

ВПЛИВ СИМВОЛІВ І ЗНАКІВ НА ЛЮДСЬКУ СВІДОМІСТЬ У ТРУДОВИХ І НАВЧАЛЬНИХ ПРОЦЕСАХ

У статті розглянуто вплив символів та знаків на людину та її трудову діяльність. Виявлено необхідність відповідального ставлення всіх членів суспільства до оточуючої символіки, особливо до корпоративної атрибутики, логотипів і брендів. Розкрито сутність впливового позитивного знаку «АллатРа», наведені приклади його використання в логотипах компаній. Надано результати доброго впливу знаку на суспільство.

В статье рассмотрено влияние символов знаков на человека и его трудовую деятельность. Выявлена — необходимость ответственного отношения всех членов общества к окружающей символике. Особенно в корпоративной атрибутике, логотипах и брендах. Раскрыта сущность мощного положительного знака «АллатРа», приведены примеры его использования в логотипах компаний. Показаны результаты благоприятного влияния знака на общество.

The article considers the influence of symbols signs on person and his labor activity. Identified the need for a responsible attitude of all members of society to surrounding symbolism. Especially in the corporate trappings, logos and brands. The essence of a strong positive sign «AllatRa» are examples of its use in the company's logo. Showing results favorable impact the sign on society.

Ключові слова. Відповідальність, символіка, знак «АллатРа», брендинг, суспільство, партнерська угода

Ключевые слова. Ответственность, символика, знак «АллатРа», брендинг, общество, партнерское соглашение

Key words. Responsibility, symbols, sign «AllatRa» branding, community, partnership agreement

Вступ. Формування корпоративної культури організації є необхідною умовою для успішного розвитку підприємства. Вона об'єднує співробітників організації, формує єдині принципи розвитку компанії, підвищує лояльність клієнтів, сприяє сталому розвитку підприємства тощо. Логотип, слоган, візитки, одяг із фірмовою символікою, сувеніри і створюють унікальне «обличчя компанії», яке формує певне враження, впливаючи на підсвідомий рівень власного персоналу, клієнтів та оточуюче середовище в цілому. Ця корпоративна атрибутика формується на символах і знаках, які несуть у собі інформацію. Ще з давніх часів люди приділяли особливе значення до тих символів, що їх оточують, чітко розуміючи їх значення та вплив на людину. Сьогодні багато цих знань втрачено, а кількість оточуючих нас знаків зростає (реклама, ЗМІ, корпоративна символіка, одяг, предмети інтер'єру, культура та мистецтво тощо), як і зростає їх вплив на масову свідомість. Цей вплив носить і негативний, і позитивний характер. Володіючи базовими поняттями та знаннями символів, що були відомі люду ще з давнини та використовуючи їх при розробці корпоративної символіки, можна закладати дієві позитивні знаки, які будуть сприяти активізації творчого потенціалу людини, формуванню гармонійної атмосфери в колективі, неконфліктному вирішенню поточних питань, упередженню небезпек та ризиків. Використання позитивних знаків і символів у корпоративній символіці буде впливати як на персонал, клієнтів, акціонерів, інших стейкхолдерів так суспільство в цілому, активізуючи в них такі внутрішні мотиви, що на підсвідомому рівні будуть формувати позитивне відношення до компанії та її діяльності, а в цілому формувати у суспільстві сприятливу атмосферу доброзичливості, творчості, розвитку, гармонії та миру.

Питання усвідомленого використання позитивних знаків і символів у корпоративній культурі, рекламі, бізнесі та інших сферах життя суспільства сьогодні набуває особливого значення. Через складну політичну та економічну ситуацію, яка склалася в країні, багато людей перебуває у колі негативних емоцій і думок, що

відзначається на погіршенні стану здоров'я, самопочуття, призводить до зниження творчої активності та зниження результатів праці, підвищення рівня конфліктності у суспільстві, погіршенню психічного стану населення. Це призводить до активізації таких соціальних явищ, як алкоголізм, наркоманія, депресія тощо. Працівники, перебуваючи в такому стані, неспроможні на результативну працю та розробку інноваційного продукту, серед споживачів знижується інтерес до товарів та послуг, а у самому суспільстві наростає напруга. У таких непростих умовах позитивні символи та знаки стають суспільно необхідними, а знання про цей напрямок розвитку мають бути розширеними та донесеними до свідомості людей.

Постановка завдання. Необхідні міждисциплінарні дослідження корпоративної символіки та її впливу на суспільство з точки зору історії, психології, соціології, економіки тощо. З системним аналізом і взаємоузгодженістю різних наукових підходів стане можливим комплексне розкриття цього питання.

Результати дослідження. Використання символів і знаків у корпоративній символіці через логотипи, атрибутику, рекламу є невід'ємною частиною діяльності будь-якої організації, становлячись тим нематеріальним активом, який впливає на імідж та формує успішний брендінг компанії.

Символи у рекламі та маркетингу, з одного боку, дають змогу закласти скорочену інформацію про свою компанію та її діяльність, а з іншого, впливають на свідомість і підсвідомість людей. Через асоціативний зв'язок людина сприймає інформацію з символів на рівні підсвідомості. Все це підтверджує, що об'єктом даного дослідження має стати сам символ, як важливий елемент розвитку корпоративної діяльності. Символ (грец. *symbolon* — умовний знак) — умовний об'єкт, що сприймається, речовинний, письмовий або звуковий знак, яким людина позначає будь-яке поняття (ідею, думку), предмет, дію чи подію [1, с. 137].

Цікавим є той факт, що в українську та російську мову поняття «символ» прийшло у значенні слова «знак». А слово «знак» у цих мовах прийшло від древнеслов'янського слова «знати», у значенні відати, мати про щось знання (словенське — «znaniti», древнечеське — «znati», польське — «znac» тощо) [2, с. 360].

У психології поняття «символ» використовується як образ, що представляє інші образи, змісти та відносини. У загальній психології категорія символу розглядалася з позицій історичного та соціального походження. Так, у глибинній психології К. Юнга було виділено таке поняття, як «колективне несвідоме» (відображення досвіду попередніх поколінь), втілене в архетипах — загальнолюдських прототипах. Архетипи недоступні безпосередньому спостереженню, вони розкриваються лише побічно — через їх проєкцію на зовнішні об'єкти, що проявляється в загальнолюдській символіці — міфах, віруваннях, сновидіннях, творах мистецтва.

Символічна епоха охоплює саме менше десятки тисяч років до нашої ери плюс півтора тисячоліття нашої ери. Вона увійшла не просто в менталітет, в підсвідомість людини, в його генофонд. І, таким чином, по суті, вона не скінчилася, вона продовжується і понині і житиме, поки живе людина. Ми до цих пір «люди символічні» [1, с. 140].

«Психіка індивіда через підсвідомість чітко вловлює цей вплив знаків, так як структура психіки базується на несвідомому. Свідомість у даному випадку має підпорядковану функцію. А знаки впливають, скажімо так, на архитипічну складову психіки індивіда. Їх дія заснована на схильності індивіда до неусвідомленого навіювання» [2, с. 361]

Можливість усвідомити масштаби поширення знаків у різних частинах світу і різних епохах, а також їх священну значимість для багатьох народів, дають дані з археології та етнології. Знаки існували в людському суспільстві ще з часів палеоліту (50—10 тис. років тому). Про це є різні свідчення, починаючи від наскельних малюнків древніх людей, закінчуючи артефактами, що дійшли до наших часів з наявними на них знаками.

Серед усіх знаків доцільно виділити групу певних символів, які древні люди постійно відтворювали, незалежно від свого місця проживання, часу, способу життя, перебуваючи на різних континентах. Більш того, ці ж знаки активно використовуються і в сучасному світі, хоча їх значення для більшості людей є невідомим та задовольняє лише поверхневу цікавість більшості мас. Мало хто знає, що насправді ховається за деякими не просто древніми інформаційними символами, а активними робочими знаками і чому вони роблять безпосередній вплив на підсвідомість будь-якої людини.

Такі основні символи, як коло, хрест, косий хрест, трикутник, ромб, квадрат, спіраль, зірка, піраміда, півмісяць ріжками вгору і їх модифікації, є на багатьох археологічних артефактах. Вони є в наскальних петрогліфах, на фігурках часів палеоліту, на ритуальній посуді часів неоліту, на атрибутиці священної одягу, речах, предметах, предметах, предметах.

Особливе значення серед усіх цих символів має знак «АллатРа», який був відомий людям різних культур. Його початкове зображення — порожній круг, який знизу обрамлений півмісяцем ріжками вгору (рис. 1) [2, с. 471]. Коло є символом Душі, а символічний знак півмісяця ріжками вгору («Аллат») — символом духовно розвиненої людини.



Рис. 1. Знак «АллатРа»



Рис. 2. Логотипи компаній, у символіці яких є знак «АллатРа»



Рис. 3. Символ кафедри управління персоналом та економіки праці КНЕУ імені Вадима Гетьмана і знак «АллатРа»

Для навчального закладу використання позитивних знаків є дуже корисним та актуальним. Саме у стінах університету йде формування та становлення людини як особистості, завдяки чому збагачується духовний, людський, інтелектуальний та інноваційний потенціал держави. Знаки та символи стають тими важливими елементами, які допомагають досягти цих цілей і розкрити ті духовні збагачення, якими володіє Україна та її люди.

Символ кафедри через значення знаку «АллатРа» сприятиме розвитку творчого потенціалу студентів і працівників кафедри, його розкриттю на засадах духовного становлення особистості.

Тільки духовно розвинута людина, яка живе та діє на законах совісті, порядності та відповідальності є гідним членом суспільства. Внутрішні зміни особистості будуть позитивно впливати на наше зовнішнє середовище та життя. Тому перед суспільством сьогодні постає дуже важливе завдання — досягнення дійсно якісних змін на краще, через внутрішні духовні зміни самої людини. Такий підхід дасть змогу відродити внутрішній духовний потенціал народу та відкрити найкращі внутрішні якості кожної особистості.

Дослідники різних сфер науки (фізики, хімії, психології, біології, економіки) почали свої дослідження з вивчення впливу знаку «АллатРа» на людину і суспільство. Дослідження ще не є завершеними, але ті результати, що вже є свідчать про величезну духовну силу знаку, завдяки чому в суспільстві спостерігається активізація духовного потенціалу людей.

Підтвердженням цього стає ініціативний крок людей різних професій і сфер діяльності, які почали формувати свою трудову діяльність, перш за все, на засадах загальнолюдських духовно-моральних цінностей. Завдяки чому у 2014 році була розроблена Глобальна партнерська угода «АллатРа», яка сприятиме практичній реалізації духовного та творчого потенціалу суспільства через якісні ціннісні трансформації у взаємовідносинах між людьми у сфері їхньої трудової діяльності. Це добровільне об'єднання гідних і порядних передових керівників своєї справи, готових прийняти на себе відповідальність за затвердження на практиці духовно-моральних основ, як у своїй професійній сфері діяльності, так і в міру сил і можливостей у всіх інших сферах життєдіяльності світового суспільства [4].

Висновки. Як свідчать наведені приклади, впровадження позитивних знаків, які були відомі ще нашим предкам, — це корисна практика, яка є відповідальним кроком організацій, робить її імідж привабливішим в очах стейкхолдерів. З одного боку, це характеризує її керівництво та персонал, як людей, що цікавляться багатьма різними аспектами нашого життя, а з іншого боку, своїми діями доводять, що прагнуть до якісного розвитку нашого суспільства. Також це є дуже важливі приклади того, що будь-яка організація, незалежно від її напрямку та сфери діяльності може запроваджувати до своєї символіки знаки, які провірені людством вже не одне тисячоліття та сприяють розвитку творчого та духовного потенціалу соціуму. Нагорода за розумне впровадження позитивних символів велика, адже досконалі символи задовольняють відразу всі сторони людини: і дух, і інтелект, і почуття. Значення корпоративної символіки та її вплив на суспільство сьогодні стає одним із елементів прояву соціальної відповідальності організації, а отримані результати дослідження доводять доцільність впровадження позитивних знаків і символів до атрибутики діяльності організацій різних сфер. Перспективи подальших досліджень у цьому напрямку є необмеженими, а їх проведення буде свідченням зрілості та духовності суспільства та його особистостей.

Література

1. Юнг К.Г. Архетип и символ / К.Г. Юнг / Сб. работ Юнга. — М., 1991. — 304 с.
2. Новых А. АллатРа [Електронний ресурс] / А. Новых // Режим доступу: <http://sensei.org.ua/read/downloads/category/1-anastasiya-novykh?download=42:allatra>
3. К. Pustovoytov: Weathering rinds at exposed surfaces of limestone at G?bekli Tepе. In: Neo-lithics. Ex Oriente, Berlin 2000 (14C-Dates)
4. Глобальна партнерська угода АЛЛАТРА. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://allatra-partner.org>
5. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / [А.М. Колот, О.А. Грішнова та ін.]; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Колота. — К.: КНЕУ, 2012. — 501 с.

Стаття надійшла до редакції 22.07.2014 р.