

Олена Фролова

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки
alona_frolova@mail.ru

КОНЦЕПТУАЛЬНА МЕТАФОРА ЯК ЗАСІБ ВИРАЖЕННЯ КОНЦЕПТУ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

Received March, 15, 2014; Revised March, 27, 2014; Accepted April, 17, 2014

Анотація. У статті висвітлено сутність конструкту організаційної ідентичності та значення його формування і для працівника, і для установи. Обґрунтовано актуальність його дослідження з позиції психолінгвістичного підходу, зокрема встановлено особливості застосування одного з найпотужніших засобів дискурсивного аналізу – метафор як феномену взаємодії мови, мислення та соціального оточення індивіда. Представлено класифікацію метафор, яку запропонували Дж. Лакофф і М. Джонсон, визначено сутність і зміст кожного різновиду (концептуальних, онтологічних, орієнтаційних). Обґрунтовано доцільність використання саме концептуальних метафор для ґрунтовного вивчення особливостей змісту конструкту організаційної ідентичності особистості. Представлено результати емпіричного вивчення змісту організаційної ідентичності працівників державних та приватних організацій шляхом розподілу, на основі контент-аналізу, відтворених досліджуваними асоціацій за встановленими тематичними категоріями (метафори життя, роботи, сім'ї, матеріального статку та транспорту). Наведено особливості розподілу метафор за категоріями залежно від тривалості трудового стажу в кожній із вибірок. Виявлено значущі відмінності прояву досліджуваного феномену в співробітників установ різних форм власності залежно від тривалості стажу.

Ключові слова: *організаційна ідентичність, державні й приватні організації, метафора.*

Frolova, Olena. Conceptual Metaphor as a Means of the Organizational Identity Manifestation.

Abstract. The article represents the essence of the organizational identity concept, and the importance of its forming both for an employee and an organization. It is argued the actuality of its research from psycholinguistics approach. In particular, the peculiarities of metaphors use as the phenomenon of language, thinking and social environment of the individual and one of the most powerful instruments of a discursive analysis were identified. The metaphor classification introduced by G. Lakoff and M. Johnson was represented. The issue and content of each of the types (conceptual, ontological and orientational metaphors) were defined. The advisability of use of conceptual metaphors for peculiarities of organizational identity concept study was explained. The material represents results of empirical research of the organizational identity concept of public and private organizations' employees, made with the help of division, basin on concept analysis, metaphors named by the investigated audience with accordance to the identified categories (metaphors of life, work, family, prosperity and transport). The peculiarities of category division of the metaphors depending on a tenure in each of the excerpts were represented. Important differences of the studied phenomenon within employees of organizations of different ownership types, depending on the workers' tenure were identified.

Keywords: *organizational identity, state and private ownership organizations, metaphor.*

Фролова Олена. Концептуальная метафора как средство выражения концепта организационной идентичности.

Аннотация. В статье освещены сущность конструкта организационной идентичности и значение его формирования как для работника, так и для учреждения. Обоснована актуальность его исследования с позиции психолингвистического подхода, в частности установлены

особенности применения одного из самых мощных средств дискурсивного анализа – метафор как феномена взаимодействия языка, мышления и социального окружения индивида. Представлена классификация метафор предложенная Дж. Лакоффом и М. Джонсоном, определена сущность и содержание каждой разновидности (концептуальных, онтологических и ориентационных метафор). Обоснована целесообразность использования именно концептуальных метафор для основательного изучения особенностей содержания конструкта организационной идентичности личности. Представлены результаты эмпирического изучения содержания организационной идентичности работников государственных и частных организаций путем распределения, на основе контент-анализа, воспроизведенных исследуемыми ассоциаций по установленным тематическим категориям (метафоры жизни, работы, семьи, материального достатка и транспорта). Представлены особенности распределения метафор по категориям в зависимости от продолжительности трудового стажа в каждой из выборок. Выявлено значимые различия проявления исследуемого феномена у сотрудников учреждений различных форм собственности в зависимости от стажа.

Ключевые слова: организационная идентичность, государственные и частные организации, метафора.

Вступ

Актуальність проблеми ідентичності особистості простежується вродовж усієї історії людства. Активна ж теоретичне та емпіричне розроблення цієї проблематики розпочалося порівняно нещодавно, у 60-х рр. минулого століття. Починаючи з 70-х років, конструкт ідентичності зайняв міцні позиції у колі наукових інтересів представників різних шкіл та напрямків психології, доповнюючи, уточнюючи, а часто й підміняючи собою більш традиційні поняття «Я»-концепції, «Я»-образу, самості.

Очевидно, що поняття «особистісна ідентичність» має сенс лише в системі суспільних відносин, тобто в межах концептуалізації взаємодії в діаді «Я – Інший». Відтак інтенсивні трансформації, складність і багатогранність функціонування сучасного суспільства, які активно впливають на формування цього особистісного конструкту, вимагають всебічного та ґрунтового осмислення саме його соціального аспекту. Так, тип соціальних відносин – один із критеріїв для визначення видів ідентичності, зокрема релігійної, політичної, етнічної та ін.

Одне з найважливіших місць у житті особистості, на нашу думку, посідають трудові відносини. Оскільки ж трудова діяльність здійснюється в межах певної організації, то особливий інтерес складає вивчення особливостей взаємодії в системі «індивід – організація». У науковій літературі така проблематика найчастіше досліджується за допомогою конструкту організаційної ідентичності як особистісного утворення, що виявляється в усвідомленні причетності до трудового колективу, емоційній прив'язаності до нього та прийнятті його цінностей і цілей на рівні поведінки.

Організаційна ідентичність має не лише велике суб'єктивне значення для працівників, задовольняючи їх базові потреби в належності до групи, безпеці, самоцінності, особистісній цілісності, а й виступає інструментом, що забезпечує ефективну життєдіяльність та стабільність установи, здійснюючи роль ефективного механізму управління її персоналом. Тому потреба дослідження психологічних

особливостей явища ідентичності для оптимізації діяльності організацій різних форм власності очевидна.

Водночас, слід звернути увагу, що пристосування установ державного та приватного сектора до нових ринкових умов приводить до виникнення особливих рис у їхньому функціонуванні, а відповідно – у процесі формування організаційної ідентичності співробітників. Отже, потреба формування і розвитку ефективних організацій різних форм власності, зростання інтересу управлінців до питання організаційної ідентичності як до інструменту оптимізації діяльності установи зумовлює актуальність цього наукового дослідження.

Теоретико-методологічну основу дослідження склали положення та принципи теорії соціальної ідентичності та соціальної самокатегоризації (А. Тешфел, Дж. Тернер); дослідження організаційної ідентичності на вітчизняних підприємствах (Т. Ю. Базаров, М. Ю. Кузьміна, С. А. Ліпатов, Л. В. Засекіна); положення теорії Д. Лаккофа.

Мета роботи полягає у встановленні особливостей організаційної ідентичності працівників державних і приватних установ.

Організаційна ідентичність, на нашу думку, – результат когнітивно-емоційного процесу усвідомлення себе представником певної організації, що виражається не лише через екстралінгвальні фактори (значима поведінка, яка відображається в доступних почуттєвому сприйняттю формах), а й мову суб'єкта. Тому вважаємо доцільним використання психолінгвістичного підходу до вивчення організаційної ідентичності, у межах якого останню трактують як комплексний дискурс, що породжується комунікативною взаємодією різних суб'єктів.

Відтак основні завдання дослідження: вивчити особливості організаційної ідентичності працівників державних і приватних організацій за допомогою психолінгвістичного методу – метафор; визначити особливості концептуальних метафор працівників відповідно до стажу.

Методи дослідження

Для розв'язання сформульованих у дослідженні завдань було застосовано такі методи: теоретичні – аналіз, синтез, порівняння, узагальнення, систематизація наукових досліджень із проблем організаційної ідентичності; емпіричні – спостереження, бесіди, психолінгвістичний аналіз за допомогою методу метафор.

Процедура дослідження

Одним із найпотужніших засобів дискурсивного аналізу є метафора – спосіб пізнання, структурування та пояснення світу; механізм, за допомогою якого людина сприймає абстрактні поняття й оперує ними як дискретними сутностями на основі фізичного досвіду. Дж. Лакофф і М. Джонсон пропонують виділяти три види метафор: концептуальні, онтологічні й орієнтаційні. В основі концептуальних метафор лежать когнітивні моделі – стереотипні образи, за допомогою яких організовується досвід, знання про світ. Вони структурують світосприйняття людини й детермінують інтерпретацію нею дійсності. Провідні особливості концептуальних метафор – їхні інтерактивні характеристики, оскільки вони

виражають взаємодію особистості з фізичним і соціальним світом. Отже, саме концептуальні метафори відображатимуть досвід взаємодії особистості з організацією та особливості усвідомлення своєї належності до неї (Lakoff, Johnson 1980).

Досвід оперування матеріальними об'єктами створює основу для широкого спектра різноманітних онтологічних метафор, які концептуалізують абстрактні категорії через окреслення їх кордонів у просторі як предметних сутностей або за допомогою персоніфікації. Отже, метафори цього типу демонструють розуміння досвіду людини в термінах об'єктів і субстанцій навколишнього світу, визначаючи обриси та фізичну природу абстрактних понять. Онтологічні метафори використовують для розуміння подій, дій, занять і станів.

Орієнтаційні метафори визначають розміщення абстрактних понять у просторі й задають знайомі людині просторові орієнтири, зіставляючи «верх–низ», «усередині–зовні», «спереду–заду», «центральний–периферійний».

На думку Дж. Лакоффа, поняття система особистості, у межах якої вона мислить і діє, за своєю природою метафорична. Такий підхід дає змогу остаточно вивести метафору за межі винятково мовної системи й трактувати її як феномен взаємодії мови, мислення та соціального оточення індивіда. Відтак вважаємо, що вираження працівником ставлення до власної організації в метафоричній формі репрезентує зміст ідентичності.

Для визначення особливостей організаційної ідентичності представників державних і приватних організацій за допомогою метафор було сформовано вибірку із 80 осіб, серед яких – 40 працівників Волинської обласної клінічної лікарні, 20 працівників підприємства «Модерн-Експо», 20 співробітників корпорації «Тигрес» віком від 20 до 61 року. З них 40 % – чоловіки, 60 % – жінки.

На першому етапі дослідження учасникам вибірки було запропоновано продовжити речення: Моя установа (організація, місце роботи) – це... Якісну та кількісну обробку результатів психолінгвістичного вивчення метафори здійснювали за допомогою контент-аналізу, на основі якого надані працівниками асоціації було згруповано в такі тематичні категорії: метафори життя, роботи, сім'ї, матеріального статку, транспорту.

До метафор життя належали такі: моя установа – це життя на «полі бою»; місце самореалізації; шумний вулик, де можна задовольнити свої амбіції; справа всього життя; щабель розвитку; місце, у якому проводжу значну частину часу; життя як на вулкані, який періодично «прокидається».

У категорії метафор сім'ї трапляються такі: моя установа – це сім'я, у якій кожен почувається захищено, спокійно й надійно; мій другий дім; рідні люди; родина, яка завжди готова підставити надійне плече; дружній колектив; згуртована команда близьких людей.

До метафор роботи належали такі асоціації досліджуваних: моя установа – це моє робоче місце; потік роботи; мій професійний обов'язок; команда професіоналів; приклад надання послуг вищого рівня; моя кар'єра; колектив різних людей, які працюють і виконують свої обов'язки; важка та виснажлива праця. До категорії

метафор матеріального статку включено такі відповіді: моя установа – це джерело доходу; гроші за виконану роботу; заробітна плата потрібна для життя. До метафор транспорту належали: моя установа – це автомобіль, що мчить до цілі; великий човен; потяг, у якому перебуває багато людей.

Відсотковий розподіл концептуальних метафор у вибірках представників державних і приватних організацій виявився нерівномірним. Метафори, запропоновані працівниками державних установ, розподілилися за виділеними тематичними категоріями так: найбільша частка (40 %) припадає на досліджуваних, які ототожнюють організацію, у якій працюють, із власним життям. Значна частина (25 %) осіб, які склали вибірку, запропонували метафори, що об'єдналися у категорією сім'ї. 12,5 % досліджуваних розглядають організацію через призму категорії транспорту. Значно менша частка метафор представлена категоріями матеріального статку (7,5 %) та роботи (7,5 %). До жодної з визначених тематичних груп не ввійшли відповіді досліджуваних: моя установа – це місце, де можна отримати нові знання; перевірка на витривалість; мої обов'язки.

Більшість працівників приватного сектора, на відміну від співробітників державних установ, схильна виражати своє ставлення до організації за допомогою метафор роботи. 20 % досліджуваних запропонували метафори, які належать до тематичної категорії матеріального статку. Значна частка метафор представлена категоріями життя та сім'ї (17,5 %). 12,5 % отриманих відповідей засвідчують характеристику досліджуваними своєї причетності до організації в межах категорії транспорту. Решта метафор: моя установа – це широке коло можливостей; нові знайомства – не були включені до жодної з тематичних категорій.

Для вивчення психологічних особливостей корпоративної ідентичності працівників державних і приватних організацій відповідно до тривалості трудового стажу досліджуваних було розподілено на п'ять груп. Сегментація груп відбувалася згідно з такими характеристиками: I діапазон – 0–5 років стажу роботи; II – 6–10 років; III – 11–15 років; IV – 16–20 років; V – 20 і більше. Відсотковий розподіл працівників залежно від стажу представлено в табл. 1.

Таблиця 1

**Відсотковий розподіл досліджуваних відповідно до тривалості
трудоного стажу**

Тривалість стажу	% працівників державних установ	% працівників приватних установ
0–5	20	32,5
6–10	17,5	20
11–15	22,5	17,5
16–20	17,5	12,5
21 >	22,5	17,5

Проаналізуємо результати дослідження особливостей використання метафор різних категорій працівниками державного сектора залежно від тривалості професійної діяльності в організації (див. рис. 1).

Більшість працівників зі стажем 0–5 років схильні виражати своє ставлення до установи за допомогою метафор категорій життя та сім'ї (відповідно, 37,5 % і 37,5 %). Частина досліджуваних, які належать до цієї групи, представили метафори транспорту (12,5 %). Метафори, запропоновані співробітниками зі стажем від 6 до 10 років, рівномірно розподілилися за категоріями сім'ї (28,5 %), роботи (28,5 %), матеріального статку (28,5 %), і лише 14,2 % відповідей було віднесено до тематичної групи життя. Найбільший відсоток досліджуваних, які працюють в організації 11–15 років, розглядають свою належність до неї через призму метафор життя (33,3 %).

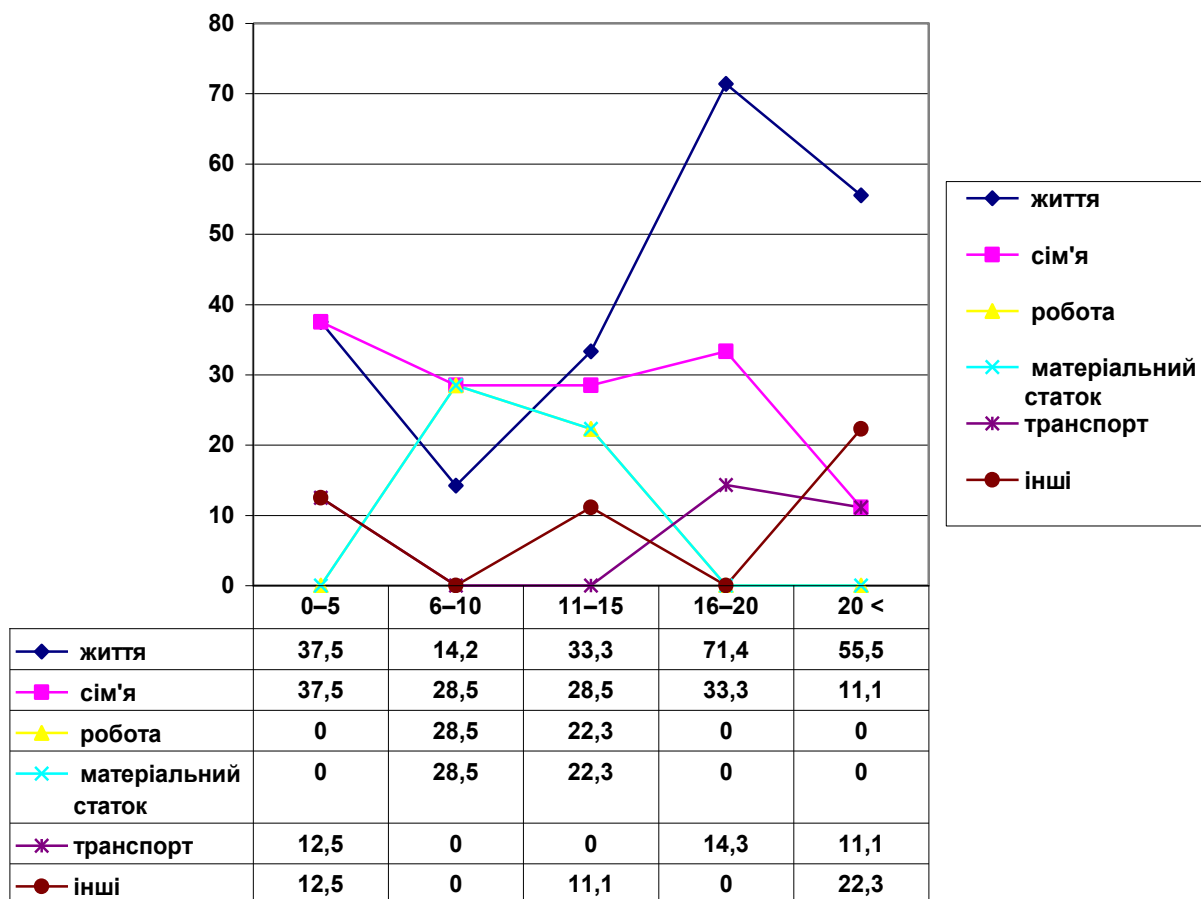


Рис. 1. Відсотковий розподіл метафор представлених працівниками державних організацій

28,5 % осіб запропонували метафори категорії сім'ї, і однакова кількість (відповідно, 22,3 % і 22,3 %) працівників звернулися до категорії роботи та матеріального статку. У межах групи досліджуваних зі стажем від 16 до 20 років найбільша частина метафор представлена категорією життя (71,4 %), менший відсоток – категоріями сім'ї (33,3 %), транспорту (14,3 %). У групі осіб, які працюють в організації понад 21 рік, як і у двох попередніх, найвищим відсотковим показником представлена категорія життя (55,5 %); менша кількість метафор об'єдналась під категоріями сім'ї (11,1 %) і транспорту (11,1 %).

Результати дослідження, отримані у вибірці працівників приватних організацій, суттєво відрізняються (див. рис. 2). Аналіз відповідей співробітників зі стажем до п'яти років засвідчує про те, що більшість із них (38,5 %) пояснюють

свою належність до організації за допомогою метафор матеріального статку, 23 % – за допомогою метафор сім'ї, 15,4 % використали метафори роботи. Однакова кількість досліджуваних звернулися до категорій життя і транспорту (відповідно, 7,7 % і 7,7 %). Найбільшим відсотком у групі осіб, які працюють в установі впродовж 6–10 років, представлено метафори транспорту (37,5 %); інші категорії виявилися менш чисельними (життя – 12,5 %; сім'ї – 25 %; роботи – 12,5 %; матеріального статку – 12,5 %).

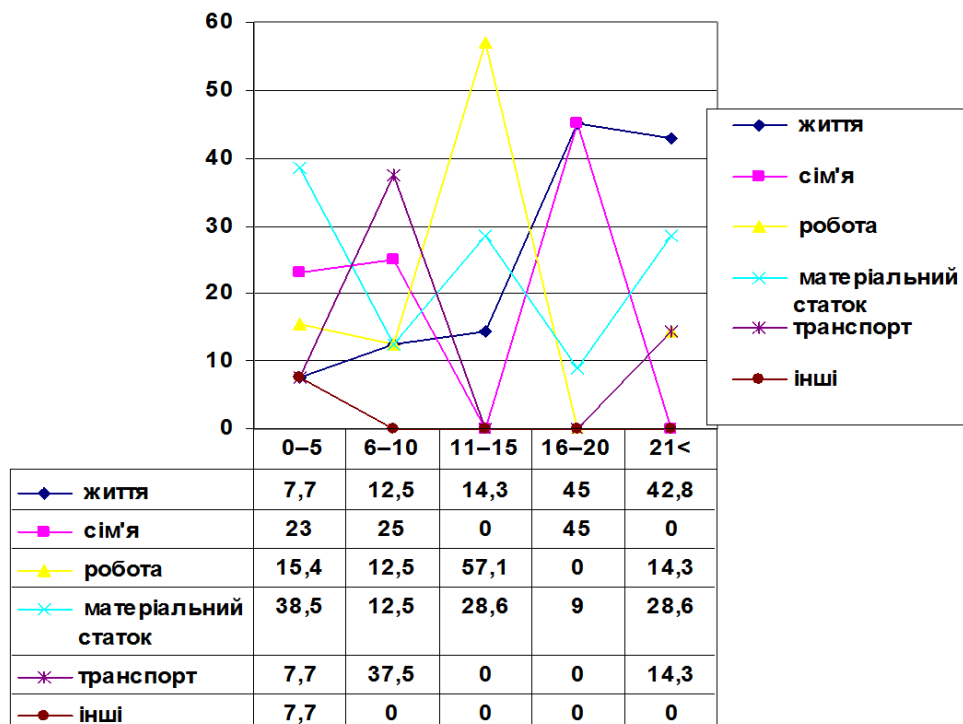


Рис. 2. Відсотковий розподіл метафор, представлених працівниками приватних організацій

Працівники зі стажем від 11 до 15 років найчастіше описували свою належність до організації в межах метафор роботи (57,1 %), рідше – метафор життя (14,3 %) та матеріального статку (28,6 %). Серед досліджуваних, які працюють в організації 16–20 років, найбільш поширеними виявились метафори життя (45 %) і сім'ї (45 %), проте інколи застосовувалися метафори транспорту. Працівники зі стажем понад 21 рік досить часто ототожнюють свою організацію з власним життям (42,8 %); рідше схильні виражати своє ставлення до неї в межах тематичних категорій роботи (14,3 %), матеріального статку (28,6 %) і транспорту (14,3 %).

Висновки

Результати емпіричного вивчення особливостей організаційної ідентичності співробітників державних і приватних організацій засвідчують, що, попри існування спільних категорій метафор у двох досліджуваних групах, міра їх представленості відмінна. Це дає змогу зробити висновок про наявність відмінностей у змісті їхньої організаційної ідентичності. Очевидна і відмінність

особливостей організаційної ідентичності працівників державного та приватного сектора залежно від тривалості стажу. У вибірці працівників державних організацій чітко вираженими на більшості проміжків трудового стажу є метафори життя. Лише на початку професійної діяльності простежується порівняння своєї організації із сім'єю, а у представників приватних установ цей спектр доповнюється ще й тематичними категоріями матеріального статку, роботи і транспорту. Відтак процес формування ідентичності співробітників приватних установ більш динамічний і передбачає перехід від ідентифікації працівників з організацією на рівні зовнішніх атрибутів до ототожнення організації з власним життям та сім'єю.

Література

References

1. Lakoff, G., Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. Chicago: Univ. of Chicago Press.

Олена Галапчук-Тарнавська

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки
o.tarnavska@ukr.net

ВІКОВІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ В ОНТОГЕНЕЗІ

Received March, 13, 2014; Revised March, 18, 2014; Accepted April, 2, 2014

Анотація. У статті проаналізовано вікові особливості розвитку комунікативної компетентності в онтогенезі. Комунікативна компетентність – базове поняття для розуміння соціальної комунікації. Сама компетентність у мові є результатом розвитку її застосування, і лише внаслідок активного відображення дійсності й активного спілкування в дитини виникає розуміння мови. Схарактеризовано стратегічну комунікативну компетентність дітей у симетричній та асиметричній мовленнєвих ситуаціях переконання. У спонукальній мовленнєвій ситуації переконання стратегії виступають як стратегії гнучкого типу в асиметричних ситуаціях спілкування, коли ініціатором бесіди виступає дорослий, і як стратегії гнучкого й м'якого типів, коли це діти/підлітки. Стратегія переконання полягає в тому, щоб переконати співрозмовника прийняти певний погляд, переконати адресата в його правоті. Ця стратегія реалізується через універсально-вікові тактики повтору, удаваного визнання мовцем авторитетної для адресата людини, спростування слів адресата. Преферентно-віковими для дорослих є тактики «урівнювання», виправдовування дій третьої особи, тактика умовних речень, заборони дії, підхвату ключового слова.

Ключові слова: вік, комунікативна компетентність, стратегія, тактика, мовленнєва ситуація переконання.

Halapchuk-Tarnavska, Olena. Age Peculiarities of Communicative Competence Development in Ontogenesis.

Abstract. The article reveals the age peculiarities of development of communicative competence in ontogenesis. The notion of communicative competence is defined. Formation and development of