

Ewelina Kotarba

Współczesne mityzacje rzeczywistości społecznej w świetle ogłoszeń prasowych = Myth in contemporary society

Kultura, Media, Teologia 15, 110-120

2013

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

Ewelina Kotarba, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Wydział Politologii

Współczesne mityzacje rzeczywistości społecznej w świetle ogłoszeń prasowych

Myth in contemporary society

STRESZCZENIE:

SPEKTRUM ODDZIAŁYWANIA MITÓW NA SPOŁECZEŃSTWO, KTÓRE BĘDZIE PRZEDMIOTEM ANALIZY ARTYKUŁU, JEST BARDZO SZEROKIE. WSPÓŁCZESNE SPOŁECZEŃSTWO „NIE WIERZY” W MIT I ZAPOMINA O JEGO SILE. WIĘKSZOŚCI WYDAJE SIĘ, ŻE MITOTWÓRSTWO ICH NIE DOTYKA – POZOSTAJĄ „BEZPIECZNI” POZA JEGO WPŁYWEM I POTĘGĄ. WSKAZUJĄC JEDNAK, W OPARCIU O RÓŻNICZĄ LITERATURĘ PRZEDMIOTU, FUNKCJE SPEŁNIANE PRZEZ MITY, DOCHODZI SIĘ DO KONSTATAcji, ŻE MIT JEST MOCNO OSADZONY W KULTURZE, JEST FUNDAMENTEM KULTURY I TYM SAMYM TWORZY KULTUROWĄ TOŻSAMOŚĆ.

SŁOWA KLUCZOWE:

MIT, FUNKCJE MITU, MIT SUKCESU, MIT KRYZYSU, MIT DOSTĘPNOŚCI

ABSTRACT:

PRINCIPAL AIM OF THE ARTICLE IS TO PRESENT THE INFLUENCE OF MYTHS ON THE SOCIETY. CONTEMPORARY SOCIETY DOES NOT BELIEVE IN MYTH AND FORGET ABOUT ITS POWER. HOWEVER TAKING INTO ACCOUNT THE FUNCTIONS OF MYTHS ONE MAY CLAIM THAT IT IS FUNDAMENTAL FOR THE CULTURE AND HELPS TO CONSTRUCT CULTURAL IDENTITY.

KEYWORDS:

MYTH, FUNCTIONS OF THE MYTH, MYTH OF SUCCESS, MYTH OF CRISIS, MYTH OF ACCESSIBILITY

Społeczeństwo ponowoczesne coraz bardziej zatracą się w swojej wolności i zniecierpliwieniu, oddalając się od metafizycznych rozważań na temat sensu istnienia¹. Konsumpcjonizm, masowość kultury, mobilność, ciągły pośpiech do „nowego i lepszego”, niekończący się łańcuch potrzeb materialnych, wzmacniany przez postęp technologiczny i dostępność wszelkich dóbr sprawiają, że na wartości traci wszystko, co zatrzymuje nas na dłuższą chwilę, wymaga uwagi, poświęcenia i czasu. Do głosu dopuszczani są tylko ci, którzy nabywając atrakcyjne dobra uczestniczą w kalkulacji zysków i strat, odnoszą szybkie sukcesy. Pozostali, uznawani za nieudolnych i słabych, spychani są na peryferia społeczeństwa, dotknięci marginalizacją we wszystkich sferach życia – stają się obcy.

Wyzbyliśmy się wielu cech społeczności przednowoczesnych, ale mit jest „niezbyszalny”². Według Anety Dudy, rozwój gospodarczy, jakkolwiek pozytywnie oceniany w kategoriach ekonomii, implikuje „obniżenie kapitału społecznego (poprzez lansowanie konsumpcjonizmu) oraz pojawienie się nowych form materialnego i psychicznego ubóstwa”³. Cykl zarabiania oraz wydawania zasobów finansowych tylko na pozór i krótkotrwale przynosi satysfakcję, szczęście, lecz nie prowadzi do poczucia spełnienia. A w ramach tej nostalgii za rajem utraconym „obrazy, symbole i mity odpowiadają pewnej potrzebie i spełniają pewną funkcję: obnażają najskrytsze modalności bytu”⁴.

Wydawać by się mogło, że na poziomie wszechobecnego *ratio* przejawiającego się w zaawansowanej technologicznie infrastrukturze nie ma miejsca na mity, bowiem „łoczemy się w świecie, gdzie wszechpochlaniająca natarczywość codzienności wydziera nam chwile skupienia nad zwornikami ostatecznymi życia”⁵. Jednak w całym tym chaosie człowiek poszukuje porządku oraz sensu. Z tego też względu, świadomie bądź nieświadomie, nadal w interpretacji rzeczywistości wykorzystujemy treści mityczne. Warto również zauważyć, że manipulacja poprzez odwołanie się do pragnienia odwiecznej szczęśliwości jawi się jako skuteczny i powszechnie stosowany proces perswazji. Dlatego też na mitach bazują wszelkie techniki sprzedaży, w ramach których doradcy, umiejętnie odwołując się do zakorzenionych w naszej świadomości idei, wydobywają z nas korzystne dla siebie decyzje. Z mitologizacją spotykamy się także w polityce historycznej, gdy mamy do czynienia z koncepcjami i hasłami politycznymi funkcjonującymi w pamięci zbiorowej jako imponderabilia i symbole.

Niniejszy artykuł stanowi próbę scharakteryzowania współczesnego społeczeństwa przez pryzmat obecnych w świadomości społecznej mitów. Mityczne treści i wartości będą głównym kryterium analizy ogłoszeń drobnych, zamieszczanych w „Gazecie Wyborczej”.

¹ Z. Bauman, *Ponowoczesność jako źródło cierpień*, Warszawa 2000, s. 145-166.

² A. Duda, *Język mitu w reklamie*, Lublin 2010, s. 40.

³ Tamże, s. 9.

⁴ M. Eliade, *Sacrum, mit, historia: wybór esejów*, Warszawa 1970, s. 27.

⁵ L. Kołakowski, *Obecność mitu*, Warszawa 2003, s. 122.

1. Wielowymiarowość pojęcia mitu⁶

Badania nad mitem stanowią wspólny obszar analizy dla wielu dziedzin i dyscyplin nauk humanistycznych. Antropologia, kulturoznawstwo, literaturoznawstwo, psychologia, socjologia, religioznawstwo, etnologia – każda z nich, stosując własne metody badawcze, dociera do istoty tego fenomenu w inny sposób i koncentruje się na różnych jego aspektach. Jak pisze P.J. Fereński „ontologiczna wolność mitu wydaje się niekiedy niemal całkowita”⁷.

Długa historia badań nad mitotwórstwem nie pozostawiła po sobie precyzyjnie określonego przedmiotu badania, a definicji mitu jest tyle, ilu jest jego badaczy. Niektórzy uczeni, jak Lauri Honko, starają się uściślić kierunki badań do kilku charakterystycznych ujęć mitu jako: kategorii poznawczej, formy symbolicznej ekspresji, projekcji podświadomości, czynnika integrującego i ułatwiającego procesy adaptacyjne w życiu człowieka, czynnika regulującego zachowania, legitymizacji instytucji społecznych, wyrazu zjawisk społecznie istotnych, odbicia kultury i społecznej struktury, wyniku sytuacji historycznych, religijnej komunikacji, religijnej kategorii oraz środka, obiektu strukturalnego badania⁸.

Rozważania na temat mitów obecnych w polskim społeczeństwie należy rozpocząć od wyjaśnienia kwestii związanych z samym mitem, jego historią, współczesnymi ujęciami oraz funkcjami, jakie się mu przypisuje.

Dzieje i postawy wobec mitu dawniej

Greckie *mythos*, w ujęciu Platona, będące przedmiotem jego zainteresowania w kontekście krytyki poezji, stanowiło, z racji swojej fałszywej formy, mało wartościowy rodzaj narracji, daleki od rozumu i poznania prawdy.⁹ Pomimo elementów i treści prawdziwych, mit ujęty holistycznie traktowany był jako rzecz zmyślona, nieprawdziwa. Zanim jednak grecka filozofia zajęła się teorią mitów, słowa *mythos* i *logos* funkcjonowały w poetyce w zupełnie innym sensie. Homer i Hezjod interpretowali *mythos* jako prawdę, natomiast *logos* łączyli z fałszem i kłamstwem¹⁰.

Mit w konwencji platońskiej funkcjonował przez następne stulecia do końca XV wieku, znajdując adeptów wśród chrześcijan, uznających wyższość prawdy obja-

⁶ Eksplicacja tego pojęcia przedstawiona w *Słowniku wyrazów obcych PWN* koncentruje się na 3 aspektach: 1) opowieść o bogach, demonach, legendarnych bohaterach i nadnaturalnych wydarzeniach, będąca próbą wyjaśnienia odwiecznych zagadnień bytu, świata, życia i śmierci, dobra i zła oraz przeznaczenia człowieka; 2) ubarwiona wymyślonymi szczegółami historia o jakiejś postaci lub o jakimś fakcie lub wydarzeniu, legenda; 3) fałszywe mniemanie o kimś lub o czymś uznawane bez dowodu. L. Wiśniakowska (red.), *Słownik wyrazów obcych PWN*, Warszawa 2007, s. 621.

⁷ P.J. Fereński, *Słowo o micie. Mit w kontekście antropologii wiedzy*, w: B. Płonka-Syroka, E.I. Rudolf (red.), *Mit początku, mit drogi. Analiza historyczna, społeczna i kulturowa*, Wrocław 2010, s. 25.

⁸ L. Honko, *The Problem of Defying Myth* w: *The Myth of the State*, Upsala 1972, s. 17, cyt. za: T. Biernat, *Mit polityczny*, Warszawa 1989, s. 18.

⁹ M. Czeremski, *Struktura mitów*, Kraków 2009, s. 21.

¹⁰ Tamże, s. 16.

wionej w Biblii nad „pogańskimi bajkami”¹¹. Renesans, z odkrywaniem na nowo wartościami starożytności, odrodził znaczenie mitów, które stawały się źródłem inspiracji dla twórców tej epoki. Ówczesni humaniści chrześcijańscy nie widzieli już w zmyślonych podaniach niebezpieczeństwa dla religii, ponieważ jak sądzili, nadal niosły one ze sobą tę samą tradycję symboli odzwierciedlających wartości chrześcijańskie¹². Racjonalizm oświecenia negował mity jako „niewiarygodne opowieści, oparte na zaboronach lub też zmyślane celowo przez kapłanów, którzy pragnęli utrzymać swoją władzę nad ludem”¹³. Kult rozumu i myślenia logicznego, charakterystyczny dla tych czasów, podważał użyteczność mitów, choć zapewne sam się do nich odwoływał propagując własne założenia.

Kolejna epoka – romantyzm¹⁴ – podobnie jak renesans, powróciła do starożytnej poezji i apoteozy mitu. Szczególnie niemieccy twórcy, tacy jak F.W.J.R. von Schelling czy K.W.F. von Schlegel twierdzili, że mitologia jest „wspólnym źródłem poezji, sztuki, religii i filozofii”¹⁵.

Współczesne koncepcje mitu

Mit jest zjawiskiem kulturowym, trwałą właściwością życia społecznego, nieustannie obecną, w obszarze ludzkiej myśli. Mit jest także przedstawiany jako rodzaj świadomości, której towarzyszy subiektywne poczucie prawdziwości, gdzie równocześnie niemożliwa jest obiektywna weryfikacja zarówno stopnia tej prawdziwości, jak i fałszu¹⁶.

Kwestie prawdy i fałszu w mitcie poruszył także Roland Barthes. Jego koncepcja „unaturalnienia” znaczenia przez mit zakłada, że „mit niczego nie ukrywa i niczego nie uwidacznia – mit deformuje”¹⁷, jest słowem niewinnym z tego względu, że nie ukrywa intencji a je nadmiernie uzasadnia.

Mit przedstawiany w formie opowieści o walorach sakralnych, z wyraźnie zarysowaną fabułą, ukazujący jeden z typowych dla siebie motywów zostaje zastąpiony przez mity współczesne, niejednoznacznie odnoszące się do wartości absolutnych¹⁸. P. Czaplński w swoich rozważaniach dotyczących treści mitycznych dowodzi, że „mit w litera-

¹¹ Tamże, s. 21.

¹² S. Stabryła, *Wstęp*, w: S. Stabryła (red.), *Mit, człowiek, literatura*, Warszawa 1992, s. 6.

¹³ Tamże, s. 7.

¹⁴ Należy także wspomnieć o tzw. mitologii porównawczej, która powstała na kanwie badań antropologicznych i etnograficznych jako nowa dyscyplina naukowa w II połowie XIX wieku. Głównymi przedstawicielami tego nurtu byli: Charles de Brosses, Christian Gottlieb Heyne, Friedrich Creuzer oraz Karl Otfried Müller. Ponadto, rozwinęła się również filologiczna szkoła mitologiczna na czele z Maxem Müllerem oraz Adalbertem Kuhnem, która wyrosła z zainteresowania lingwistyczną metodą badań. E.I. Rudolf, *Mit a literaturoznawstwo*, w: B. Płonka-Syroka, E.I. Rudolf (red.), dz. cyt., s. 46-47.

¹⁵ Tamże, s. 44-45.

¹⁶ M. Golka, *Mit jako zwornik kultury i polityki*, w: Z. Drozdowicz (red.), *Mity. Historia i struktura mistyfikacji*, Poznań 1997, s. 9.

¹⁷ R. Barthes, *Mit i znak. Eseje*, Warszawa 1970, s. 48.

¹⁸ A. Duda, dz. cyt., s. 42-44.

turze współczesnej naznaczony jest wewnętrzną sprzecznością, gdzie po jednej stronie znajduje się przemożne pragnienie odzyskania ładu, a po drugiej, świadomość stereotypizacji mitów śródziemnomorskich (zawłaszczonych przez sztukę masową) i ich nieprzystawalność do współczesnego życia¹⁹. Zdaniem Francisa Bacona²⁰ możemy mówić o dwóch typach mitotwórstwa, w ramach których funkcjonują: 1) mity fundamentalne²¹, odnoszące się do rzeczy ostatecznych oraz odwołujące się do sacrum, a także 2) mity doraźne (społeczne, polityczne), wtórne – formułowane na bazie mitów fundamentalnych i ich symboliki, których zadaniem jest organizacja życia społecznego. To mitotwórstwo intencjonalne (doraźne) nie pośredniczy już w interpretacji i eksplikacji rzeczywistości, ale staje się rudymeniem każdego społeczeństwa, ponieważ koncentruje jego członków wokół określonej wartości.

W teorii mitu można odnaleźć kilka klasycznych ujęć, do których powszechnie odwołują się współcześni badacze tego zjawiska. Reprezentowana przez Emila Durkheima szkoła socjologiczna rozpatrywała mit w relacji do rytuału, jako element systemu religijnego odzwierciedlający „zbiorowe wyobrażenia” grup społecznych²².

Podejście funkcjonalistyczne w badaniach nad mitem, którego przedstawicielami są Bronisław Malinowski oraz James George Frazer, koncentrowało się na oddziaływaniu mitów na społeczeństwo, na jego funkcję modelującą. Mit miał kształtować reguły postępowania, myślenia i odczuwania²³.

Teorie fenomenologiczne, z Lucienem Lévy-Bruhlem na czele, zakładały, że „mit jest fragmentem rzeczywistości przeżywaną przez człowieka pierwotnego i pewnym sposobem myślenia wyprzedzającym myślenie religijne”²⁴.

Mircea Eliade, religioznawca i filozof kultury, traktuje opowieści mityczne jako wzorce oddające modelowe zachowania człowieka. Współczesność charakteryzuje ukryta obecność mitu w różnych sferach życia, do czego przyczyniają się mass media rozprzestrzeniając w zbiorowościach mityczne treści.²⁵

Dla autora *Filozofii form symbolicznych*, Ernsta Cassirera, mit jest nie tylko wyrazem zmysłowego doświadczenia świata, ale nadawaniem bezpośrednio obserwowalnym przedmiotom obiektywnej formy, będącej pierwszym szczeblem rozwoju duchowego²⁶. „Obraz rzeczy utożsamiany zostaje z ową rzeczą, życzenie z jego spełnieniem, sen z jawą”²⁷.

¹⁹ P. Czaplinski, P. Śliwiński, *Literatura Polska 1976-1998*, Kraków 1999, cyt. za: R. Mielhorski, *Strategie i mity nowoczesności*, Toruń 2008, s. 247-248.

²⁰ Cyt. za: A. Duda, dz. cyt., s. 43.

²¹ Zwane także mitami archaicznymi, zob. T. Biernat, *Mit polityczny*, Warszawa 1989, s. 22-24.

²² E. Durkheim, *The elementary forms of religious life*, Oxford 2001, s. 71.

²³ A. Duda, dz. cyt., s. 24.

²⁴ S. Stabryła, dz. cyt., s. 9.

²⁵ A. Duda, dz. cyt., s. 33-35.

²⁶ J. Sójka, *O koncepcji form symbolicznych Ernsta Cassirera*, Warszawa 1988, s. 56.

²⁷ Tamże, s. 53.



Siła mitu nie jest do końca uświadomiona, dlatego większości wydaje się, że mitotwórstwo ich nie dotyka – pozostają „bezpieczni” poza jego wpływem i potęgą. Jednak wskazując funkcje spełniane przez mity można dojść do konstatacji, że jest on mocno osadzony w kulturze, jest fundamentem kultury i tym samym tworzy kulturową tożsamość.

Warto jeszcze wspomnieć o analizach reprezentanta strukturalizmu, Claude'a Lévi-Strauss'a, dzięki którym wypracował teorię myślenia mitycznego, metodę strukturalnej analizy i typologii mitów. Wprowadził on do badań pojęcie „mitemu” jako części składowej mitycznej opowieści. Antropolog ten dowodził, że przesłanie mitu przejawia się w jego strukturze²⁸.

Tak jak różnorodnej hierarchizacji poddawane są konkretne aspekty rozważań nad mitem, tak samo pewne jego funkcje są bardziej akcentowane, natomiast inne marginalizowane. Taka wyliczanka jest jednak pozbawiona sensu. Spłyca ona bowiem myśl wielu wybitnych badaczy mitu.

Funkcje mitów

Spektrum oddziaływania mitów na społeczeństwo, które będzie przedmiotem analizy w drugiej części artykułu, jest bardzo szerokie. Siła mitu nie jest do końca uświadomiona, dlatego większości wydaje się, że mitotwórstwo ich nie dotyka – pozostają „bezpieczni” poza jego wpływem i potęgą. Jednak wskazując funkcje spełniane przez mity można dojść do konstatacji, że jest on mocno osadzony w kulturze, jest fundamentem kultury i tym samym tworzy kulturową tożsamość.

M. Golka wymienia dziewięć podstawowych funkcji mitu²⁹: tworzenie i utrzymywanie wzorca pojmowania świata; wyjaśnianie zmienności świata, sensu i celu tych zmian; podtrzymywanie pewnego porządku społecznego poprzez stworzenie zbioru przekonań i wzorców zachowań obecnych w danej zbiorowości; umacnianie wartości społecznych poprzez wzbudzanie wiary w ich nadzwyczajny rodowód; wspieranie emocjonalne i mentalne jednostki w sytuacjach kryzysów, załamania, niepewności; wyzwalać zdumienia światem; sankcjonowanie przywilejów pewnych grup społecznych; stymulowanie do działania całych społeczności wyznawców mitu i poszczególne jednostki oraz tworzenie i ukazywanie programów oraz celów tego działania.

²⁸ S. Stabryła, dz. cyt. s. 9.

²⁹ M. Golka, dz. cyt., s. 9-10.

Przytoczone powyżej najważniejsze role i zadania mitów można sprowadzić do kilku ogólnych funkcji:

- kreacyjnej – tworzenie wzorców zachowań oraz pewnych ram odniesienia w stosunku do zastanej rzeczywistości;
- eksplanacyjnej – wyjaśnianie genezy oraz zachodzących przekształceń rzeczywistości;
- porządkującej – ustalanie pewnych schematów działań, wprowadzanie ładu i systematyzowanie;
- aktywizującej – mit jest bodźcem, punktem odniesienia a także inspiracją do działania;
- moralizatorskiej – wskazywanie postaw i czynów właściwych oraz nieodpowiednich;
- kontrolnej – jako narzędzie manipulacji może narzucać konkretne modele postępowania, w ramach których dana społeczność funkcjonuje.

Ponadto, mit manifestuje potrzebę różnych grup społecznych „wy tłumaczenia pewnego zakresu rzeczywistości społecznej, a w tym genezy statusu i losu tej grupy”³⁰.

Ernst Cassirer rozważał funkcję społeczną mitu, przez którą rozumiał integrację grupy w ramach procesu bezświadomego jednoczenia się jednostek, wytwarzanie emocjonalnej więzi z „przybliżoną” w ten sposób rzeczywistością³¹.

2. Współczesne mityzacje rzeczywistości społecznej

Przedmiotem analizy są treści ogłoszeń drobnych, które ukazały się w „Gazecie Wyborczej-Stołecznej” oraz w dodatku do jej poniedziałkowego wydania – „Gazeta Praca”³². Celem badania jest próba przedstawienia obrazu współczesnego społeczeństwa w oparciu o funkcjonujące obecnie mity.

Współczesna prasa dostarcza bardzo wiele cennego pod względem interpretacji treści mitycznych materiału. O ile jasny jest cel i przesłanie reklam, które oprócz strony informacyjnej, bezpośrednio odwołują się do symboli i mitów, to sprawa ogłoszeń jest bardziej skomplikowana.

Ogłoszenia drobne w prosty sposób, zwięźle komunikują odbiorcy o możliwościach, jakie posiada lub oferuje nadawca. Z tego względu analiza semantyczna będzie przydatną i istotną metodą badawczą. Poszczególne słowa ogłoszenia mogą przejawiać cechy perswazji, ale nie jest to istotne z punktu widzenia interpretacji ich mitycznego sensu. Zasadna jest także analiza treści, wydobywająca głęboko ukryte odniesienia i odwołania do nadrzędnej idei – mitu, uświadomionego lub nieświadomionego, przez pryzmat którego podejmowana jest decyzja o konkretnym działaniu.

Bez wątpienia o charakterze mitów funkcjonujących w społeczeństwie mówią dużo już same kategorie, według których dokonano segregacji ogłoszeń. Najliczniejszą

³⁰ Tamże.

³¹ J. Sójka, dz. cyt., s. 70-71.

³² „Gazeta Praca” nr 13 (857), poniedziałkowy dodatek do „Gazety Wyborczej (Stołecznej)”, 28.03.2011.



Mit kryzysu może być bardziej niebezpieczny, niż kryzys sam w sobie, szczególnie w sytuacji, gdy funkcjonuje jako narzędzie manipulacji. Dekoniunktura i jej implikacje są wykorzystywane a nawet nadużywane dla realizacji różnych celów w takim stopniu, że na dalszy plan schodzi opracowanie planu naprawczego, bądź też wprowadzenie bardziej elastycznych form współpracy, które mogłyby dźwignąć daną dziedzinę z recesji.

grupą ofert okazały się te dotyczące zatrudnienia oraz rynku nieruchomości, i z tego względu osobnymi dodatkami do czasopisma ustanowiono te zawierające wyłącznie oferty zatrudnienia oraz ogłoszenia o sprzedaży nieruchomości. Świadczy to o bardzo dużym zainteresowaniu informacjami o nowych ofertach pracy oraz prężnie funkcjonującym rynku obrotu mieniem nieruchomym. Przyczyn tego stanu można upatrywać po-niekąd w obecnej sytuacji gospodarczej.

Mit kryzysu

Bezspornie splot niekorzystnych tendencji gospodarki w wymiarze makro i mikro-ekonomicznym, w skali globalnej, zwany kryzysem gospodarczym, wpłynął negatywnie na sytuację finansową wielu przedsiębiorstw, jak również bezpośrednio wielu ludzi. Jednak kryzys zaczął funkcjonować w świadomości społecznej także na innej płaszczyźnie – jako mit. Destabilizacja stała się pretekstem do redukcji miejsc pracy, rezygnacji z tworzenia nowych stanowisk oraz ograniczania motywacyjnych pakietów pracowniczych (premi, pakietów socjalnych, szkoleń, wyjazdów integracyjnych), a także usprawiedliwieniem dla uszczuplonych inwestycji przedsiębiorców. Strach przed ryzykiem paraliżował nowe przedsięwzięcia, hamując wzrost gospodarczy i spowalniając koniunkturę.

Mit kryzysu może być bardziej niebezpieczny, niż kryzys sam w sobie, szczególnie w sytuacji, gdy funkcjonuje jako narzędzie manipulacji. Dekoniunktura i jej implikacje są wykorzystywane a nawet nadużywane dla realizacji różnych celów w takim stopniu, że na dalszy plan schodzi opracowanie planu naprawczego, bądź też wprowadzenie bardziej elastycznych form współpracy, które mogłyby dźwignąć daną dziedzinę z recesji. Ponadto, kryzys stanowi legitymację dla ograniczeń wolności, wzrostu poziomu zależności publiczno-prawnych itd.

Mit sukcesu

Za ogłoszeniami o pracy kryje się dążenie do osiągnięcia sukcesu i prestiżu. Prestiż ma się przejawiać już w samych nazwach stanowisk: *event manager, new business manager, project manager, import manager, area sales manager, local compliance manager, merchandiser, account manager, brand manager*, które po polsku nie brzmią tak profesjonalnie, nie wzbudzają też takiego zainteresowania i podziwu. Stosowane celowo angielskie odpowiedniki ilustrują funkcjonowanie mitu „zachodu i zagranicy” jako czegoś lepszego, przestrzeni, w której spełniają się marzenia, a wszystko wydaje się prostsze i przyjemniejsze. Należy zwrócić także uwagę na fakt, że wśród pozostałych ogłoszeń stanowią one niewielki odsetek – dlatego też można je uznać za „dobro luksusowe” nie dla każdego i tym bardziej cenione. Poza tym, w przytoczonej powyżej nomenklaturze stanowisk pracy znajduje odbicie pragnienie „bycia kimś ważnym”, jak również chęć posiadania realnego wpływu na działania i postawy innych osób – mowa tu o władzy.

Kolejnym trendem są *konsultanci i specjaliści do spraw obsługi klienta, manage-rowie do spraw klientów strategicznych, działy obsługi klienta*, które starają się utrwaląc przekonanie w klientach jak ważne dla przedsiębiorstw jest ich dobro, ich satysfakcja i zadowolenie z oferowanych usług. Tę tendencję można określić jako mit „profesjonalnej obsługi na najwyższym poziomie”, któremu z pewnością łatwo ulec oczekując od kompetentnych konsultantów pełnego zaangażowania w nasze sprawy i skutecznego rozwiązania każdego problemu. Wyzwolone w ten sposób poczucie „znaczenia” sprawia, że wzrasta skłonność do korzystania z usług konkretnej marki.

Mit dostępności

Kwestią, na którą należy również zwrócić uwagę jest pozór dostępności anonsowanych dóbr i usług. Fakt, że we wszystkich ofertach podany został numer telefonu lub adres e-mail jest jednoznacznym sygnałem, że praca jest w zasięgu ręki, wystarczy zadzwonić lub wysłać wiadomość drogą elektroniczną. W szybki i prosty sposób można osiągnąć tak wiele. E-mail lub sms jest utożsamiany z bezzwłocznym załatwieniem sprawy.

Reasumując, ogłoszenia o zatrudnieniu ukazują wiele naszych słabości, pragnień oraz potrzeb. W pracy, oprócz samorealizacji i zarobków, znaczenie mają także ideały w pewnej mierze narzucane przez masową kulturę ponowoczesności, której doświadczamy. Ogłoszeniodawcy odwołują się do wartości plasujących się na najwyższych miejscach w hierarchii społeczności korporacji, banków, galerii handlowych oraz salonów, gdzie istotne są szybki sukces, prestiż i autorytet w grupie czy dostępność dóbr. Za tym idą pieniądze i spełnianie marzeń, a w konsekwencji szczęście. Do szczęścia prowadzi wiele dróg, a każdy mit wskazuje inną.

Mit nieograniczonych możliwości sieci

Kolejnym działem ogłoszeń są anonsy poświęcone kursom i szkoleniom. Wśród nich prym wiodą szkolenia komputerowe: *dla seniorów* oraz dla *opornych*. Kursy przygoto-

wują uczestników do korzystania z Internetu. Co do niezbędności komputera, jako narzędzia pracy, nie ma wątpliwości. Jednak obecnie, powszechne przekonanie o „nieograniczonych możliwościach Sieci” i wyłącznie pozytywnych tego aspektach, jest zbyt pochopne – nieprzemysłane. Internet jest tylko imitacją prawdziwego świata, drugą rzeczywistością, w której człowiek pozostaje anonimowym w swoich sądach i opiniach, dlatego też, tak odważnie są one tu umieszczane. Brak dostępu do Internetu jest utożsamiany z brakiem kontaktu ze światem. Szczególnie młodszymi pokoleniami coraz trudniej funkcjonować bez komunikatorów oraz portali społecznościowych, które tylko pozornie zastępują bezpośrednie relacje międzyludzkie. Częściej, niż do książek, młodzi ludzie sięgają do Wikipedii, natomiast „czat” staje się substytutem spotkania. Nie wychodząc z domu można się edukować, robić zakupy, uczestniczyć w wydarzeniach kulturalnych oraz być na bieżąco ze wszystkimi informacjami.

Wszechobecność mitu w kulturze, historii oraz w życiu człowieka nie ulega wątpliwości. Doświadczenie rzeczywistości, w której żyjemy lokalnie a jednocześnie globalnie³³, bombardowani tysiącem informacji, będąc blisko wydarzeń, które mają miejsce na drugiej półkuli, „uczestnicząc” w wojnach i konfliktach na co dzień za pośrednictwem mass mediów, spotyka się z koniecznością ustalenia rangi tych wiadomości oraz priorytetów dla naszych działań. Pojawia się potrzeba wprowadzenia ładu w percepcji otaczającego nas świata. Z pomocą przychodzi mit, jest on niezbędny dla lepszego zrozumienia otaczającego nas świata³⁴. Mity ułatwiają niewątpliwie poruszanie się w świecie preferencji, wyborów i idących za tym decyzji. Przekształcają rzeczywistość, czyniąc ją bardziej przystępną i akceptowalną. ■

BIBLIOGRAFIA:

- Armstrong K., *Krótką historia mitu*, Kraków 2005.
Barthes R., *Mit i znak*, Warszawa 1970.
Bauman Z., *Ponowoczesność jako źródło cierpienia*, Warszawa 2000.
Biernat T., *Mit Polityczny*, Warszawa 1989.
Blumenberg H., *Praca nad mitem*, Warszawa 2009.
Campbell J., *Potęga mitu*, Kraków 2007.
Czeremski M., *Struktura mitów*, Kraków 2009.
Drabina J. (red.), *Mit w badaniach religioznawców*, Kraków 2006.
Drozdowicz Z., *Mity. Historia i struktura mistyfikacji*, Poznań 1997.
Duda A., *Język mitu w reklamie*, Lublin 2010.
Durkheim E., *The elementary forms of religious life*, Oxford 2001.

³³ Termin *Glokalizacja*, wprowadzony przez Rolanda Robertsona, odnosi się do immanentnej cechy procesów globalizacji gdzie czynniki lokalne i globalne warunkują się wzajemnie.

³⁴ O potrzebie mitu jako drogowskazu do lepszego „bogatszego życia” pisze Karen Armstrong w: *Krótką historia mitu*, Kraków 2005, s. 13.

- Eliade M., *Sacrum, mit, historia: wybór esejów*, Warszawa, 1970.
- Fereński P.J., *Słowo o micie. Mit w kontekście antropologii wiedzy*, w: B. Płonka-Syroka, E.I. Rudolf (red.), *Mit początku, mit drogi. Analiza historyczna, społeczna i kulturowa*, Wrocław 2010, s. 25-37.
- „Gazeta Praca” nr 13 (857), poniedziałkowy dodatek do „Gazety Wyborczej (Stołecznej)”, 28.03.2011, s. 16-24.
- Golka M., *Mit jako zwornik kultury i polityki*, w: Z. Drozdowicz (red.), *Mity. Historia i struktura mistyfikacji*, Poznań 1997, s. 9-19.
- Kołąkowski L., *Obecność mitu*, Warszawa 2003.
- Marszałek R., *Mythos Redivivus*, Warszawa 2010.
- Mielhorski R., *Strategie i mity nowoczesności*, Toruń 2008.
- Pankalla A., Klaus Z., *Mitoterapia. Historia, teoria i praktyk*, Poznań 2010.
- Płonka-Syroka B., Rudolf E. (red.), *Mit początku, mit drogi. Analiza historyczna, społeczna i kulturowa*, Wrocław 2010.
- Rudolf E.I., *Mit a literaturoznawstwo*, w: B. Płonka-Syroka, E. I. Rudolf (red.), *Mit początku, mit drogi. Analiza historyczna, społeczna i kulturowa*, Wrocław 2010, s. 39-69.
- Sójka J., *O koncepcji form symbolicznych Ernsta Cassirera*, Warszawa 1988.
- Stabryła S., *Mit, człowiek, literatura*, Warszawa 1992.
- Stabryła S., *Wstęp*, w: S. Stabryła (red.), *Mit, człowiek, literatura*, Warszawa 1992, s. 5-12.
- Wiśniakowska L. (red.), *Słownik wyrazów obcych PWN*, Warszawa 2007.

O AUTORCE:

mgr Ewelina Kotarba - absolwentka stosunków międzynarodowych na Uniwersytecie Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, studiowała w Durham University w Wielkiej Brytanii. Obecnie doktorantka w Zakładzie Stosunków Międzynarodowych Wydziału Politologii Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.