

МОББИНГ В ТРУДОВОМ КОЛЛЕКТИВЕ

Моббинг — систематическое психологическое насилие над человеком на рабочем месте. Он проявляется в форме унижений, оскорблений, издевательств, пугающих действий, игнорирования, изоляции и других способах психологического давления, направленных на унижение и деморализацию жертвы [1]. Причины возникновения моббинга можно рассмотреть с трех сторон.

Во-первых, личностные качества моббера. Сюда можно отнести такие факторы, как низкая самооценка, компенсаторное поведение, стремление унижить других, чтобы поднять свою самооценку, зависть, агрессивность, склонность к манипуляциям и психопатические черты.

Во-вторых, факторы, связанные с жертвой: высокая компетентность, нестандартные взгляды, пассивность, нерешительность, внутренняя уязвимость.

И в-третьих, проблемы в коллективе, в котором взаимодействуют моббер и жертва: нездоровая конкурентная среда, негативная атмосфера, непринятие инноваций, неэффективное руководство, отсутствие системы контроля и регулирования отношений, токсичная культура.

Чтобы убедиться в том, что в трудовом коллективе присутствует моббинг, следует обратить внимание на следующие признаки: поведение коллег (постоянные оскорбления, унижения, издеательства, пугающие действия, игнорирование, изоляция, распространение ложных слухов), изменение поведения жертвы (угнетенное состояние, потеря мотивации, снижение рабочей производительности, страх идти на работу, проблемы со здоровьем, попытки избежать рабочего места), атмосфера в коллективе (нездоровая конкурентная среда, отсутствие взаимопонимания, непринятие новых идей, постоянные интриги, неуважительные отношения), рабочие документы (необоснованные упреки, оценки работы ниже реального уровня, отсутствие похвалы, умышленное лишение возможностей для профессионального развития).

Способы противодействия моббингу: сбор доказательств (свидетельства коллег, сохранение письменных доказательств), разговор с моббером (открытая и спокойная беседа, установление границ), обращение к руководству (предъявление доказательств), в профсоюз (юридическая помощь), инспекцию труда (жалоба). Имеет место и метод самопомощи, где можно использовать следующие способы противодействия моббингу: обращение к психологу (восстановление психического здоровья, управление стрессом, укрепление самооценки), тренинги по управлению стрессом и защите прав (навыки самозащиты от

психологического насилия), забота о себе (спорт, хобби, общение с позитивно настроенными людьми, создание поддерживающей среды).

Профилактика моббинга — комплексный подход, направленный на создание здоровой рабочей атмосферы, предупреждение возникновения конфликтов и обеспечение психологической безопасности всех членов коллектива. Отнесем в этот пункт следующие факторы: позитивная атмосфера в коллективе (корпоративные мероприятия, командный дух, взаимопомощь), развитие культуры коммуникации (обучение эффективным способам решения конфликтов, тренинги по коммуникативным навыкам), контроль за соблюдением трудовой дисциплины (правила поведения, предупреждения и наказания), обратная связь (опросы сотрудников, анкетирование, беседы) и осведомительная работа (информирование сотрудников о моббинге, его проявлениях, последствиях и способах противодействия). В заключение важно отметить, что моббинг — серьезная проблема, которая может иметь тяжелые последствия для жертвы, поэтому принимать меры по его предупреждению и прекращению нужно сразу же.

Источник

1. Моббинг (социология) // Википедия. — URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Моббинг_\(социология\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Моббинг_(социология)) (дата обращения: 25.11.2024).

М. А. Герасимович, О. А. Дорофеева
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А. А. Варвашеня, канд. экон. наук

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТА В ТУРИЗМЕ

Изменения, от цифровизации и глобализации до перемен в потребительских предпочтениях и технологических прорывов, глубоко влияют на принципы и практики менеджмента. Влияние этих трендов проявляется в необходимости адаптации к новым условиям, переосмыслении традиционных стратегий и внедрении инновационных подходов, особенно если это касается глобальных брендов. Бренд-менеджмент постоянно эволюционирует и изменяется, каждый год приносит с собой новые вызовы для компаний и маркетологов. Тренды в брендинге 2025 г. не исключение из правил. Они несут с собой свой набор инноваций, стратегий и подходов, которые будут определять успех продвижения брендов на ближайший период. Под влиянием быстрой эволюции технологий, изменения потребительского поведения и глобальных социокультурных трендов бренды вынуждены постоянно адаптироваться и искать новые способы привлечения