

СОЦІОЛОГІЧНІ НАУКИ

Бондаренко М.М.

студент,

*Київський національний університет
імені Тараса Шевченка*

МІФ ЯК ФОРМА ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Організація є складним утворенням, протяжність життєвого циклу та потенціал котрої залежать від організаційної культури. А. Бекареєв вважає, що «не яскравість й оригінальність, швидкість змін та серйозні матеріальні активи забезпечують організації довгий життєвий шлях; витoki довголіття криються в культурі» [1, с. 1]. Саме організаційна культура визначає норми й принципи, котрі сповідаються членами організації. Одним із потужних, значущих пластів організаційної культури є «оповідання історій», «перекази» (storytelling), тобто міфи [2, с. 3].

Ж. Сорель визначає міф як сукупність образів, які здатні інстинктивно викликати у людей почуття для здійснення тих чи інших дій. Міф розуміється філософом не як вимисел, що розходить із реальністю, а навпаки, як мобілізуюче колективне уявлення [3, с. 129]. Міф – елемент соціальної природи, невід’ємної від людини, це не просто вигадка, а це і, зокрема, реальність, котра існує в свідомості. Міф завжди «життєвий» – емоційно забарвлений, афективний, практичний, «живий». Отже, міф – це узагальнене уявлення про дійсність, яке поєднує етику й естетику, реальність і вигадку. Тобто це уявлення завжди значною мірою ілюзорне, але через свою етичну та художню привабливість здійснює великий вплив на масову свідомість. Іноді міфом є спосіб замінити в свідомості нестерпний достовірний образ страшної реальності таким умовним образом, з яким можна жити [4, с. 112] (який легше прийняти).

Будучи пов’язаним водночас як з індивідуальними, так і з колективними, груповими віруваннями та прагненнями, міф може здійснювати мотиваційну функцію, котра для організацій є вельми цікавою. Тому, вірне «використання» міфів у цілях підвищення ефективності праці співробітників може виявлятися доволі виправданим (але може мати і зворотній ефект). Разом з тим міф «підмінює реальність», адже тлумачить ситуацію з допомогою вигадок і припущень, нівелюючи справжній зміст, відволікаючи. Міф є інтегруючим – спільна віра чи невіра в нього конструює колективну свідомість, об’єднуючи членів організації. Важливо також те, що організаційний міф допомагає винаходити, встановлювати та закріплювати організаційні цінності, правила, орієнтації [5].

Міфи поширюються як різні види адаптивної (зачасту й суто мімікрійної) комунікації – через чутки, плітки, вигадки, міркування, невірні розшифровані

повідомлення (як різниця між закодованим і декодованими змістами), описки, омовки (парапраксист за Фрейдом) [6, с. 59-93] та навіть містифікації (наприклад, «наша компанія неуспішна, бо офіс збудовано на давньому індійському цвинтарі»). Деякі організаційні міфи передаються навіть «від покоління до покоління» [7].

Міфи створюються, модифікуються, змінюються залежно від асоціацій, емоцій, почуттів, особистих зв'язків та досвіду конкретної людини. Вони, як правило, існують в складній системі взаємозв'язків та взаємодії [8, с. 48-52], тому можуть набувати різноманітних форм та проявів. Відповідно, організаційні міфи потребують типологізації задля кращого їх розуміння та співвіднесення з «реаліями». Таким чином:

- За направленістю (питання: хто про кого сконструював міф?) організаційні міфи поділяються на вхідні та вихідні. Вхідні – це міфи про організацію, котрі приходять зовні (уявлення інших людей, інших організацій про дану). Вихідні – міфи, створені у даній організації (про неї саму, про інші організації тощо).

- За полем дії (питання: де існує цей міф?) міфи бувають внутрішні та зовнішні. Внутрішні діють виключно у даній організації. Зовнішні зорієнтовані на середовище існування організації (наприклад, «профспілка нас захистить»).

- За часовою (питання: про який період у міфі йде мова?) ознакою організаційні міфи поділяються на ретроспективні («створені до», історичні), теперішні та футуристичні (прогностичні).

- За рівнем формалізації відносин (питання: про кого створено міф?) розділяються на формальні й неформальні. Формальні міфи, в свою чергу, діляться на міфи про керівництво/боса (наприклад, «А хто наш таємничий керівник?») та міфи про підлеглих/працівників («Секретарка з відділу кадрів скоро звільняється»). У неформальних міфах ієрархія відкидається, а міф зосереджується не на посаді й посадових обов'язках суб'єкта обговорення, а на позиції цього суб'єкта у структурі відносин – це міфи про конкретних людей без їх прямого співвіднесення з місцем у організації.

- За розповсюдженістю (питання: хто знає про міф? хто вірить у нього? – критерій охоплює рівні міжсуб'єктної взаємодії) бувають внутрішньоособистісні (проміжна стадія міфу, момент його конструювання одним індивідом до того як міф буде розповсюджено, оскільки міф потребує колективної віри), міжособистісні, внутрішньогрупові, міжгрупові, організаційні, міжінституціональні, національні, міжнаціональні, глобальні організаційні міфи. Зачасту цей критерій свідчить і про визнаваність організації.

- За орієнтованістю (питання: на що міф орієнтований?) поділяються на прагматичні (орієнтовані на успіх), ідеалістичні (про якості й чесноти), дискредитивні (для підриву відносин різних рівнів) міфи.

Отже, міф не є чітким, єдиновизначеним, а завжди виступає сумішшю типів за різним критеріями. Хоча спірним лишається питання про перевагу користі над шкодою організаційних міфів, проте, навіть у сучасності, вони існують і можуть сприяти як економічному, так і духовному зростанню організації. Такі міфи створюються як можливість пояснити ситуацію, що

відбувається в організації, також, це спосіб прокладання шляху працівника і можливість комунікації. Міфи сприяють адаптації у колективі, групі, заявленню позицій як окремих працівників, так і організації в цілому, розростанню мережі зв'язків, усталенню організаційної культури.

Список використаних джерел:

1. Рушева А. В. Корпоративная культура как источник эффективности организации [Електронний ресурс] / Рушева А. В. // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия Социальные науки. – Електрон. дан. – 2006. – № 1. – С. 367-374. – Режим доступу: <http://elibrary.ru/download/19004342.pdf>
2. Короткевич Е. А. Миф как элемент организационной культуры [Електронний ресурс] / Короткевич Е. А. // Вестник Санкт-Петербургского академического университета. – Електрон. дан. – 2011. – № 1. – Режим доступу: <http://spbume.ru/up/article/file/fsu/korotkevich.pdf>
3. Сорель Ж. Размышления о насилии. – М.: Фаланстер, 2013. – 293 с.
4. Соціальні міфи та стереотипи // Інформаційна безпека (соціально-правові аспекти): Підручник / Остроухов В. В., Петрик В. М., Присяжнюк М. М. та ін.; за заг. ред. Є. Д. Скулиша. – К.: КНТ, 2010. – С. 112-115.
5. Ильченко Е. Мифология организационной культуры // Отдел кадров. - 2004. – № 16. – С. 20-21. – Режим доступу: <http://war.org.forum24.ru/?1-9-0-00000004-000-0-0>
6. Фрейд З. Психопатология обыденной жизни – Zur Psychopathologie des Alltagslebens / в переводе Г. В. Барышниковой. – АСТ, 2009. – 256 с.
7. Ульяновский А. В. Мифодизайн: коммерческие и социальные мифы. – Спб: Питер, 2005. – 544 с.
8. Почепцов Г. Г. Информационные войны. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2000. – 280 с.