

МОБИНГ В ТУРИЗМЕ

Ивончик Д.В.,

Белорусский государственный университет физической культуры,
Республика Беларусь

Мобинг (от англ. *mob* - толпа, нападать стаей, травить) - форма психологического насилия в виде травли сотрудника в коллективе. Мобинг - это целенаправленное преследование или несправедливое отношение к работнику со стороны коллег или начальства.

Я столкнулась с травлей на рабочем месте около 10 лет назад, будучи еще студенткой. На лето меня взяла на работу одна крупная процветающая туристическая компания. За две недели «выжимания» и подавления меня как личности я получила целый багаж бесценного жизненного опыта, разочарование в выборе специальности для будущей профессии и нервный срыв. Уверенность в себе, в свои знания и способности, равно как и желание работать в туризме умело были уничтожены продуманными действиями руководства. Тогда казалось, что моя карьера в туризме рухнула, не успев начаться. Но, как говорил известный классик: «Что нас не убивает, то делает сильнее». О выбранном пути - туризме - я не сожалею ни на миг.

Впервые исследования мобинга как негативного социального явления были проведены в Швеции в начале 80-х годов XX века психологом Ханцем Лейманом. Именно он ввёл понятие «мобинг» и охарактеризовал его как «психологический террор», который включает «систематически повторяющееся враждебное и неэтичное отношение одного или нескольких людей, направленное против другого человека, в основном одного», а также утаивание необходимой информации, социальную изоляцию, клевету, критику, распространение необоснованных слухов, высмеивание, окрики.

Цель мобинга - устранить человека из группы, который воспринимается как опасный и угрожающий. Зачинщик ощущает в будущем объекте преследования конкурента и препятствие для комфортного существования в коллективе и социального продвижения. Но чаще всего причиной мобинга становится зависть к более молодому и удачливому коллеге. Зачинщиками травли во многих случаях становятся сотрудники со стажем, которые боятся потерять место. Редко подобный прессинг имеет временный характер и является своеобразным «посвящением» в члены коллектива. В жертву мобинга может превратиться и опытный работник, к которому вдруг начало благосклонно относиться начальство. Иногда причиной мобинга может стать вызывающая манера поведения: излишнее хвастовство, игнорирование корпоративных мероприятий, желание проехаться на чужой спине и т. д.

Мобинг в рабочем коллективе основан на противопоставлении «своих» и «чужих» в борьбе за разного рода ресурсы. Из исторических хроник древних времен можно узнать о примерах мобинга того времени и проследить путь становления ограничений на применение насилия человеком по отношению к себе подобным.

У кроманьонцев отношения внутри коллектива были жестко отрегулированы. Агрессия могла быть направлена лишь на того члена группы, который «противопоставил себя коллективу», - чаще всего сильного и неуживчивого. Но по отношению к «чужим» группам ограничения не работали. Эти группы не воспринимались как себе подобные. «Чужих» можно было убить и желательно съесть, чтобы присвоить их силу и удачу. В некоторых случаях разрешалось пощадить маленьких детей, чтобы воспитать из них «своих». Иногда оставляли и женщин, чтобы те продлевали род победителей. Могли сделать «своими» и мужчин с помощью ритуала «кусыновления».

Очень и очень медленно возникали социальные механизмы, позволявшие чуждым коллективам взаимодействовать друг с другом без самоистребления. Кстати, появление рабства первоначально тоже было своего рода «смягчением нравов». Вражеского воина не убивали, а включали в коллектив, пусть не в полноправной роли.

Различают «белый» и «черный» мобинг. В первом случае он представляет собой медленное «выдавливание» сотрудника из коллектива путем закулисных интриг при внешней вежливости и благоговении. При этом инициатива работника подавляется, ему не поручают заданий, делают замечания по поводу внешнего вида, по поводу профессиональной некомпетентности и т. п.

Во втором случае практикуется провокация зачинщиком конфликта с жертвой по любой причине. При этом во многих случаях имеет место закономерность: численность нападающих постоянно и быстро увеличивается, тогда как защита постепенно ослабевает. В итоге человек остается один против всех. Жертва рано или поздно деморализуется, страдая от постоянного стресса и нервных срывов, и пишет заявление «по собственному желанию». И это в лучшем случае!

В зависимости от жесткости, периодичности и длительности воздействия мобинга на человека это оборачивается для него ущербом физическому и душевному *здоровью*, проблемами со сном и режимом питания, раздражительностью и депрессиями, случающимися время от времени, и прочими заболеваниями на нервной почве, инфарктами и даже мыслями о самоубийстве.

Выделяют два основных вида мобинга: вертикальный - от начальства и горизонтальный - от коллег. Вертикальный мобинг чаще всего возникает там, где есть желание руководителя освободить место для продви-

жения по службе «нужного» человека, убрать потенциального конкурента или отомстить. Вопросы карьерного роста на высшем уровне управления стоят особенно остро. В связи с этим в вертикальном мобинге применяются самые коварные методы: бойкот, доносительство, придирки, насмешки, шантаж, предоставление ложной информации и т. п.

Одна из разновидностей вертикального мобинга предполагает, что руководитель предприятия хочет избавиться от того или иного работника, но не может это сделать законным способом. Ведь по Трудовому кодексу Республики Беларусь (ст. 42) ни один работодатель не может уволить сотрудника без серьезных на то оснований. Гораздо проще ставить перед подчиненным невыполнимые задачи, обвинять его в некомпетентности, недисциплинированности и, в конце концов, вынудить его уйти по собственному желанию.

Горизонтальный мобинг чаще всего применяют по отношению к новичкам более опытные сотрудники организации, если в нем видят конкурента или он сильно выделяется из коллектива своей «неординарностью». Основными причинами такого неприятия «новичков» в коллективе чаще всего являются низкий уровень культуры деловых отношений на предприятии, привилегированное положение отдельных сотрудников, их уверенность в безнаказанности за содеянное.

Мне понадобилось достаточно много времени, чтобы осознать, что случаи мобинга не единичны. Это, к сожалению, не уникальная ситуация, а общесоциальная проблема. И существует она не только в Беларуси. И бороться с ней нужно сообща.

ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ТУРИСТСКО-ПРИКЛАДНОГО МНОГООБОРЬЯ

Казеко А.Е., Кирич Д.В., Патрусов А.В.,

Могилевский государственный университет им. А.А. Кулешова,
Республика Беларусь

Спортивно-оздоровительный туризм является одной из эффективных технологий. Одной из целей данного вида активной деятельности является формирование здорового образа жизни человека, что имеет большое значение в воспитании различных категорий населения.

Актуальность спортивно-оздоровительного туризма признана и находит свое отражение в программах социально-экономических реформ, осуществляемых в стране. В педагогической науке последних лет спортивно-оздоровительный туризм отмечается как особая эффективная форма оздоровления в природной среде, где решаются вопросы профессиональной ориентации, самоопределения, что выражается в многогранности, специфичности, особенности и сложности воспитания всесторонне развитой личности, в рамках познавательно-оздоровительных мероприятий, которые проводятся в условиях природной среды.

При рассмотрении туристической деятельности как активной формы досуга, необходимо отметить социальное значение данной формы. Она проявляется не только как форма с рекреационной направленностью, а как форма организации, упорядочивания деятельности граждан, проявляющих и реализующих свои личные интересы посредством туристической деятельности. Данный вопрос имел в недавнем прошлом более серьезную как аргументацию, так и реализацию. Сегодня количество клубов, кружков и других форм не стало меньше, изменился их общественный вес, их значение в жизни общества. Что, скорее всего, связывается не столько с качественными и количественными показателями их деятельности, а с утратой самой атмосферы познания себя в тесном единении с природой и туристической деятельностью как естественной формой активности.

Таким образом, туристическая деятельность нуждается в систематизации и наполнении ее содержанием, позволяющим привлечь к себе широкие слои населения, создав у них потребность в образе деятельности, модели проведения досуга, модели познавательной деятельности.

Для расширения круга вовлеченных в данный вид деятельности лиц активно используются информационные ресурсы. На примере Могилевской области [1,2] - и ресурсы республиканского масштаба [3]. Одной из целей данной работы является реализация медийного сопровождения.

Популяризация физической культуры, спорта и туризма, привлечение максимального числа участников, зрителей, расширение тем самым аудитории - ключевой вопрос в пропаганде здорового образа жизни различных слоев общества. Сегодня нет такой деятельности, которая не нуждается в информационном сопровождении. С развитием технологий увеличивается число информационных каналов доступных для решения вышеописанных задач. Одной вывески-растяжки уже недостаточно для создания и распространения информационного сообщения, а главное - раскрытия замысла мероприятия. Бурное развитие медиакommunikаций привело к пониманию необходимости комплексного подхода к решению вопроса медийного сопровождения мероприятий.

Использование классических каналов передачи информации - крупномасштабная печать - это лишь инструмент для закрепления графического образа, нацелен он в первую очередь на зрителей, болельщиков, и