

SIMBOLISTICA OBIECTELOR ÎN CADRUL RITUALULUI ORGANIZAȚIONAL

Tatiana MĂRGĂRINT

Omul contemporan, în activitatea sa, se confruntă cu nenumărate simboluri, fiecare dintre acestea având de transmis diferite idei sau de îndeplinit o misiune, pentru a asigura sau a restabili echilibrul în jurul său. Simbolurile sunt obiecte, reprezentări grafice ori cromatice, acte, evenimente, formule etc. cu o anumită semnificație pentru organizație, prin care se încearcă transmiterea unui mesaj sau crearea unei atitudini. Simbolurile reflectă valorile, așteptările angajaților. Ele servesc pentru a exprima anumite concepții și promova anumite comportamente în cadrul organizației. Simbolurile pot sugera puterea organizației, tradiția, climatul organizațional etc. Prin limbaj omul dă sens și semnificație fiecărui lucru, actelor și creațiilor sale, și tot prin intermediul limbajului, cultura organizațională vehiculează reprezentări simbolice, instaurând noi raporturi între om și organizație.

În organizații, ritualurile se formează în jurul unor simboluri pe care le definesc. Simbolurile sunt ambigue, ceea ce le face să fie acceptate de mai mulți oameni, deoarece pot fi interpretate diferit de indivizi din diverse grupuri, în diferite contexte. Același lucru se întâmplă în cazul ritualurilor [4, p.17]. Cultura organizațională operează la nivelul credințelor, așteptărilor și valorilor umane. Acestea se manifestă în comportamente, ritualuri și simboluri și formează suportul pentru majoritatea patternurilor de comportament existente în organizație. Personalitatea unei organizații este reprezentată de cultura organizațională. Organizațiile au un limbaj specializat, o gamă largă de simboluri și ritualuri care trebuie să fie respectate de toți membrii organizației. Simbolurile și ritualurile au funcția de a explica comportamentul de moment, dar și ulterior al oamenilor. Altfel spus, „cultura poate fi privită ca un sistem de simboluri ce au rolul de a păstra ordinea și de o face funcțională” [3, p.66].

O semnificație simbolică o au rapoartele publice la sfârșit de an ale instituțiilor, care sunt totodată ritualuri de trecere pentru organizație. Această

semnificație indică faptul că organizația a mai depășit o etapă, că realizările sale se datorează efortului depus de către angajați, că multe probleme au apărut din cauza concurenței sau guvernului care a introdus noi reglementări care îngreunează activitatea etc. În acest sens, ritualurile au un caracter concret, și apar în plan acțional, iar semnificațiile simbolice au un caracter intuitiv, apărând în plan cognitiv” [5, p.253]. Schema rituală nu este standardizată nici în timp, nici în interiorul aceleiași organizații, ci cunoaște „scenarii” variate de „punere în scenă” cu posibile improvizații care țin fie de împrumuturile preluate din alte organizații, de „moda socială” sau de o înțelegere personală a modului în care trebuie „performat” ritul. Comportamentul stilizat impus de convențiile etichetei sociale în cazul inițierii recruților în armată, ceremonialului de deschidere a noilor organizații, de sărbătorire a noilor realizări, activități de team-building presupune moduri complexe de gândire și acțiune.

Ritualul este văzut și ca totalitate de comportamente, însoțit de anumite valori cărora le dăm semnificații simbolice. Exemplu în acest sens sunt sărbătorirea cu mult fast a zilei profesionale de către angajații unor instituții [2] sau petrecerile anuale ale unor firme private care afișează bogăția prin prime generoase, decor opulent, eveniment care accentuează valorile: bogăție, succes, stil. Astfel, automobilul este un mijloc de transport, dar în același timp, dacă este automobil de lux marca rolls royce, este un simbol al bunăstării și al stratificării sociale accentuate.

Antropologii afirmă că este imposibil de întreținut relații sociale fără acte simbolice, cum ar fi ritualurile, și dacă unele din ele sunt reprimite, altele vor apărea. Iar printre funcțiile ritualului sunt cea adaptativă și cea de a comunica o anumită încărcătură emoțională. Legătura dintre simboluri și ritualuri este evidentă, cele din urmă fiind forma activă, cinetică a celor dintâi. Ritualurile reprezintă comportamente sociale încărcate de tematică simbolică, rigide și stereotipe. În cadrul ritualurilor, relațiile sociale sunt exprimate simbolic, iar rolurile sociale se definesc sau se modifică în funcție de natura interrelațiilor respective. Ritualurile satisfac nevoia umană de apartenență la un grup. Prin ritualuri ne exprimăm mai curând nonverbal, la un nivel nu totdeauna conștient, iar comunicarea în sine e primordial nonverbală, subconștientă.

Ritualul organizațional nu este incremenit, ci are o viață proprie, el poate să se transforme sau să dispară, în funcție de forța creativității organizației. Punerea în evidență a multiplelor sale dimensiuni face din ritual un fenomen bogat, complex, cu fațete diversificate, chiar contradictorii.

Simbolurile prezente în cadrul ritualului organizațional sunt purtătoare de mesaj sau exprimă filosofia organizației atât pentru cei din interiorul organizației, cât și pentru cei din exterior. Ele pot fi formule, cuvinte, gesturi, imagini sau obiecte care exprimă un aspect semnificativ, oferind înțelesuri comu-

ne membrilor organizațiilor, permițându-le să comunice și să se armonizeze. Aici avem ritualurile de conservare care se realizează într-o organizație cu scopul de a-i conferi identitate, distincție, integrare, continuitate și unitate valorică, se manifestă în adunări și ceremonii de diferite feluri (primirea într-o organizație, acordarea de premii sau pedepse, celebrarea unei aniversări etc.). Uneori, se utilizează costumații specifice, insigne, steaguri, lozinci sau alte însemne.

Simbolul cultural poate fi reprezentat de un obiect, un fenomen care servește drept mijloc de transmitere a unui mesaj cu o anumită semnificație în cadrul organizației date.

Simbolurile culturale servesc pentru a exprima anumite concepții și a promova anumite valori și comportamente în cadrul firmei. Simbolul cultural poate fi reprezentat de un obiect, un eveniment sau o formulă ce are menirea de a transmite un mesaj cu anumită semnificație în cadrul organizației:

- Denumirea organizației: simbolul poate fi însăși denumirea organizației, atunci când ea prezintă un element de esență prin activitatea sa. Denumirile organizațiilor de succes devin în timp simboluri pentru ceea ce reprezintă ele în societate. UNICEF – simbol al ajutorării copiilor din toată lumea;

- Logo-ul sau sigla: logo-ul este un simbol grafic folosit pentru identificarea unei organizații, a unui produs, a unei companii, a unui eveniment etc., ca instrument de comunicare, el trebuie să includă sau să facă referire la istoria organizației, să poziționeze organizația în prezent, dar să sugereze și potențialul de viitor; elementul comercial este cel care îndeamnă membrii unei organizații să aibă o identitate, ceva prin care să poată fi recunoscuți în mod unic. Coerența, bogăția de simboluri, durabilitatea, adaptabilitatea (la diverse suporturi materiale) sunt elementele de bază pentru a avea un logo de calitate. Exemple de logo:



Organizația Mondială a Sănătății.

- Modul de amenajare, mobila, tablourile folosite în organizație: dotarea sălii de ședințe cu o masă rotundă sau ovală sugerează ideea de participare, de acțiune de grup, în timp ce folosirea de către manager a unui birou imens și/sau a unui fotoliu maiestuos indică accentul pus pe ierarhie. Organizațiile impun reguli cu privire la spațiu, fiecărui angajat fiindu-i atribuit un anumit tip de birou (suprafață, tip de mobilier, decorații, open space/birou închis, birou individual/birou împărțit cu alții). Acest set de reguli arată importanța spațiului ca simbol al statutului social (cele mai bune spații sunt alocate, în

general ierarhic, managementului). Percepția „spațiului personal” este extrem de diferită de la o cultură la alta și din acest motiv spațiul este unul dintre factorii care modelează puternic culturile naționale. Definirea spațiului personal are explicații biologice și antropologice stabilind distanța de la care o persoană percepe intruziunea drept agresiune/pericol. În toate culturile vom regăsi reguli stricte și diferite de la o cultură la alta cu privire la definirea intimității.

– În scopul evitării confuziilor, acolo unde activitatea este ierarhic organizată, statusurile se exprimă printr-o gamă largă de simboluri: epoleți în armată, poliție; halate albe pentru ingineri, halate albastre pentru muncitori în activitate industrială. Ritualurile de diferențiere sunt menite a deosebi grupurile (de vârstă, sex, funcție socială etc.) din aceeași organizație în vederea stabilirii unor raporturi de respect. În cazul armatei, nivelul scăzut al feedbackului din partea societății poate conduce majoritatea culturilor militare spre o orientare puternică spre sine. Aceasta duce spre ritualizarea comportamentului. Din punct de vedere funcțional, ritualizarea servește la „ghidarea comportamentului individual” și pentru a „oferi o imagine de ordine în fața realității dure a morții și distrugerii care adesea amenință să fie copleșitoare” [1]. Se așteaptă ca soldatul să își sacrifice libertatea și viața pentru un scop colectiv la care s-ar putea să nu adere.

– Este prezentă megalozia simbolistă sau simbolizia când dintr-un personaj celebru se face simbolul unei calități, apoi i se atribuie tot felul de întâmplări cu scopul de a sublinia această calitate (Henry Ford etc.).

Cultura organizațională presupune totalitatea simbolurilor, ritualurilor, miturilor, valorilor și normelor de comportament împărtășite de membrii unui grup uman și care se transmite din generație în generație ca experiență de viață, este o microcultură în care își găsesc expresie elementele fundamentale ale culturii societății: simboluri, valori, idealuri, norme de comportament. În baza lor se integrează grupurile umane, prin intermediul acestora efectuându-se controlul asupra comportamentului indivizilor. Simbolurile culturale servesc pentru a exprima anumite concepții și a promova anumite valori și comportamente în cadrul firmei. Ele contribuie la orientarea gândirii, comportamentelor și acțiunilor angajaților, la cristalizarea anumitor comportamente organizaționale, tipice, predominante la nivelul organizației.

Practicarea ritualurilor având funcții simbolice de identificare, este strâns legată de ordinea și organizarea socială, asigurând interiorizarea, respectul și continuitatea valorilor de referință. Prin ritual se stabilesc raporturi între o organizație și individ, se asigură socializarea conformă cu universul valoric și normativ al unei ordini sociale, se generează și se menține respectul față de un mod de organizare, se consolidează influența unei ordini valorice.

Ritualurile joacă un rol de primă mărime în marcarea momentelor de criză, de ruptură, de tensiune, de schimbare prin care trece orice organizație,

asigurând totodată continuitatea existenței ei în interiorul societății, aceeași în mare, mereu alta în stadialitate. Una dintre funcțiile durabile ale ritualurilor este să afirme simbolic continuitatea, în ciuda aparenței de schimbare și fragmentare.

Referințe:

1. http://cssas.unap.ro/ro/pdf_studii/diferente%20culturale_dintre_armata_si_societate.pdf
2. <http://jurnaltv.md/ro/news/2014/8/1/sarbatoare-pentru-sefi-10049189/>
3. NĂSTASE, M. *Cultura organizațională și managerială*. București: ASE, 2004.
4. SEGRE, M. (coord). *Mituri, rituri, simboluri în societatea contemporană*. Timișoara: Armacord, 2000.
5. ZILIBERBERG, C. Ritualurile organizaționale. În: *Psihologie organizațional-managerială. Tendințe actuale*. Iași: Polirom, 2008.