

Natura poznania w naukach o zarządzaniu

<https://doi.org/10.33141/po.2011.10.02>

Lukasz Sułkowski

Przeгляд Organizacji, Nr 10 (861), 2011, ss. 6-8

www.przeглядorganizacji.pl

Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa (TNOiK)

Wprowadzenie

Procesy organizacji i zarządzania towarzyszą ludzkości od jej zarania. Przywództwo, podział pracy i tworzenie się hierarchii stanowią część dziedzictwa ewolucyjnego naszego gatunku. Tworzenie się organizacji, rozumianych jako sformalizowane i celowe grupy społeczne, datuje się począwszy od narodzin cywilizacji, w których powstały struktury organizacyjne o charakterze religijnym i militarnym. Praktyka zarządzania jest częścią dorobku wszystkich kultur, a refleksję teoretyczną na temat organizowania podejmowali już filozofowie greccy. Jednak powstanie nauk o zarządzaniu jest związane z rozwojem społeczeństwa industrialnego i nastąpiło dopiero na początku XX wieku. Refleksja naukowa na temat zarządzania jest uprawiana przez ponad wiek, co zobowiązuje badaczy do postawienia podstawowych pytań poznawczych dotyczących funkcjonowania własnej dyscypliny.

W związku z dyskusją nad tożsamością nauk o zarządzaniu pojawiająca się w literaturze polskiej i światowej można sformułować kilka pytań natury epistemologicznej.

- Jakie są relacje pomiędzy teorią a praktyką w naukach o zarządzaniu?
- Jaki jest status teorii naukowej?
- Jakie są kryteria wartości naukowej w zarządzaniu?

Teoria versus praktyka zarządzania

Większość badaczy w naszej dyscyplinie wykazuje ambicje organizatorskie, co przekłada się na dążenie do aplikowalności rezultatów badań w praktyce zarządzania. Ów pragmatyzm sytuuje nauki o zarządzaniu w grupie nauk praktycznych¹⁾, w których znaczącym, choć nie jedynym, kryterium wartości naukowej jest jej przydatność. Jednakże, jak wskazuje wiele badań, drogi teorii i praktyki zarządzania coraz bardziej się rozchodzą²⁾. Tworzenie teorii na całym świecie stało się wyspecjalizowaną działalnością akademicką, w której prestiż i awans związane są przede wszystkim z dorobkiem w postaci publikacji w czasopiśmie naukowych, a osiągnięcia praktyczne są mniej doceniane. W miarę pogłębiania się specjalizacji i profesjonalizacji nauki o zarządzaniu nieuchronnie stają się bardziej hermetyczne, a więc posługują się językiem, systemem pojęć i wartości dla laika trudnym do interpretacji. Pojawia się zatem miejsce dla popularyzacji nauki, która powinna przybliżyć ważniejsze rezultaty badań społeczeństwu oraz umożliwić osobom zainteresowanym selekcję koncepcji wartych głębszego poznania i zastosowania w organizacji.

Idąc wzorem przyrodoznawstwa, można przybliżyć zainteresowanym nawet bardzo złożone koncepcje, które dzięki temu zakorzeniają się w świadomości społecznej. Niestety dość cienka jest granica między popularyzacją a wulgaryzacją nauki, a więc pomiędzy wiernym, choć uproszczonym oddawaniem istoty opisywanej teorii a wypaczaniem jej najważniejszych wątków i rezultatów. Wydaje się niestety, że w przypadku publikacji z zarządzania ta granica jest dość często przekraczana. Na rynku wydawniczym i w cyberprzestrzeni najbardziej popularne są poradniki, które nie przekazują rzetelnej wiedzy z zakresu zarządzania. Często ich autorami są „guru zarządzania”, którzy koncentrują się na marketingu własnej osoby na rynku wydawniczym. Nawiązują zresztą do chlubnej tradycji pierwszych „guru zarządzania”, np. Petera Druckera, Philipa Kotlera czy Igora Ansoffa, którzy umiejętnie łączyli popularyzację z rzetelną teorią. Z drugiej strony jednak, pomiędzy sektorami biznesowymi i innymi organizacjami a szkołami biznesu wyrósł sektor doradczy, który w niewielkim stopniu wykorzystuje dorobek i badania akademickie, co pogłębia rozłam między teorią a praktyką zarządzania. Promowane konsultingowo koncepcje do celów marketingowych są przedstawiane w sposób bezkrytyczny, co w dłuższej perspektywie obniża autorytet nauk o zarządzaniu. Na przykład bezrefleksyjne podejście do *reengineeringu*, zarządzania wartościami i kulturą organizacyjną i nieudane zastosowanie tych koncepcji wzbudziły nieufność wielu menedżerów, oddaliły ich od środowiska badaczy³⁾. Zatem relacje pomiędzy teorią a praktyką zarządzania są złożone i wielopoziomowe, co wymaga wypracowania skutecznych metod transferu wiedzy do praktyki zarządzania, ale również kształcenia i popularyzacji.

Status teorii naukowej

W nauce „nie ma nic bardziej praktycznego niż dobra teoria”⁴⁾, a zatem trudno wyobrazić sobie porzucenie badań podstawowych i prób generalizacji naukowych na wyższym poziomie. Niewątpliwie nauki o zarządzaniu dążą do stworzenia teorii, którą można aplikować w organizacji. Powstaje jednak problem, czy powinna to być teoria podstawowa, czy teoria średniego zasięgu⁵⁾.

Teorie podstawowe stanowią najszersze, sprawdzone uogólnienia naukowe pozwalające na wyjaśnianie względnie dużego obszaru rzeczywistości. Przykładami takich teorii o dużym zasięgu, wykraczającym daleko poza jedną dyscyplinę naukową, są: teoria ewolucji lub mechanika kwantowa. Wyjaśnienia ewolucyjne są wykorzystywane w naukach przyrodniczych, np. biologii, ale również w dyscyplinach społecznych, tj. psychologii ewolucyjnej, antropologii ewolucyjnej, socjologii oraz ekonomii

behawioralnej⁶⁾. W naukach społecznych trudno jednoznacznie wskazać na falsyfikowalne teorie naukowe mające zasięg porównywalny ze wskazanymi przykładami z przyrodoznawstwa. Dobrym kandydatem na taką koncepcję może być „teoria systemowa”, wyrastająca z nauk biologicznych i stanowiąca podejście interdyscyplinarne również w naukach społecznych, w tym w naukach o zarządzaniu.

Podejście systemowe zastosowane do świata organizacji przez R.L. Ackoffa i innych autorów pozwala wydożyć kilka własności organizacji, takich jak emergencja oraz współzależności podsystemów⁷⁾. Umożliwia to tworzenie modeli systemowych, które zostały zaproponowane przez wielu teoretyków organizacji, np. M.J. Leavitta, G. Morgana, J.L. Krzyżanowskiego, M. Bielskiego oraz Ł. Sułkowskiego⁸⁾. Problem polega jednak na braku możliwości falsyfikacji teorii i modeli systemowych, a więc wskazania kryteriów i warunków przeprowadzenia badań pozwalających na odrzucenie koncepcji jako nieprawdziwej. A zatem w rozumieniu popperowskim status poznawczy teorii systemowej organizacji w naukach o zarządzaniu jest podobny do psychoanalizy w psychologii⁹⁾. Przynajmniej proponowane modele organizacji raczej do metafor niż teorii, stanowią one bowiem przenośną ilustrację procesów zachodzących w organizacji, która ma jednak charakter konwencjonalny.

Teoria systemowa organizacji prawdopodobnie wyczerpała swoje możliwości, metafora została bowiem wyeksploatowana. Obecnie znaleźć można jednak autorów, którzy w ramy teorii systemowej próbują wpisywać również inne nurty teorii organizacji, takie jak: podejście interpretatywno-symboliczne czy postmodernistyczne¹⁰⁾. Teoria systemowa organizacji stanowi więc dobrą ilustrację tezy o trudności stworzenia uniwersalnej teorii w naukach o zarządzaniu. Wielu autorów zalicza nauki o zarządzaniu do grupy nauk idiograficznych, a więc opisujących i interpretujących rzeczywistość, a nie formułujących uniwersalne prawa, jak nauki przyrodnicze¹¹⁾. Nauki o zarządzaniu tworzą wiedzę nieuniwersalną, uwarunkowaną historycznie, przybliżoną i niepewną. „Moc predykcyjna” teorii zarządzania, podobnie zresztą jak teorii w innych naukach społecznych, jest niewielka. Zatem do ambicji tworzenia „wielkiej teorii” organizacji i zarządzania możemy podchodzić z uzasadnioną rezerwą¹²⁾.

Dotychczasowe doświadczenia zarządzania i innych nauk społecznych podtrzymują opinię A. Koźmińskiego, że takowej nie ma i być nie może¹³⁾. Z drugiej strony jednak wydaje się, że w naukach społecznych nie możemy być też zbyt kategoryczni. Być może natura rzeczywistości społecznej wcale nie jest całkowicie odmienna od istoty przyrodoznawstwa, a jedynie stopień złożoności organizacji, społeczeństwa i kultury utrudnia jej ujęcie w ramy teoretyczne. Zatem być może nie jest to problem ontologicznej, permanentnej odmienności świata przyrody od świata społecznego, a jedynie rezultat niedojrzałości nauk społecznych i złożoności badanej rzeczywistości. Przyjmując arbitralnie brak możliwości tworzenia uniwersalnej teorii organizacji i w ogóle nauk społecznych, opowiadamy się po stronie dualizmu ontologicznego. Począwszy od Platona przez Kartezjusza aż do Husserla i Heideggera filozofowie dokonywali rozdziału świata materii od świata ducha, wskazując, że są one całkowicie odmienne. F. Tönnies, W. Dilthey, M. Weber, wychodząc z dualizmu ontologicznego, postulowali rozwój nauk humanistycznych opartych na własnych „rozumiejących” metodach, różniących je od metody naukowej przyrodoznawstwa¹⁴⁾.

Wydaje się, że inaczej się rzecz ma z teoriami średniego zasięgu w rozumieniu mertonowskim. W naukach o zarządzaniu dysponujemy pewnymi uogólnieniami, które próbujemy stosować nie tylko jednostkowo, lecz do całych grup organizacji i praktyk zarządzania. Oczywiście podobnie jak w przypadku „wielkiej teorii”, tak i tutaj są to uogólnienia historyczne, nieuniwersalne i niecałkowicie pewne¹⁶⁾. Niemniej z ograniczoną możliwością zastosowania oraz wykorzystującą kategorie stochastyczne w miejsce pewności, możemy je aplikować, a nawet przekładać na „teorie krótkiego zasięgu”, umożliwiające jeszcze bardziej ograniczone zastosowania praktyczne uogólnień. Przykładami takich teorii „średniego zasięgu” mogą być strategie konkurencji M.E. Portera czy ekologia populacji H. Aldricha, M. Hannana i J. Freemana. Mianem „teorii krótkiego zasięgu” można by określić konwencjonalne modele poznawcze, o niskim stopniu uogólnienia, pozwalające na lepsze zrozumienie procesów organizacyjnych. Na tym poziomie można by ulokować na przykład: koncepcje marketingu, takie jak marketing relacji, marketing-mix, segmentację i *targeting*, model sita i kapitału ludzkiego w zarządzaniu zasobami ludzkimi, koncepcje zarządzania jakością, takie jak TQM, *kanban*, *kaizen*.

Oczywiście rozdział na teorie „wielkie”, „średniego” i „krótkiego zasięgu” jest umowny. Kryterium jest tutaj stopień uogólniania. „Wielka teoria” pretenduje do wysokiego stopnia ogólności, podczas gdy „teoria średniego” i „krótkiego zasięgu” jedynie do ograniczonego, historycznego, sytuacyjnego prawdopodobieństwa. Wydaje się jednak, że w naukach o zarządzaniu nie warto porzucać całkowicie ambicji teoretycznych. Jeśli rozwój nauki nie pozwala na tworzenie na obecnym etapie (a może nigdy) ogólniejszych teorii, to warto rozwijać próby generalizacji na niższym szczeblu, które tkwią w określonym paradygmacie nauk społecznych. W innym razie porzucamy dążenia do generalizacji i utrwalamy status nauki skupionej wyłącznie na jednostkowych studiach organizacyjnych, przypominających studia kulturowe w humanistyce, które zrywają z konwencją dyskursu naukowego¹⁷⁾.

Kryteria oceny wartości poznawczej w naukach o zarządzaniu

W dzungli teorii organizacji bogatej wielością niewspółmiernych, a czasem sprzecznych paradygmatów, teorii i metod, kluczowym problemem pozostaje określenie wartości naukowej „produkcji akademickiej”. Różne paradygmaty posługują się różnymi filozofiami poznawczymi, co powoduje, że trudno zaproponować uzgodnione propozycje wyznaczania wartości poznawczej. A jednak w naszej praktyce naukowej jest to podstawowe zadanie. Czytając książkę czy artykuł, interpretując wynik badań czy przygotowując własne projekty badawcze, posługujemy się *explicite* lub *implicite* kryteriami oceny wartości poznawczej. Nie mamy tutaj jednego „wzorca metra” i najczęściej operujemy heurystycznymi kategoriami poznawczymi charakterystycznymi dla danego paradygmatu. Kategorii uniwersalnych wartości poznawczej jest niewiele i można do nich zaliczyć intuicyjnie zrozumiałe: uczciwość i nowość produktu naukowego. Jednak to trochę za mało z punktu widzenia oceny i porównania wartości poznawczej. Potrzebne byłoby kryterium wiarygodności, a więc na ile dana koncepcja odzwierciedla rzeczywistość, przy założeniu korespondencyjnej teorii prawdy. W przypadku paradygmatów

przyjmujących założenia konstruktywizmu społecznego, a więc koherencyjną lub inne definicje prawdy, ważniejsze będzie kryterium pragmatycznej skuteczności oraz intersubiektywnego konsensu.

Proponuję zatem zróżnicować kryteria wartości poznawczej w naukach o zarządzaniu (naukach społecznych) w zależności od przyjmowanego paradygmatu. Odwołując się do wcześniejszych analiz, proponuję, idąc za inspiracją G. Burrellem i G. Morgana, wyodrębnić trzech paradygmatów, a mianowicie: neopozytywistyczno-funkcjonalistyczno-systemowego, interpretatywno-symbolicznego oraz krytycznego. Z rozważań nieco arbitralnie usunąłem postmodernizm w wydaniu radykalnym, uznając jego postulaty skrajnego relatywizmu epistemologicznego za niepozwalające na konstrukcję paradygmatu i uprawianie nauki.

Dominujący paradygmat neopozytywizmu proponowałbym oprzeć na klasycznych kryteriach wartości naukowej, zaczerpniętych z przyrodoznawstwa, to jest: możliwości weryfikacji (falsyfikacji), wiarygodności poznawczej, rzetelności poznawczej, spójności z wynikami badań. Interpretatywizm jest mniej ortodoksyjny w kwestii weryfikacjonizmu, natomiast kładzie większy nacisk na pragmatyzm i koherencję. A zatem kluczowymi kryteriami wartości poznawczej byłyby: wiarygodność poznawcza, spójność z wynikami badań, skuteczność w kształtowaniu rzeczywistości organizacyjnej, interpersonalny konsens środowiska naukowego. W odniesieniu do oceny wartości dzieła naukowego dla nurtu krytycznego kluczowe są: skuteczność w odkrywaniu ukrytych relacji władzy i opresji oraz skuteczność w dokonywaniu emancypacyjnych zmian (zbliżona do założenia interpretatywizmu), a dopiero w następnej kolejności pojawiają się: wiarygodność poznawcza oraz spójność z wynikami badań. Zestawienie kryteriów zawiera tabela 1.

Podsumowanie

Wyzwania stojące przed naukami o zarządzaniu można traktować jako dylematy poznawcze, które towarzyszą rozwojowi naszej dyscypliny i nie znajdują prostego rozwiązania. Wydaje się, że na obecnym etapie rozwoju tej nauki powinniśmy przyjąć postawę otwartą i dopuścić do ścierania się teorii i metod wywodzących się z różnych paradygmatów, perspektyw i szkół naukowych. Pluralizm metodologiczny nie oznacza jednak rezygnacji z kryteriów oceny wartości naukowej rezultatów badań. Wręcz przeciwnie, kluczowym wyzwaniem pozostaje jakość twórczości naukowej, nawet jeśli brakuje uniwersalnych kryteriów oceny.

prof. dr hab. *Lukasz Sulkowski*
Społeczna Wyższa Szkoła
Przedsiębiorczości i Zarządzania
Uniwersytet Jagielloński

Tab. 1. Kryteria wartości poznawczej w trzech paradygmatach nauk o zarządzaniu

Kryterium / Paradygmat	Neopozytywistyczno-funkcjonalistyczno-systemowy	Interpretatywno-symboliczny	Krytyczny
Możliwość weryfikacji lub falsyfikacji	Tak	Nie	Nie
Wiarygodność poznawcza	Tak	Tak	Tak
Rzetelność poznawcza	Tak	Nie	Nie
Spójność z wynikami badań	Tak	Tak	Tak
Skuteczność w kształtowaniu rzeczywistości organizacyjnej	Nie	Tak	Tak
Skuteczność w odkrywaniu relacji władzy	Nie	Nie	Tak
Nowatorstwo dzieła	Tak	Tak	Tak
Uczciwość w prezentacji rezultatów	Tak	Tak	Tak

Źródło: opracowanie własne.

PRZYPISY

- W. GASPARSKI, *Wiedza o organizacji i zarządzaniu oraz jej poznawcze ugruntowanie*, „Współczesne Zarządzanie” nr 1/2007, s. 34–47.
- J. MICKLETHWAIT, A. WOOLDRIDGE, *Szamani zarządzania*, Zysk, Warszawa 2000, s. 19–20.
- S. CRAINER, D. DEARLOVE, *Whatever Happened to Yesterday's Bright Ideas?*, „Across the Board” 2006, vol. 43, no. 3, s. 34–40; D. STRANG, M.W. MACY, *In Search of Excellence: Fads, Success Stories, and Adaptive Emulation*, „American Journal of Sociology” 2001, vol. 107, no. 1, s. 147–182.
- Mawiał Karl Popper.
- R.K. MERTON, *Social Theory and Social Structure*, Free Press 1968.
- Ł. SUŁKOWSKI, *Paradygmat neoevolucjonizmu w naukach o zarządzaniu*, „Przegląd Organizacji” nr 3/2009.
- R.L. ACKOFF, *Redesigning the Future: A Systems Approach to Societal Problems*, Wiley, New York 1974.
- L.J. KRZYŻANOWSKI, *O podstawach kierowania organizacjami inaczej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999; M. BIELSKI, *Organizacje: istota, struktury, procesy*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1996; Ł. SUŁKOWSKI, *Kulturowa zmienność organizacji*, PWE, Warszawa 2001.
- K. POPPER, *Logika odkrycia naukowego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002.
- M. JACKSON, *Systems Thinking: Creative Holism for Managers*, Wiley, Chichester 2003.
- K. ZIMNIEWICZ, *Zasada intersubiektywności w naukach o zarządzaniu*, „Współczesne Zarządzanie” nr 3/2006.
- Ibidem*.
- A.K. KOŹMIŃSKI, *Zarządzanie w warunkach niepewności*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004.
- R.A. MAKKREEL, *Dilthey: Philosopher of the Human Studies*, Princeton University Press 1993; M. WEBER, *Gospodarka i społeczeństwo. Zarys socjologii rozumiejącej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002, s. 1124.
- R. DAWKINS, *Samolubny gen*, Prószyński i S-ka, Warszawa 2003; S. PINKER, *Jak działa umysł*, Książka i Wiedza, Warszawa 2002, s. 696.
- K. ZIMNIEWICZ, *Czy zarządzanie jest nauką?*, w: K. HANUSIK, U. ŁANGOWSKA-SZCZEŚNIAK, S. SOKOŁOWSKA (red.), *Przemiany społeczne, ekonomiczne i organizacyjne we współczesnej gospodarce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, Opole 2005.
- R. JOHNSON, *What Is Cultural Studies Anyway?*, „Social Text” 16 (1986/1987), s. 38–80.

Summary

In connection with the debate over the identity of management science that appears in the Polish and world literature can be drawn from a number of dilemmas concerning the epistemological nature: the relationship between theory and practice in the sciences of management, the status of scientific theory and criteria of scientific value. It seems that at this stage of development of this science should adopt an open attitude and prevent abrasion of the theories and methods from different paradigms, perspectives and scientific schools. Methodological pluralism does not mean the abandonment of scientific criteria for assessing the value of research results.