

Лісний Дмитро Вячеславович
здобувач вищої освіти
другого (магістерського) рівня вищої освіти
Дніпровського гуманітарного університету

Науковий керівник:
Тесленко Тетяна Вікторівна
кандидат економічних наук, доцент,
завідувач кафедри туристичного та
готельно-ресторанного бізнесу
Дніпровського гуманітарного університету

КОМУНІКАТИВНА ПОЛІТИКА В СФЕРІ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Поняття комунікативного туризму в основному базується на двох напрямках. Хоча цими напрямками є спілкування і туризм, доповненням поняття є міжкультурна комунікація як підзаголовок сфери спілкування

Визначено, що туризм - це процес, спрямований на забезпечення міжкультурної комунікації, напрацювання і результати, які відбуваються в цьому процесі, - це сфери, охоплені поняттям комунікативного туризму. Іншими словами, комунікативний туризм - це термін, який виражає вплив туризму в міжкультурній діяльності з комунікації та взаємодії.

Туризм є культурною взаємодією і має можливість привести до позитивних і негативних результатів. Характер міжкультурного контакту визначається профілем і очікуваннями туристів, характером середовища, в якій відбувається контакт і роллю культурних маркетологів (туристичних гідів і т.д.).

Динаміка розвитку сучасної туристичної організації визначається не тільки її економічними показниками, а й існуванням ефективних технологій, що забезпечують інформаційний обмін, комунікацію. Комунікація є процесом взаємодії, під час якого відбувається передача чи обмін інформацією. При цьому комунікація вважається успішною, якщо вона пройшла повний цикл. Відправник передає інформацію адресату, останній має однозначно зрозуміти її зміст. Успішний комунікаційний процес залежить також від послідовної побудови інформаційного повідомлення відправником: привернення уваги – інтерес – перехід до основної частини – уточнення деталей – обговорення – висновок – заклик до дії. Очікуваним результатом успішної комунікації є зміна поведінки адресата.

Основою комунікацій є інформація. Це найважливіший ресурс, який дає змогу організаціям розвиватися, зміцнювати стратегічні позиції. В умовах поділу праці без своєчасного надходження інформації неможлива спільна робота. Без неї менеджер не може сформулювати цілі, оцінити ситуацію,

визначити проблеми, підготувати і прийняти рішення, а також проконтролювати його виконання, тобто належним чином здійснювати управлінські функції.

Згідно з оцінками фахівців, керівники всіх рівнів 80% свого часу витрачають на різні види комунікації. Це опрацювання документів, заплановані та незаплановані зустрічі, телефонні розмови, участь у нарадах та засіданнях тощо. Всі ці дії пов'язані з комунікаціями. Комунікаціями пронизана вся система управління організацією (рис. 1).



Рис. 1. Комунікації в системі управління організацією.

Метою комунікацій є розуміння і осмислення переданої інформації. Часто інформація при передаванні може бути спотворена, що спричиняє неправильне розуміння її і, як наслідок, прийняття неправильного рішення.

Тому ефективними є такі комунікації, за яких отримане повідомлення якомога ближче за значенням до первинного. Однак це ще не означає, що зміст повідомлення має однакове значення для всіх учасників комунікаційного процесу.

Приймаючи рішення про передавання інформації, слід впевнитися, що співрозмовник налаштований на її сприйняття і віддає їй перевагу, незважаючи на наявність інших інформаційних джерел. (Це надзвичайно важливо при спілкуванні з начальником, особливо якщо він тяжіє до авторитарного стилю управління).

Формулювання повідомлення. Фахівці у сфері психології управління радять, формулюючи повідомлення, дотримуватись певної його структури (рис. 2).

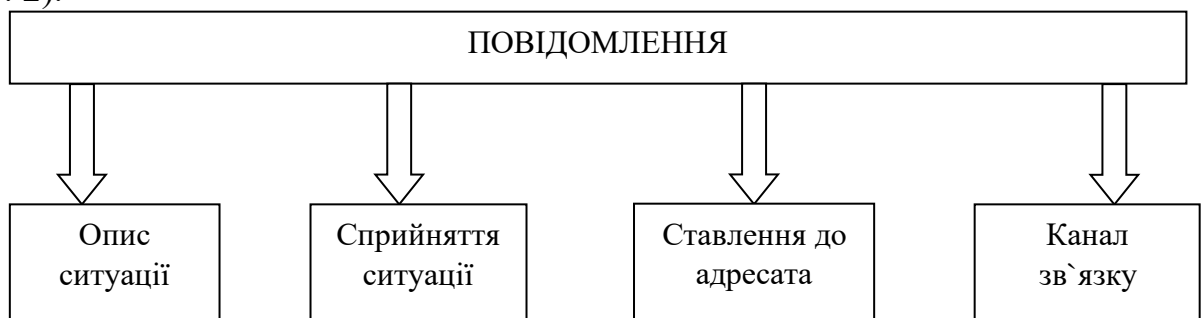


Рис. 2. Структура повідомлення

У зв'язку з переходом від так званого індустріального суспільства до інформаційного стали змінюватися функції менеджера. В індустріальному суспільстві менеджер приймає рішення, контролює і керує за допомогою супервізорів. В інформаційному суспільстві менеджер працює як інформаційний процесор: 1) отримує інформацію про організацію, про зовнішнє середовище; оскільки кількість інформації величезне, менеджеру необхідно вибрати найбільш важливу інформацію; 2) повідомляє інформацію підлеглим; 3) дає зворотний зв'язок.

Використання інформації та комунікативний стиль менеджера залежать від культури організації, проте комунікативний стиль багато в чому визначається структурою і стилем керівництва організації.

Малихіна Світлана Юріївна

здобувач вищої освіти

другого (магістерського) рівня вищої освіти
Дніпровського гуманітарного університету

Науковий керівник:

Пашко Антоніна Олександрівна

кандидат психологічних наук,

доцент кафедри психології

Дніпровського гуманітарного університету

СІМЕЙНІ КОНФЛІКТИ: ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ

Проблема партнерських взаємин, недостатньо розроблені шляхи попередження та подолання виникнення протиріч у сім'ї. Значної уваги потребує теоретичне та експериментальне дослідження причин виникнення подружніх конфліктів у сім'ї, яка легко піддається впливу різноманітних зовнішніх і внутрішніх негативних чинників. Очевидна актуальність, недостатня розробленість та перспективність дослідження даної проблеми зумовили вибір теми наших наукових пошуків.

Відповідно до законодавства, сім'ю складають особи, які спільно проживають, пов'язані спільним побутом, мають взаємні права та обов'язки. Аналіз літератури з даної проблематики дає підстави для висновку про важливість початкового періоду розвитку сім'ї. У сім'ях формується модель сімейних стосунків, здійснюється розподіл прав і обов'язків, утворення духовних зв'язків між партнерами, пошук такого типу ставлень, який би задовольняв їх обох, вироблення на цій основі загальних сімейних цінностей. Особливу увагу фахівці звертають на чинники дестабілізації сімейного життя подружжя, зокрема такі, як: коротка тривалість дошлюбного знайомства, відсутність спільних інтересів у подружжя, матеріальна нестабільність подружжя, невиправдана ідеалізація, розбіжність установок подружжя стосовно розподілу сімейних ролей.