в определённых природных и исторических обстоятельствах наследие, можно добиться улучшения качества экономических процессов, с которыми Россия встречается сегодня? Как улучшить качество отечественного сервиса, когда должно смениться не одно поколение людей пока не появится осознание ценности уважительного отношения к человеку у нас в стране? Скорее всего, ничем иным как кропотливой просветительской тренинговой деятельностью, организуемой и продвигаемой не частными консалтинговыми агентствами, а государством, охватывающей как детские сады и школы, так и конкретные рабочие места российских предприятий. На наш взгляд, нужна комплексная многоэтапная программа, инициированная на государственном уровне, направленная на трансформацию сознания людей. И в первую очередь это должно касаться работников сер-

<sup>59</sup> Достоевский. Т. 23, с. 8.

виса – тех, которые ежедневно и ежечасно взаимодействует с населением страны, по роду своей деятельности являясь так или иначе трансляторами её ценностей.

Гениальность автора «Дневника» состоит в том, что он отметил: беды России происходят в основном из-за незнания России, малая толика знания о её преимуществах заметно улучшила бы положение дел, прежде всего в моральном плане. По утверждению Достоевского, «Россия... есть нечто совсем самостоятельное и особенное, на Европу совсем непохожее и само по себе серьёзное»<sup>60</sup>, и поэтому «...заключение, которое пригодно для Европы, неприменимо вовсе к России»<sup>61</sup>.

Насущная необходимость изучения русского национального характера продиктована необходимостью брать его в расчёт при проведении реформ в стране. Россию надо научить обслуживать сперва не все человечество, а одного конкретного человека – клиента; учить трудиться за деньги, но со свойственной ей мотивацией служения, выполняя миссию по улучшению качества человеческого капитала нашей страны. Необходимо вернуть в общество людей традиционную русскую бескорыстную душевность, но и привить ряд необходимых для экономического процветания качеств, выраженных пока в национальном реестре достоинств весьма слабо.

#### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

1. **Алёшина А., Шабанов С.** Эмоциональный интеллект. М.: Манн-Иванов-Фербер, 2014.
2. **Андреева И.Н.** Предпосылки развития эмоционального интеллекта // Вопросы психологии. 2007. №5. С. 57-65.
3. **Бережной Н.М.** Человек и его потребности. М.: Форум, 2000.
4. **Грекова В.Е.** Представления о национальном характере // Всероссийский журнал научных публикаций. 2011. №4(5).
5. **Деларофф А.** «Я тут ни при чём»: Как справиться с традициями русского национального сервиса // Slon, раздел «Бизнес будущего». URL: <https://republic.ru/biz/1099983/> (Дата обращения: 01.02.2017).
6. **Ершов П.М.** Потребности человека. М.: Мысль, 1990. 368 с.
7. **Касьянова К.** О русском национальном характере. М.–Екатеринбург: Академический проект, 2003. С. 8, 35.
8. **Кортунов С.В.** Национальная идентичность. Постигание смысла. М.: Аспектпресс, 2009. 586 с.
9. **Котлер Ф.** Основы маркетинга. Краткий курс. М.: Диалектика, Вильямс, 2016.
10. **Лойко О.Т.** Сервисная деятельность. М.: Академия, 2008. 304 с.
11. **Осипов П.** Национальный менталитет. О русской скромности, жар-птицах и пеленании детей // Управление сбытом. 2009. №12.
12. **Черноусова Н.Ю.** Основные направления внедрения инновационных технологий в сфере гостеприимства // Сервис в России и за рубежом. 2012. №2(29). С. 32-39.
13. **Чернышева Т.Л.** Воплощение авторской позиции в произведении Ф.М. Достоевского «Братья Карамазовы»: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Красноярск, 1999.
14. **Чернышева Т.Л.** Категориальный анализ культуры и её национального и общечеловеческого аспектов // Сервис plus. 2016. Т.10, №1. Рр. 111-121.
15. **Чернышева Т.Л.** Подходы к созданию программы профессиональной ориентации в сфере сервиса // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. 2017. Т.11. №1. С. 21-33.

<sup>60</sup> Достоевский. Т. 23, с. 43.

<sup>61</sup> Там же, с. 41.

16. **Федулин А.А., Ананьева Т.Н.** Совершенствование подготовки кадров высшего профессионального образования для сферы сервиса с учётом потребностей рынка труда: монография. М.: РГУТИС, 2009. 188 с.
17. **Юревич А.В.** Нравственное состояние современного российского общества: эмпирические оценки // Вопросы психологии. 2016. №4.
18. **Bardzil P., Slaski M.** Emotional intelligence: Fundamental competencies for enhanced service provision // *Managing Service Quality*. 2003. Vol. 13(2). Pp. 97-104.
19. **Baum T.** Skills and training for the hospitality sector: A review of issues // *Journal of Vocational Education and Training*. 2002. Vol. 54(3). Pp. 8-13.
20. **Baum T.** Reflections on the Nature of Skills in the Experience Economy: Challenging Traditional Skills Models in Hospitality // *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 2006. Vol. 13(2). Pp. 124-135.
21. **Mayer J., Salovey P.** What is emotional intelligence. In "Emotional development and Emotional Intelligence". New York: Basic Books, 1997. Pp. 241-266.

**Tatiana L. CHERNYSHEVA**

## IMPACTING OF NATIONAL MENTALITY ON SERVICE DEVELOPMENT IN RUSSIA

*Novosibirsk State Technical University  
(Novosibirsk, Russia);  
PhD in Philology, Associate Professor;  
e-mail: tablack@mail.ru*

*The author suggests that national mentality as it was seen by outstanding Russian thinkers F. M. Dostoyevsky, V. S. Solovyov, N. A. Berdyaev, G. P. Fedotov, N. S. Trubetskoy, and others, significantly effects on service development in Russia. When analyzing its features, its strengths and weaknesses in creating comfortable habitat environment in Russia, improving the communication climate accompanying the high level of rendering services, the author believes that it is important to outline ways to correct existing national types of reactions. It is necessary to create the comprehensive program aimed at breakthrough high-quality change of a human capital in the service sector. The service personnel are people contacting to the country population day by day, involuntarily being translators of certain emotions, ideas and values. Service staff through own behavior should demonstrate positive and, in the same time, close to the national ideal forms of interpersonal communication motivating citizens of Russia to take them as an example. Thus, the culture of civic consciousness would increase in our country. The article compares the opinions of the Russian thinkers of the end of XIX – the beginning of the XX century with characteristics of modern domestic service sector and makes the conclusion that they are obviously correlated. The ideas of F. M. Dostoyevsky who appeared the prophet of many tragic events, happened in the 20th century in Russia, are most indicative on this point. The author reveals features of national mentality and related to it problems of Russian service industry, and offers some solutions.*

### **Keywords:**

*national mentality,  
traditional Russian culture,  
national types of reactions,  
idea of service, service industry,  
service quality,  
emotional intelligence*

### References

1. **Aljoshina, A., & Shabanov, S.** (2014). *Emocional'nyj intellect [Emotional Intellect]*. Moscow: Mann-Ivanov-Ferber. (In Russ.).

2. **Andreeva, I. N.** (2007). Predposylki razvitija emocional'nogo intellekta [The prerequisites for the development of emotional intelligence]. *Voprosy psichologii [Issues of Psychology]*, 5, 57-65. (In Russ.).
3. **Berezhnoj, N. M.** (2000). *Chelovek i ego potrebnosti [Human Needs]*. Moscow: Forum. (In Russ.).
4. **Grekova, V. E.** (2011). Predstavlenija o nacional'nom haraktere [Representations about the national character]. *Vserossijskij zhurnal nauchnyh publikacij [All-Russian Journal of Scientific Publications]*, 4(5). (In Russ.).
5. **Delaroff, A.** (2014). "Ja tut ni pri chjom": Kak spravit'sja s tradicijami russkogo nacional'nogo servisa ["I have nothing to do with it ": How to cope with the traditions of Russian national service]. *Slon, razdel "Biznes budushhego" [Slon. Business of future]*. URL: <https://republic.ru/biz/1099983/> (Accessed on February, 1, 2017). (In Russ.).
6. **Ershov, P. M.** (1990). *Potrebnosti cheloveka [Human Needs]*. Moscow: Mysl'. (In Russ.).
7. **Kasianova, K.** (2003). *O russkom nacional'nom haraktere [On the Russian national character]*. Moscow – Ekaterinburg: Akademicheskij proekt. (In Russ.).
8. **Kortunov, S. V.** (2009). *Nacional'naja identichnost'. Postizhenie smysla [National Identity. Comprehension of Meaning]*. Moscow: Aspektpress. (In Russ.).
9. **Kotler, P.** (2016). *Osnovy marketinga. Kratkij kurs [Essentials of Marketing]*. Moscow: Dialektika, Vil'jams. (In Russ.).
10. **Loiko, O. T.** (2008). *Servisnaja dejatel'nost' [Service Activities]*. Moscow: Akademia. (In Russ.).
11. **Osipov, P.** (2009). Nacional'nyj mentalitet. O russkoj skromnosti, zhar-pticah i pelenanii detej [National mentality. On Russian modesty, firebird and changing of children]. *Upravlenie sbytom. [Sales Management]*, 12. (In Russ.).
12. **Chernousova, N. Yu.** (2012). Osnovnye napravlenija vnedrenija innovacionnyh tehnologij v sfere gostepriimstva [The main directions of innovative technologies introduction in the field of hospitality]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 2(29), 32-39. (In Russ.).
13. **Chernysheva, T. L.** (1999). Voploshhenie avtorskoj pozicii v proizvedenii F.M. Dostoevskogo "Brat'ja Karamazovy" [The author's position in the work of F.M. Dostoevsky "The Brothers Karamazovs"]: Candidate of Philology dissertation: author's abstract. Krasnoyarsk. (In Russ.).
14. **Chernysheva, T. L.** (2016). Kategorial'nyj analiz kul'tury i ejo nacional'nogo i obshchelovecheskogo aspektov [Categorical analysis of culture, it's national and common to all mankind aspects]. *Service plus*, 10(1), 111-121. (In Russ.).
15. **Chernysheva, T. L.** (2017). Podhody k sozdaniju programmy professional'noj orientacii v sfere servisa [The approaches to creation of the professional orientation program in service]. *Vestnik Assotsiatsii vuzov turizma i servisa [Universities for Tourism and Service Association Bulletin]*, 11(1), 21-34. DOI: 10.22412/1999-5644-11-1-7. (In Russ.).
16. **Fedulin, A. A., & Ananieva, T. N.** (2009). *Sovershenstvovanie podgotovki kadrov vysshego profesional'nogo obrazovanija dlja sfery servisa s uchjotom potrebnostej rynka truda [Improving the higher professional education of staff for sphere of service, taking into account labor market needs]*: a monograph. Moscow: RSUTS. (In Russ.).
17. **Yurevich, A. V.** (2016). Nravstvennoe sostojanie sovremennogo rossijskogo obshhestva: empiricheskie ocenki [Moral state of modern Russian society: empirical estimates]. *Voprosy Psichologii [Issues of Psychology]*, 4. (In Russ.).
18. **Bardzil, P., & Slaski, M.** (2003). Emotional intelligence: Fundamental competencies for enhanced service provision. *Managing Service Quality*, 13(2), 97-104.



19. **Baum, T.** (2002). Skills and training for the hospitality sector: A review of issues. *Journal of vocational Education and Training*, 54(3), 8-13.
20. **Baum, T.** (2006). Reflections on the Nature of Skills in the Experience Economy: Challenging Traditional Skills Models in Hospitality. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 13(2), 124-135.
21. **Mayer, J., & Salovey, P.** (1997). *What is emotional intelligence*. In "Emotional development and Emotional Intelligence". New York: Basic Books.

**Чернышева Т.Л.** Влияние национального менталитета на развитие сервиса в России // Сервис в России и за рубежом. 2017. Т. 11. Вып. 4. С. 89-113.  
DOI: 10.22412/1995-042X-11-4-8.

**Chernysheva, T. L.** (2017). Impacting of national mentality on service development in Russia. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 11(4), 89-113. doi: 10.22412/1995-042X-11-4-8. (In Russ).