
КЛЮЧИ ТВОРЧЕСТВА

А.М. Вафин

ИДЕНТИЧНОСТЬ И ТЕЛО ОРГАНИЗАЦИИ: ИНТЕРАКЦИОНИСТСКИЙ ПОДХОД К ОРГАНИЗАЦИОННОЙ ПСИХОЛОГИИ

Аннотация: статья состоит из двух ключевых элементов. Первый элемент носит историко-философский характер. Этот элемент подразумевает рассмотрение метафоры, объясняющей соотношение индивида и общества. Второй элемент — психологический. Элемент подразумевает практико-ориентированную интерпретацию метафоры через интеракционистскую схему «культура — идентичность — образ».

Ключевые слова: психология, индивид, группа, общество, культура, идентичность, образ, символический интеракционизм, тело, организационная психология.

В основу статьи (сноска) положена метафора, о том, что индивид объясняет общество (группу, организацию), а общество — индивид. Метафору удачно озвучил Олег Игоревич Генисаретский: «Телесность — это антропное проявление корпоральности, а идентичность — социально-культурное. И поскольку они тем самым созначны, одно из них может быть взято за основу и объяснить одно через другое»¹. В этой логике работает подход Зигмунда Фрейда к психологии масс. Что любопытно, в английском переводе «психология масс» заменена термином «групповая психология»². Критикуя юнгианский психоанализ, философ и психоаналитик Славой Жижек замечает, что фрейдизм в отличие от аналитической психологии Юнга не повествует о переносе индивидуальной психологии в массовую, Фрейд говорит о структурированности индивида культурой и давлением со стороны общества. Было бы упрощением утверждать, что общество или группа полностью детерминируют индивида. Речь идет о балансе.

* В сжатом виде текст был представлен на VIII Международном симпозиуме «Рефлексивные процессы и управление» (Москва, Институт философии РАН) и III Всероссийской конференции «Психология индивидуальности» (Москва, факультет психологии Высшей школы экономики).

¹ Генисаретский О.И. Две метафоры корпоральности // Корпоральность и развитие. М., 2007. С. 106.

² Freud S. Group Psychology and the Analysis of the Ego // Freud S. Civilization, Society and Religions. Penguin Books, 1991.

Но иногда баланс нарушается. Что происходит тогда? Не будем уходить глубоко в прошлое, к временам возникновения идеи соборности, обозначающей единство членов церкви во Христе: ограничимся временем, когда уже полным ходом идет распад онтологического единства мира, когда человек становился законодателем самим по себе, из себя. Квинтэссенция этого времени — Великая французская революция. В одной из лекций Мишель Фуко описывает события пост-1789 г. в очень значимом для нас контексте — контексте легитимизации насилия по отношению к королю³. Вспомним, прежде чем понять Фуко, оригинальную обложку «Левиафана» Томаса Гоббса: государь на этом изображении представлен в виде тела, в которое инкорпорированы подданные короля. Что получается? Если королю отрубить голову, то общество распадается. В случае революции — это «суицид».

Фуко приводит поразительные слова Сен-Жюста: Людовик XVI никогда не признавал общественное тело, он действовал как эгоистический монстр, «поэтому индивидам, подвергавшимся власти короля как индивиды, а не как общественное тело, следует избавиться от него как индивидам». Что это значит? Тело общества как бы рассыпается заранее и отторгает короля не как голову, а как нечто излишнее и ненужное. То есть король низводится на экскрементальный уровень. Фуко делает радикальный вывод: короля может убить любой. Такой король не сакрален. «Чернь

³ Фуко М. Ненормальные. СПб., 2005. С. 123.

взглянула прямо в лицо короля — и не умерла»⁴. Отсюда выводы тружеников XX века: «Мы можем царя назначить, когда нам полезно будет, и можем сшибить его одним вздохом»⁵.

Когда стихает революционная буря, наступает штиль компромисса. В компромиссе (между природой и духом — личностью и государством), как иронизировал анонимный автор «Трактата о степном волке», «мещанин допускает и терпит то, что он называет “личностью”, но одновременно отдает личность на произвол молоха — “государства”, и всегда сталкивает лбами личность и государство. Поэтому мещанин сжигает сегодня как еретика, вешает как преступника того, кому послезавтра он будет ставить памятники»⁶.

Теперь сделаем шаг в сторону настоящего, а от общества перейдем к организации. Тем более, я являюсь сторонником использования этой метафоры исключительно для организаций, т.к. в государственной политике, она может принимать самые нелицеприятные формы. Практика революций (разборка государственного тела) это подтверждает. По крайней мере, в случае с государством работать с ней следует весьма и весьма аккуратно.

В качестве дополнения и наполнения обозначенной идеи применительно к организации, обратимся к модернизированному символическому интеракционизму Герберта Мида (подобные шаги возможны и с позиций психоанализа). Я сошлюсь на работу Мэри Джо Хэтч и Майкен Шульц «The dynamics of organizational identity»⁷. Авторы двигаются по следующей схеме: «культура — идентичность — образ».

Одним из первых, кто ввел идентичность в психологию, был психолог Эрик Эриксон. Идентичность личности представлялась ему запутанным клубком. Чем прочнее узлы противоречий на этом клубке, тем сильнее кризис идентичности. Собственно, кризис идентичности — это отклонение от нормы (хотя возможны и менее ценностно-окрашенные интерпретации кризиса идентичности).

Фрейд как таковое понятие идентичности не использует, однако имплицитно оно присутствует в его работах, особенно в тех местах, где он говорит об отождествлении. В психологическом исследовании

американского президента Вудра Вильсона, Фрейд и Буллит показывают, что «доля его (Вильсона — А.В.) агрессивности по отношению к отцу, которая находила выход посредством отождествления с отцом, создало у него крайне могущественное и возвышенное Супер-Эго... Томми Вильсон думал мыслями отца, повторял его слова, подражая ему, произносил речи с церковной кафедры перед воображаемыми прихожанами... и женился, подобно отцу, на женщине, рожденной и воспитанной в доме пресвитерианского пастора»⁸. Идентификация с объектом (отцом) позволила присвоить себе объект, стать объектом и полностью не быть им. Последнее предполагает возможность роста: объект всегда можно преодолеть; вместо пастора можно стать президентом Америки.

Следует отметить, что понятие идентичность весьма неоднозначно. Это психологическое понятие сегодня также популярно среди гуманитариев (особенно конструктивистского направления), но не только среди них. Последние вносят не только путаницу, но и политизируют понятие. Так, современная политическая история знает примеры того, как партии когда-то близкие фашизму начинают издавать журналы под названием «Identity», где идентичность больше напоминает расовую категорию, чем социальный конструкт (подразумевается опыт издательской политики Британской национальной партии Ника Гриффина).

Идентичность — понятие гибкое и даже всеядное. У критиков идентичности Роджерса Брубейкера и Фредерика Купера находим следующее: «“Самопонимание”... мы хотели бы предложить в качестве альтернативы “идентичности”. Этот термин определяет то, что можно назвать ситуативной субъективностью... В качестве диспозиционного термин выражает то, что Бурдьё называл *sens pratique*, т.е. практический смысл»⁹. А что такое практический смысл, если не габитус? Следовательно, идентичность — структурирующаяся структура, социальный конструкт, который создает практики и представления в индивидуальном и групповом масштабах.

Габитус означает подстройку субъективную подстройку представлений под социальные структуры. Габитус в интерпретации французского социолога Пьера Бурдьё напоминает культурный образец фило-

⁴ Карлейль Т. История французской революции. М., 1991. С. 185.

⁵ Платонов А.П. Котлован // Платонов А.П. Котлован: Роман. Повести. Рассказы. Екатеринбург, 2005. С. 630.

⁶ Гессе Г. Степной волк. М., 2004. С. 74.

⁷ Hatch M.J., Schultz M. The dynamics of organizational identity // Human Relations. 2002. Vol. 55(8). P. 989-1018.

⁸ Фрейд З., Буллит У. Томас Вудро Вильсон 28-й президент США. М., 1992. С. 73.

⁹ Брубейкер Р., Купер Ф. За пределами идентичности // *Ab Imperio*. 2002. № 3. С. 89. Критику также см. в: Малахов В.С. Проблема идентичности в постсоветском контексте // Малахов В.С. Понаехали тут... Очерки о национализме, расизме и культурном плюрализме. М., 2007. С. 7-24.

софа Альфреда Шюца. Габитус — это продукт истории, он «производит практики как индивидуальные, так и коллективные... Он обеспечивает активное присутствие прошлого опыта, который, существуя в каждом организме в форме схем восприятия, мышления и действия, более верным способом, чем все формальные правила и все явным образом сформулированные нормы, дает гарантию тождества и постоянства практик во времени»¹⁰.

В интеракционистском подходе Хэтч и Шульц идентичность поразительно схожа с габитусом. Согласно Хэтч и Шульц, идентичность рождается на стыке культуры и образа, который является образом других. Идентичность является центральным понятием для авторов. Их основной тезис заключается в том, что идентичность конструируется во взаимодействии с другими. На мой взгляд, в политическом и экономическом контексте (бизнес среда) идентичность есть идеологический конструкт, мобилизующий или демобилизующий индивидов по вопросам самоидентификации и идентификации других. Осуществление этого конструкта контекстуально предзадано. Ученик Наторпа и Когена, советский психолог Сергей Леонидович Рубинштейн, критикуя французскую социологическую школу, обращал внимание на то, что у французов «социальность сводится к идеологии, идеология же (и коллективные представления) отождествляется с психологией... Из сферы социального, в котором эти психологи ищут объяснения генезиса и развития человеческого сознания, выпадает общественная деятельность человека, практика, в процессе которой в действительности формируется сознание человека»¹¹, т.е. сознание формируется в контексте человеческих отношений. Культура является высшей точкой в развитии этих отношений, основанных на практике взаимодействия индивидов.

Под культурой Хэтч и Шульц подразумевают не просто культуру, а организационную или корпоративную культуру. В интерпретации авторов, организационная культура — это молчаливая договоренность, т.е. понимание организационного контекста, сложившихся в организации норм и традиций. Организационная культура особенно видна во время нарушения групповых норм, но видна она в большей степени для первичных групп. Со стороны (особенно начальству) это может быть не так заметно. Хорошая тому иллюстрация, один из примеров хоторнских исследований Элтона Мэйо.

В бригаде наладчиков оборудования никак не повышалась производительность. Исследователям удалось выяснить, что причиной отсутствия производительности стала сложившаяся культура в группе наладчиков, которая очень жестко наказывала тех, кто стремился сделать больше. Тот, кто делал больше, считался человеком, желающим выслужиться. Такой человек терял уважение группы. Тело стремится выделиться. Это утверждение применимо и к организации: организация стремится выделиться. Однако не всякая организация, такая как группа наладчиков оборудования, терпит отделение от собственного корпуса: отделился (выделился) — значит чужак.

Тем не менее, молчаливая договоренность культуры чувствуется в командной работе. Обозначая задачи менеджмента в XXI в., Питер Друкер описывает командную работу, беря за образец врачей-кардиологов, проводящих операцию по коронарному шунтированию. Эта ответственная процедура требует 10-15 человек (от главного хирурга до медсестер и специалистов, отвечающих за электропитание). Каждый делает «свое дело, выполняет только свое задание и никогда, ни при каких обстоятельствах не берет на себя чужих обязанностей»¹². Делать свое дело — означает соблюдение культурных норм (молчаливая договоренность), что способствует командообразованию не только в глазах команды, но и в глазах пациентов.

Компонент образа в схеме «культура — идентичность — образ» будет более нагляден в усложнении схемы, проводимом Хэтч и Шульц. В результате процедуры усложнения получается, что идентичность — это то, что находится на стыке между мидовским «I» и «me» («Я» и «Меня»). Социолог Энтони Гидденс отмечает близкое сходство «Я» — «Оно» и «Меня» — «Сверх-Я» Мида и Фрейда. В редуцированном виде «Я» — это инстинкты, эмоции, а «Меня» — символическое.

В контексте организационной психологии, «Меня» — это результат членства в организации. В этом плане, «Меня» конструируется Другими, т.е. «Меня» создают. Именно здесь обнаруживается образ, имидж. Ключевой вопрос, который исходит от «Меня», как должны видеть меня другие?

В то же время, «Я» создает себя само (конечно, не без культурных влияний) и сходится с «Меня» в точке идентичности. Собственно, здесь и возникает приверженность к организации, которая укрепляет свои силы за счет власти, порождая при этом организационный нарциссизм. Исходя из совершенно иной методологии, к схожим выводам приходит психолог Сергей Липатов.

¹⁰ Бурдые П. Практический смысл. СПб., 2001. С. 106.

¹¹ Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. СПб., 2011. С. 72.

¹² Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке. М., 2000. С. 31.

Исходя из данных эмпирического исследования, он приходит к тому, что «связь между воспринимаемым типом организационной культуры и идентификацией с организацией/подразделением. Эта взаимосвязь опосредована стилем руководства организацией и воспринимаемым престижем организации»¹³.

Небезынтересно, что Хэтч и Шульц не ссылаются на понятие обобщенного (генерализованного) другого Мида. «Организованное сообщество (социальную группу), которое обеспечивает индивиду единство его самости, можно назвать обобщенным другим. Установка обобщенного другого есть установка всего сообщества»¹⁴, — пишет Мид. Обобщенный другой — это тело, но абстрактное тело.

Через культуру и «Меня», через образ и «Я», сливающихся в идентичности равной индивиду и организации, аналитик, психолог или бизнес-консультант могут умозрительно диагностировать организацию. Как говорил священник-детектив отец Браун Честертон, раскрывая страшную тайну распутывания преступлений: «Я тщательно разработал каждое преступление... Я упорно думал над тем, как можно совершить его — в каком состоянии должен быть человек, чтобы его совершить. И когда я знал, что чувствую точно так же, как чувствовал убийца, мне становилось ясно, кто он»¹⁵. Примерно в таком же ключе рассуждал (но, уже находясь во вне, возможно, в более абстрактном пространстве) о социологии знания Карл Манхейм, предлагавший погрузиться во вселенную политических идей с помощью попытки мыслить так, как не мыслишь ты (к примеру, экологист), а как мыслит другой, другие (либерал(ы), консерватор(ы) или социалист(ы)). Это не так фантастично, как могло бы показаться на первый взгляд, даже при перенесении подобного мышления с индивида на организацию. Вспоминается фраза Мао Цзэдуна о мыслимом, которое осуществимо¹⁶. Ср. с окончанием тезиса 3.02 в «Логико-философском трактате» Людвиг Витгенштейна: «Что мыслимо, то возможно»¹⁷.

Более ранний предшественник отца Брауна Огюст Дюпен (сыщик из фантазии Эдгара По), рассказывал

об одном мальчике, который почти всегда выигрывал в «чет и нечет»: «когда я спросил мальчика, каким образом он достигает полного отождествления (с другим игроком — А.В.), от которого зависит его успех, он отвечал мне: “Когда я хочу узнать, насколько мой противник умен или глуп, добр или зол и какие у него мысли, я стараюсь придать своему лицу такое же выражение, как у него, и замечаю, какие мысли или чувства появляются у меня в соответствии с этим выражением”. Истина, высказанная школьником, лежит в основе всей мнимой мудрости, приписываемой Ларошфуко, Лабрюйеру, Макиавелли и Кампанелле»¹⁸.

Схема «культура — идентичность — образ» применима к анализу глав организаций и их подчиненных — для них и против них, например, это мог бы быть анализ идентичности — индивидуальности конкурентами для понимания внутренних дел организации. Каждый индивид отражает ту культуру, которую он в себе несет, в т.ч. и культуру организации, с которой он связан. Как принято обобщать: сотрудник — это лицо компании. И здесь хорош не только анализ, но и тренинговая практика, которая, дабы не приводить череду кровавых примеров, затронута не будет. Потенциал негативных процедур ощутим в вопросах символической манипуляции страхами членов конкурирующей организации. Причем «черный пиар», подрывающий идентичность, может касаться не только руководителей, но и их подчиненных. Так действует пропаганда в военное время, когда она направлена на все социальное тело: и на управляющих, и на управляемых. В понимании французского мыслителя Жака Эллюля, невоенная пропаганда управляющих, «свое внушение оказывает на индивидов, пусть и включенных в массу, но все же отдельных ее участников; даже если она нацеливается на толпу, то лишь как на тело, состоящее из отдельных индивидов»¹⁹.

Конечно, указанная схема могла бы быть использована самими владельцами организации, а обязательно их конкурентами. Сама метафора индивид есть организация, способствует сплочению коллектива индивидов и укреплению власти руководителя, говорящего от лица «мы»: «наша организация — это мы, где мы — это я, ты и наша общая идентичность».

Но как может формироваться подобная идентичность? Преимущественно, это, так или иначе, негативистский процесс.

¹³ Липатов С.А. Социальная идентичность работников в организационных условиях // Идентичность и организация в меняющемся мире. М., 2008. С. 209.

¹⁴ См.: Мид Дж. Аз и Я // Американская социологическая мысль. М., 1994.

¹⁵ Честертон Г.К. Тайна отца Брауна // Библиотека приключений. Т. 7. М., 1967. С. 372.

¹⁶ Цзэдун М. Маленькая красная книжница. М., 2010.

¹⁷ Витгенштейн Л. Логико-философский трактат. М., 2011. С. 33.

¹⁸ По Э. Украденное письмо // Библиотека приключений. Т. 7. М., 1967. С. 90.

¹⁹ Цит. по: Белоусов А. «Пропаганда» Жака Эллюля // Свободная мысль. 2010. № 4 (1611). С. 173.

Во-первых — идентичность формируется с помощью логики свой — чужой, друзья — враги (враги как конкуренты, а не как потенциальные жертвы у немецкого юриста Карла Шмитта). Если говорить тавтологиями, то: конкурент есть конкурент (даже если он партнер).

Во-вторых — идентичность формируется с помощью невозможной идентификации, когда производится идентификация с конкурентами, дабы понять их стили мышления и культуру.

Можно ли избежать понимания организации через индивида без ощущения и конструирования чуждости по отношению к другим? В условиях конкуренции — вряд ли это возможно. «Очевидно, в условиях единого многополярного мира непродуктивен враждебный подход к инаковости Другого. Вместе с тем позиционирование Другого есть необходимый момент консолидации, инкорпорации культурного организма»²⁰, — отмечает философ и психоаналитик Павел Семенович Гуревич.

Иногда стоит взглянуть на свою или чужую организацию по-новому. Воображение способно дорисовать на чужой картине наши образы, а это путь к изменениям, к новшествам, представив которые можно вводить на практике или не вводить²¹.

По мнению психолога Андрея Ловакова, «интересы современных исследователей идентификации работников с организацией лежат преимущественно в области изучения ее прикладных аспектов, ее практической значимости»²². По мере возможностей, я попытался не отходить от этого научно-практического тренда, заостряя внимание на теории, истории и литературных феноменах.

Жиль Делёз, трактуя Юма, полагал, что философ должен быть в первую очередь историком, философом и социологом, а затем уже психологом. В заключение добавлю, что, к сожалению, многие подходы к бизнесу, управлению и организации нефилософичны. Данная статья одна из попыток исправить сложившуюся ситуацию.

Список литературы:

1. Белоусов А. «Пропаганда» Жака Эллюля // Свободная мысль. 2010. № 4 (1611).
2. Брубейкер Р., Купер Ф. За пределами идентичности // Ab Imperio. 2002. № 3.
3. Бурдые П. Практический смысл. СПб., 2001.
4. Вафин А.М. Конфликт? Да поможет воображение! // Управление персоналом. 2010. № 18 (244).
5. Витгенштейн Л. Логико-философский трактат. М., 2011.
6. Генисаретский О.И. Две метафоры корпоральности // Корпоральность и развитие. М., 2007.
7. Гессе Г. Степной волк. М., 2004.
8. Гуревич П.С. Идентичность — привилегия человека // Гуманитарные науки. 2011. № 2.
9. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке. М., 2000.
10. Карлейль Т. История французской революции. М., 1991.
11. Липатов С.А. Социальная идентичность работников в организационных условиях // Идентичность и организация в меняющемся мире. М., 2008.
12. Ловаков А.В. Современные тенденции в исследованиях организационной идентификации. Психологические проблемы современного бизнеса. М., 2011.
13. Малахов В.С. Проблема идентичности в постсоветском контексте // Малахов В.С. Понаехали тут... Очерки о национализме, расизме и культурном плюрализме. М., 2007.
14. Мид Дж. Аз и Я // Американская социологическая мысль. М., 1994.
15. Платонов А.П. Котлован // Платонов А.П. Котлован: Роман. Повести. Рассказы. Екатеринбург, 2005.
16. По Э. Украденное письмо // Библиотека приключений. Т. 7. М., 1967.
17. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. СПб, 2011.
18. Фрейд З., Буллит У. Томас Вудро Вильсон 28-й президент США. М., 1992.
19. Фуко М. Ненормальные. СПб, 2005.
20. Цзэдун М. Маленькая красная книжица. М., 2010.

²⁰ Гуревич П.С. Идентичность — привилегия человека // Гуманитарные науки. 2011. № 2. С. 47.

²¹ Вафин А.М. Конфликт? Да поможет воображение! // Управление персоналом. 2010. № 18 (244). С. 22-25.

²² Ловаков А.В. Современные тенденции в исследованиях организационной идентификации. Психологические проблемы современного бизнеса. М., 2011. С. 154.

21. Честертон Г.К. Тайна отца Брауна // Библиотека приключений. Т. 7. М., 1967.
22. Freud S. Group Psychology and the Analysis of the Ego // Freud S. Civilization, Society and Religions. Penguin Books, 1991.
23. Hatch M.J., Schultz M. The dynamics of organizational identity // Human Relations. 2002. Vol. 55(8).

References (transliteration):

1. Belousov A. «Propaganda» Zhaka Ellyulya // Svobodnaya mysl'. 2010. № 4 (1611).
2. Brubeyker R., Kuper F. Za predelami identichnosti // Ab Imperio. 2002. № 3.
3. Burd'e P. Prakticheskiy smysl. SPb, 2001.
4. Vafin A.M. Konflikt? Da pomozhet voobrazhenie! // Upravlenie personalom. 2010. № 18 (244).
5. Vitgenshteyn L. Logiko-filosofskiy traktat. M., 2011.
6. Genisaretskiy O.I. Dve metafory korporal'nosti // Korporal'nost' i razvitie. M., 2007.
7. Gesse G. Stepnoy volk. M., 2004.
8. Gurevich P.S. Identichnost' — privilegiya cheloveka // Gumanitarnye nauki. 2011. № 2.
9. Druker P. Zadachi menedzhmenta v XXI veke. M., 2000.
10. Karleyl' T. Istoriya frantsuzskoy revolyutsii. M., 1991.
11. Lipatov S.A. Sotsial'naya identichnost' rabotnikov v organizatsionnykh usloviyakh // Identichnost' i organizatsiya v menyayushchemsya mire. M., 2008.
12. Lovakov A.V. Sovremennyye tendentsii v issledovaniyakh organizatsionnoy identifikatsii. Psikhologicheskie problemy sovremennogo biznesa. M., 2011.
13. Malakhov V.S. Problema identichnosti v postsovetском kontekste // Malakhov V.S. Ponaekhali tut... Ocherki o natsionalizme, rasizme i kul'turnom plyuralizme. M., 2007.
14. Mid Dzh. Az i Ya // Amerikanskaya sotsiologicheskaya mysl'. M., 1994.
15. Platonov A.P. Kotlovan // Platonov A.P. Kotlovan: Roman. Povesti. Rasskazy. Ekaterinburg, 2005.
16. Po E. Ukradennoe pis'mo // Biblioteka prikladyucheniya. T. 7. M., 1967.
17. Rubinshteyn S.L. Osnovy obshchey psikhologii. SPb, 2011.
18. Freyd Z., Bullit U. Tomas Vudro Vil'son 28-y prezident SShA. M., 1992.
19. Fuko M. Nenormal'nye. SPb, 2005.
20. Tszedun M. Malen'kaya krasnaya knizhitsa. M., 2010.
21. Chesterton G.K. Tayna ottsa Brauna // Biblioteka prikladyucheniya. T. 7. M., 1967.
22. Freud S. Group Psychology and the Analysis of the Ego // Freud S. Civilization, Society and Religions. Penguin Books, 1991.
23. Hatch M.J., Schultz M. The dynamics of organizational identity // Human Relations. 2002. Vol. 55(8).