

زیباشناسی سازمانی به مثابه یک فرم

مصطفی فانی*

چکیده:

در این مقاله کوشش شده تا با استفاده از روش‌شناسی گئورگ زیمل، جامعه‌شناس آلمانی، در تبیین شیوه‌های معنادار ساختن جهان، به دو شیوه متمایز در مطالعات سازمانی پرداخته شود. زیمل بر این نکته تأکید می‌کند که فرم‌ها، تنها ابزار مواجهه ما با جهان هستند و ما تنها به وساطت فرم‌هاست که می‌توانیم ماده خام کیهان را معنادار سازیم. در این مقاله، زیباشناسی سازمانی به عنوان یک فرم در قیاس با فرم آشنا و غالب بر مطالعات سازمانی - یعنی فرم علمی - مورد بررسی قرار گرفته تا بنیان‌های هستی‌شناختی و معرفت‌شناختی آن معرفی شود. زیباشناسی به عنوان فرمی که معیار حقیقت در آن نه صدق با عین، بل انسجام درونی عبارت‌هاست، در این مقاله به منزله نوعی جهان‌بینی معرفی شده که بر سوژه‌گی پس‌سازبانی و حضور اقماری سوژه‌ها پس از عبارت‌ها، مبتنی است. در ادامه، تقابل فرم زیباشناختی و فرم علمی در قالب تقابل نشانه‌شناسی و هرمنوتیک پی گرفته شده و در نهایت، امکانات زیباشناسی در حوزه اخلاق سازمانی و رفع تفارق، معرفی شده است.

مفاهیم کلیدی: فرم، زیمل، لیوتار، نشانه‌شناسی، هرمنوتیک، فوکو

* کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه علامه طباطبائی Mazi.fani@gmail.com

فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال نهم، شماره ۳۵، پاییز ۱۳۹۳، ص ۱۱۷-۱۴۲

مقدمه

یکی از وجوه اساسی در نظریات جامعه‌شناس بزرگ آلمانی، گئورگ زیمل^۱، دیدگاه‌های او در مورد فرم و قوام یافتن ماده خام کیهان به وساطت فرم به عنوان تنها شیوه موجهه ما با جهان است. زیمل این دیدگاه را مطرح می‌کند که جهان به منزله کل و وجوه خاص آن تنها هنگامی متعلقات (ابژه‌های) ممکن تجربه و شناخت قرار می‌گیرند که توسط صورت‌ها یا فرم‌هایی قوام یابند (اُکس، ۱۳۸۶، در زیمل، ۱۳۸۶). به همین دلیل است که به جرأت می‌توان گفت مسئله فرم یا صورت، مهم‌ترین مفهوم روش شناختی‌ای است که زیمل در مطالعات خود به کار گرفته است.

در همین راستا، در ادامه این مقاله خواهیم کوشید تا زیباشناسی سازمانی به مثابه یک فرم را در قیاس با فرم علمی رایج در حوزه مطالعات سازمانی مورد بررسی قرار دهیم و پیش‌فرض‌های فلسفی و روش‌شناختی آن را بکلام. بنابراین، در ادامه و در بخش «زیمل و مفهوم فرم» به بحث در مورد دیدگاه زیمل در مورد جایگاه فرم و نقش واسطه‌ای آن در معنادار شدن جهان خواهیم پرداخت و بدین ترتیب، بنیان‌های فلسفی لازم برای معرفی زیباشناسی سازمانی به مثابه یک فرم را فراهم خواهیم آورد. سپس در بخش «زیباشناسی، علم و تئوری صدق» به مبانی معرفت‌شناختی فرم علمی و فرم زیباشناختی خواهیم پرداخت و تمایز میان آن‌ها را با استفاده از نظریات زیمل در مورد تئوری صدق مورد کنکاش قرار خواهیم داد. در ادامه و در بخشی که تحت عنوان «تأویل‌های نقابدار» آورده شده است، با استفاده از نظریات میشل فوکو^۲، فیلسوف معاصر فرانسوی، به مباحث روش‌شناختی خواهیم پرداخت و تمایز میان فرم علمی و زیباشناختی در مطالعات سازمانی را در قالب تمایز بنیادی موجود میان نشانه‌شناسی و هرمنوتیک به بحث خواهیم نشست. بخش «سکوت و تفارق» با اتکا بر دیدگاه‌های ژان فرانسوا لیوتار^۳، فیلسوف معاصر فرانسوی، در زمینه مفهوم عبارت و نیز وضعیت تفارق، تمایز فرم علمی و زیباشناختی در گشایش وضعیت‌های اخلاقی در سازمان‌ها را مورد تحلیل قرار می‌دهد و ظرفیت‌های زیباشناسی سازمانی برای از میان برداشتن وضعیت تفارق را آشکار می‌سازد. بخش «زیباشناسی به مثابه یک فرم، نه گستره‌ای از موضوعات» بر این نکته تأکید می‌کند که زیباشناسی به منزله فرمی زیملی که امکان برساختن نظامی متفاوت از معانی را در حیات سازمانی پدید می‌آورد، نه بر بنیان سوژه‌هایی که برای پژوهش برمی‌گزینند، که به اتکای شیوه مواجهه با حیات سازمانی تعریف می‌شود. به همین جهت، با استفاده از برخی پژوهش‌های انجام گرفته در حوزه مطالعات سازمانی، نشان خواهیم داد که الزاماً مطالعاتی که تحت عنوان زیباشناسی انجام گرفته‌اند زیر چتر فرم زیباشناختی قرار نمی‌گیرند و بسا محققان که بدون ذکر نام زیباشناسی، چنین شیوه‌ای را برای مواجهه با حیات

سازمانی برگزیده‌اند. در نهایت و در بخش «نتیجه‌گیری»، در کنار گفتار پایانی این تحقیق، پیشنهاداتی نیز برای پژوهش‌های آتی ارائه خواهد شد.

زیمل و مفهوم فرم

زیمل این دیدگاه را پیش می‌کشد که مواجهه ما با آشوب جهان واقعی - ماده خام کیهان - تنها در صورتی می‌تواند به شکلی از شناخت یا تجربه بیانجامد که فرم‌ها نقش واسط خود میان ما و جهان را ایفا کنند. او فرم‌ها را به منزله زبان‌هایی توصیف می‌کند که جهان یا جوهی از آن را می‌توان به آن‌ها ترجمه کرد. ماده خام کیهان از نگاه او به لحاظ کیفی و کمی از چنان تنوعی برخوردار است که ما امکان فهم آن به مثابه فرایندی پیوسته و همگن را نداریم. فرم‌ها این امکان را به ما می‌دهند که جوهی از واقعیت در ذهن ما قوام یابند و به نوعی این آشوب نابسامان را به سامان درآوریم. گای اُکس در مقاله‌ای که پیرامون دیدگاه‌های فرمی زیمل نوشته است بر این نکته تأکید می‌کند که علم را می‌توان یکی از فرم‌های مد نظر زیمل قلمداد کرد؛ زیرا پیش‌فرض‌های آن، شرایطی را پدید می‌آورند که تحت آن‌ها می‌توان هر پدیده‌ای را متعلق شناخت علمی تلقی کرد. او همچنین، تاریخ، هنر، دین، مرگ و میل جنسی و نیز بسیاری دیگر از مواردی از این دست را از مهم‌ترین فرم‌هایی معرفی می‌کند که زیمل در مطالعات خود به بررسی چگونگی قوام جهان توسط آن‌ها پرداخته است (همان، ص ۱۹). اما معنایی که زیمل از فرم افاده می‌کند چیست؟

فرم‌ها مجموعه‌ای از پیش‌فرض‌ها، اصول، معیارها و مقولات درون‌بنیادی هستند که به ما امکان می‌دهند جوهی از ماده خام کیهان را قوام بخشیم و جهان را به شیوه‌ای ناقص و تاریخمند، معنادار سازیم. در این تعریف کوتاه، کوشیده‌ام ابعاد مختلف مفهوم فرم نزد زیمل را پوشش دهم و در ادامه خواهم کوشید شرح کامل‌تری از آن را پیش روی قرار دهم.

تمایز ذاتی فرم‌ها

یکی از مشخصه‌های اصلی فرم‌ها از نظر زیمل، تمایز بودن خصایص هر یک از آن‌هاست. آن‌ها نمی‌توانند ناشی از واقعیت به معنای دقیق کلمه باشند. به بیان دیگر، فرم‌ها از هیچ توصیفی از فرایند یا محتوایی که فرم بر آن‌ها تحمیل می‌شود منتج نمی‌شوند. زیمل این خصیصه ذاتی فرم‌ها را کمون (درون بودگی)^۴ یا خودسامانی^۴ می‌نامد. از دیدگاه زیمل، هر فرم تحت فرمان «منطق درون بود و ابژکتیو» خودش است. هر فرمی «هستی خودکفا و خودسامانی» دارد (زیمل

۱۹۲۲: ۲۹-۳۰). به عنوان مثال، علم و دین به منزله دو فرم متمایز، پیش‌فرض‌ها و منطق خودسامان و متفاوتی از یکدیگر دارند و نمی‌توان آن‌ها را به طور کامل با یکدیگر مقایسه کرد. به بیان دیگر، علم، دین، هنر و بسیاری فرم‌های دیگری که زیمل در مطالعات خود به شرح و بسط آن‌ها پرداخته است، منطق‌های متمایزی دارند و با توجه به پیش‌فرض‌هایی که بر بنیان آن‌ها استوار شده‌اند، شیوه‌های متفاوتی از مواجهه با جهان محسوب می‌شوند. زیمل بر اساس همین تقلیل‌ناپذیری فرم‌ها به یکدیگر است که گرایش‌های تقلیل‌گرایانه در اندیشه مدرن را به چالش و نقد می‌کشد (اُکس، ۱۳۸۶: ۲۷). گرایش‌هایی همچون مکانیک‌گرایی، زیست‌شناسی‌گرایی، روانشناسی‌گرایی، تاریخی‌گرایی و جامعه‌شناسی‌گرایی از جمله آموزه‌هایی هستند که زیمل مورد نقد قرار داده است، چرا که به دنبال آن بوده‌اند که به منزله فرمی استعلایی بر فراز دیگر فرم‌ها قرار گیرند و تمامی صورت‌ها و فرم‌های مختلف را به اصولی ابتدایی و مشترک تقلیل دهند. شاید شرح مختصری از ارتباط زندگی و فرم در اندیشه زیمل بتواند به درک بهتر این مسئله کمک کند. زیمل بر این باور است که هرچند فرم‌ها را نمی‌توان بازتولید زندگی واقعی و یا مشتق از آن دانست، اما فرم‌ها از انرژی‌های بی‌وقفه زندگی پدید می‌آیند. سیلان دائمی زندگی دائماً در حال افزودن، آفریدن، و شدت بخشیدن به امکانات بالقوه و انرژی‌هاست. زیمل برای بیان این ویژگی ذاتی زندگی از اصطلاح «بیشتر-زندگی»^۵ استفاده می‌کند. به عنوان مثال، زیمل در مقاله «جامعه‌شناسی خانواده» به شرح این مسئله می‌پردازد که چگونه پویایی‌های زندگی موجب شکل‌گیری شکل‌های چند-همسری و تک-همسری می‌شود و انرژی‌های زندگی به «بیشتر-زندگی» تبدیل می‌شوند (زیمل، ۱۳۸۴). زیمل البته پویایی‌های زندگی و جریان آفرینندگی‌اش را به بیشتر-زندگی محدود نمی‌کند و در قالب اصطلاح «بیشتر-از-زندگی»^۶ بر این مسئله تأکید می‌کند که زندگی این ظرفیت را دارد که از خود فراتر برود. به عنوان مثال، زیمل در مقاله «کلان‌شهر و حیات ذهنی» به تحلیل این مسئله می‌پردازد که با توجه به «دو شکل فردگرایی ... که روابط کمی کلان‌شهر آن را پرورده است - یعنی استقلال فردی و پیرایش و تدقیق خود فردیت - آنگاه کلان‌شهر در نظام تاریخی روح مرتبه‌ای کاملاً جدید را حائز می‌شود» (زیمل، ۱۳۷۲: ۶۵). در واقع، پویایی‌های زندگی شهرنشینی با ظهور کلان‌شهرها موجب پدید آمدن گونه‌ای از سوژه شهرنشین می‌شود که زیمل با طنینی هگلی آن را مرتبه‌ای کاملاً جدید در نظام تاریخی روح قلمداد می‌کند.

از نظر زیمل، این هستی‌ها از ویژگی‌هایی برخوردارند که آن‌ها را از زندگی متمایز می‌سازد. آن‌ها از ضرب‌آهنگ و سیلان زندگی جدا می‌شوند و از مشخصه‌های پایداری برخوردار می‌شوند

که آن‌ها را ورای فرایند همواره در حال دگرگونی زندگی قرار می‌دهد. به همین دلیل است که او این هستی‌ها و مقولات را چیزی بیش از خود زندگی می‌داند. «گرچه آن‌ها محصولات زندگی‌اند، خصایصی را پرورش می‌دهند که مستقل از زندگی‌اند و زیمل برای آنکه این هر دو خصیصه فرم‌ها را- منشأ غایی آن‌ها در انرژی‌های زندگی و رهایی نهایی آن‌ها از این انرژی‌ها- به روشنی بیان کند، فرم‌ها را «عینیت یافتن»^۷ زندگی می‌خواند» (اُکس، ۱۳۸۶: ۲۴).

نقص ذاتی فرم‌ها

اما یکی از مهم‌ترین نکاتی که زیمل در مورد جهان خلق شده توسط فرم‌ها مطرح می‌کند، جامع و کامل نبودن آن‌هاست. زیمل بر این نکته تأکید می‌کند که خودسامان بودن فرم‌ها موجب پدید آمدن جهان‌هایی می‌شود که به طور تقلیل‌ناپذیری ناهمگن هستند. هر فرم به دلیل آنکه پیش‌فرض‌ها و اصول انحصاری خود را برای به سامان درآوردن جهان به کار می‌گیرد، جهان کاملاً متمایز و انحصاری خود را پدید می‌آورد. و در نتیجه، جای شگفتی نخواهد بود که هیچ فرمی جامع و کامل نیست و نمی‌تواند طبقه‌بندی کاملی از واقعیت ارائه دهد. به بیان دیگر، زبان هر فرمی ناقص است. اما چرا؟ از نظر زیمل، «تعامل میان فرم و محتوا به ندرت کامل و همساز است» (فریزبی^۸، ۱۹۸۴: xxii). زیمل این مسئله را در بسیاری از نوشته‌های خود پیش کشیده است اما این موضوع در مقاله «درباره کمیت‌های زیباشناختی» با وضوح بیشتری مطرح شده و از طرفی ارتباط نزدیکی نیز با ادامه این نوشتار دارد. زیمل در این مقاله ضمن حمله به نظریه رئالیسم زیباشناختی که آثار هنری را به نوعی بازتولید واقعیت تلقی می‌کند، بر این نکته تأکید می‌کند که هنر تمام محتوا یا درون‌مایه را نمایش نمی‌دهد (اُکس، ۱۳۸۶). زیمل این ناتمام بودن و ناقص بودن هنر را به دلیل تنوعات تاریخی در هنر و رسانه‌های هنری می‌داند. به دلیل وجود این تنوعات، «هنر در مراحل مختلف تاریخ باید دارای روابط متفاوتی با موجود عینی باشد» (زیمل، ۱۹۶۸: ۸۱). به دلیل ناپایدار بودن فعالیت‌های هنری و ابژه‌های هنری، و نیز این مسئله که در هر مرحله معین تاریخی، فرم هنری از اصول و پیش‌فرض‌های معینی تبعیت می‌کند، در نتیجه همواره محتواهایی وجود خواهند داشت که امکان قوام یافتن در یک مرحله تاریخی از فرم هنری را نخواهند داشت. البته باید توجه داشت که این مسئله از ویژگی‌های ذاتی تمام فرم‌ها محسوب می‌شود و نمی‌توان و نباید آن را محصور در فرم هنر دانست. نظریات تامس کوهن^۹ در کتاب *ساختار انقلاب‌های علمی* (۱۳۶۹) نیز مؤید صدق این دیدگاه زیمل در عرصه علم است.

پس از آشنایی با مفهوم فرم و وساطت همیشگی آن در مواجهه ما با جهان در اندیشه زیمل، در ادامه خواهیم کوشید به مقایسه علم و زیباشناسی به عنوان دو فرم یا صورت از مواجهه با جهان پردازم و الزامات و تبعات آن‌ها برای مطالعات سازمانی را مورد بررسی قرار دهم. البته باید این نکته مورد توجه قرار گیرد که آنچه در ادامه این نوشتار در قالب زیباشناسی سازمانی مطرح می‌شود بیش از آنکه به فعلیت‌های این دیدگاه یا فرم در چند دهه اخیر در حوزه مطالعات سازمانی بپردازد، امکانات این دیدگاه را مدنظر دارد و بی‌تردید هر جا که این امکانات در مطالعات انجام گرفته به فعلیت درآمده باشد، مورد اشاره قرار خواهد گرفت. نکته دوم اینکه زیباشناسی سازمان به مثابه یک فرم، عرصه‌ای بسیار فراخ‌تر از آنچه امروز در مطالعات سازمانی تحت این عنوان شناخته می‌شود را دربرمی‌گیرد و در نتیجه جای شگفتی نخواهد بود اگر مطالعاتی در ذیل این فرم مورد بررسی قرار گیرند که ظاهراً عنوان زیباشناسی سازمانی را یدک نمی‌کشند. و در نهایت اینکه مراد از آنچه تحت عنوان فرم علمی در مطالعات سازمانی در این نوشتار طرح می‌شود، جریان مسلط بر مطالعات سازمانی است که آشکارا پیش‌فرض‌های پوزیتیویستی را در دستور کار خود قرار داده است. در ادامه و در هنگام مقایسه این دو فرم در مطالعات سازمانی، با تفصیل بیشتری به اصول و بنیادهای این دو خواهیم پرداخت.

زیباشناسی، علم و تئوری صدق

یکی از وجوه تمایزی که زیمل برای فرم‌های مختلف بیان می‌کند، معیار حقیقت و یا صدق در فرم‌های مختلف است (به عنوان مثال، زیمل، ۱۹۵۵؛ ۱۹۵۷). اما تمایز مهمی که زیمل میان فرم هنری و فرم علمی در زمینه تئوری صدق قائل می‌شود، نکته‌ای است که به طور خاص در این بخش مورد توجه ماست. ابتدا باید به شباهتی اشاره کنیم که زیمل در این زمینه میان هنر و فلسفه قائل است. به گفته زیمل، فلسفه به مثابه فعالیتی که جهان‌بینی خاصی را اظهار می‌کند، با هنر قابل مقایسه است. زیمل این شباهت را بدین گونه بیان می‌کند که «اگر هنر جهان‌بینی تجربی شده به وسیله طبع یا سرشتی خاص است، آنگاه فلسفه را می‌توان طبع یا سرشت اظهار شده به وسیله جهان‌بینی خاص نامید» (وولف، ۱۹۵۹؛ ۲۹۴). از نظر زیمل، برخلاف علم که معیار حقیقت در آن، تطابق میان گزاره و متعلق (ابژه) آن است، فلسفه معیار حقیقت دیگری را - یعنی حقیقت به مثابه انسجام اظهارات - جایگزین آن می‌کند. معیار حقیقتی که فلسفه بر آن استوار است، قابل مقایسه با معیار حقیقتی که علوم دیگر و رشته‌های علمی متکی بر آن‌اند، نیست. در گزاره‌های فلسفی، معیار صدق این نیست که ادعاهای بیان شده با فلان ابژه (عین) منطبق باشند، بلکه

بیش از هر چیز بر این مبنا استوار هستند که آیا این ادعاها «نقش بیان قانع‌کننده برای هستی خود فیلسوف و نوعی از انسان را که او نشان می‌دهد» ایفا می‌کنند یا خیر (همان، ص ۲۹۷). بر اساس همین تمایز در تئوری صدق و شباهتی که زمیل میان هنر و فلسفه در بنیان معرفت‌شناختی شان قائل می‌شود است که اُکس به این نتیجه می‌رسد که آنچه آشکارا در پی این استدلال زمیل می‌آید آن است که «به یک معنا، محصولات فلسفه و هنرها غیر قابل قیاس با نتایج علوم‌اند» (اُکس، ۱۳۸۶: ۳۴).

فرم علمی و فرم زیباشناختی

بنابراین، در نخستین گام برای مقایسه فرم‌های زیباشناختی و علمی در مطالعات سازمانی باید به این نکته توجه داشته باشیم که این دو فرم اساساً بر معیارهای متفاوتی برای حقیقت استوار هستند و دو شیوه متمایز از مواجهه با جهان و هستی محسوب می‌شوند. البته باید این نکته را مد نظر قرار داد که مراد فرم علمی از انطباق گزاره با عین (اِثَره)، نه ادعای بازتاب آنچه کانت (۱۳۹۰) جهان/اشیای درخود می‌نامید، که وساطت نظری و علی برای سامان مجدد عناصر بسیط ترکیبات بغرنج است. شاید بهتر باشد برای آنکه این تمایز در مواجهه با جهان را به گونه‌ای بهتر درک کنیم، همان‌طور که نیچه می‌گفت به سرچشمه‌ها پناه ببریم. به همین دلیل در ادامه می‌کوشم این تمایز در بنیان معرفت‌شناختی را در آرای لایب‌نیتس^۱ و باومگارتن^۲ پی بگیرم. باومگارتن نخستین کسی است که اصطلاح «زیباشناسی»^۳ به معنای مدرنش را به کار گرفت (وسل^۴، ۱۹۷۲) و برای ردیابی این تمایز می‌تواند نقطه آغاز مناسبی باشد.

لایب‌نیتس در کتاب «تأملاتی درباره حقیقت، شناخت و اندیشه‌ها» از تفاوت میان/اندیشه واضح و/اندیشه متمایز سخن می‌گوید. اندیشه واضح از نظر لایب‌نیتس آن است که برای نیازهای روزانه کفایت و تناسب داشته باشد و به ما کمک کند جهت‌یابی درستی در محیط حسی خود داشته باشیم. منظور از این جهت‌یابی این است که بتوانیم اشیای مختلف را از یکدیگر تمیز دهیم و رفتار خود را بر اساس آن سامان بخشیم. اما لایب‌نیتس این نوع اندیشه را درخور علم که عالی‌ترین نوع اندیشه است نمی‌داند و معتقد است در عرصه علم ما به اندیشه‌های متمایز نیازمندیم؛ چرا که اندیشه واضح صرفاً به «چیستی» امور می‌پردازد اما آنچه دغدغه اصلی علم را تشکیل می‌دهد، «چرایی» است. از نظر لایب‌نیتس، شناخت امور به معنای دریافتِ پسینی پدیده‌ها نیست، بل به معنای دریافتِ پیشینی امور برحسب علل آن‌هاست. بر همین اساس است که لایب‌نیتس این بحث را طرح می‌کند که تنها شیوه برای دستیابی به دانش متمایز، تجزیه یک ترکیب بغرنج

به عناصر تعیین کننده و مشروط کننده آن تا آنجا که حتی یک ترکیب بغرنج نیز در یکی از عناصر باقی نمانده باشد، و سپس بازسازی علی آن به وساطت یک نظریه است. لایب‌نیتس به صراحت این بحث را مطرح می‌کند که «مفهوم ما فقط وقتی با شیء متعلق خود مطابقت می‌کند که نه تنها آن شیء را در خود منعکس کند، بلکه جریان تکوین آن را در پیش چشم ما مجسم کند؛ یعنی آن شیء را تا عناصر اصلی‌اش دنبال کند و با آن عناصر از نو بسازد» (کاسیرر، ۱۳۷۲: ۴۱۶). در این تعریف لایب‌نیتس از اندیشه متمایز- که به زعم او تنها شیوه موجه برای مواجهه علمی با جهان است- دو نکته حائز اهمیت است: نخست اینکه هر ترکیب بغرنج باید تا منتهی درجه به عناصر بسیط تجزیه شود، و دوم اینکه این عناصر از نو به وساطت یک نظریه بازسازی علی شوند تا ابژه و چگونگی یا چرایی تکوینش پیش چشم قرار گیرد. اما باومگارتن، بنیان دیگری را برای مواجهه زیباشناختی با جهان پیش می‌کشد. زیباشناسی، جهان را نه در تجزیه اجزا و بازسازی علی‌اش، بل در کلیتش ادراک می‌کند.

باومگارتن معتقد است زمینه‌ای در دانش هست که در آن، تأویل پدیده‌ها به جوهر اساسی آن‌ها حد یقفی دارد. به زعم او اگر ما پدیده‌ای مانند رنگ را به شیوه دقیق علمی مورد نظر لایب‌نیتس مورد بررسی قرار دهیم، نه تنها انگاره (تأثر) حسی آن را از میان برده‌ایم، بل معنای زیباشناختی‌اش را نیز از آن بازگرفته‌ایم. «علم زیباشناسی از نظر باومگارتن به نمود محسوس قناعت می‌ورزد و نمی‌کوشد از حد این نمود فراتر برود و به چیز کاملاً متفاوتی برسد که مبنای هرگونه نمودی باشد» (همان، ص ۴۱۸). نکته مهمی که در این دیدگاه باومگارتن مستتر است آن است که زیباشناسی از تلاش برای دستیابی به مبنایی واحد برای هرگونه نمود اجتناب می‌کند و در نتیجه، بالضرورة مواجهه‌ای شخصی با جهان خواهد بود. این امر بدین معناست که بر خلاف فرم علمی که به دنبال دستیابی به اصول و مبنایی عام و جهانشمول است، مواجهه زیباشناختی با جهان در سطح فردی و شخصی باقی می‌ماند. باومگارتن به صراحت این مسئله را بیان می‌کند که هرگونه تلاش برای دستیابی به مبنایی واحد برای تمامی نموده‌ها، نه تنها محتوای زیباشناختی نمود را توضیح نمی‌دهد، بل آن را از بین می‌برد. به عنوان مثال، تقسیم یک دورنما یا چشم‌انداز به اجزایش و تبیین زمین‌شناختی آن، یک برداشت علمی جدید را پیش روی خواهد گذارد؛ اما ذره‌ای از زیبایی آن را نمایش نخواهد داد. فرم زیباشناختی، مشخصه بارز دیگری نیز دارد و آن کل‌گرایی است. از نظر باومگارتن، «این زیبایی فقط با مشاهده یکپارچه دریافت می‌شود- یعنی با مراقبه محض در دورنما من حیث‌المجموع. فقط هنرمند- نقاش یا شاعر- می‌تواند این تمامیت را مورد تأمل قرار دهد و به هر جزئی از بازنمایی خود زندگی ببخشد» (همان، ۴۱۹). شاید بهتر آن

باشد که این تمایز را نیز از نگاه زیباشناسی بیان کنیم و بی‌تردید این شعر گوته در «کتاب ترانه‌های لایپزیگ» شیواترین شکل بیان این تمایز خواهد بود:

سنجاقکی به رنگ‌های رنگین کمان
بر فراز چشمه‌ای پَرپر می‌زند،
و ساعتی است که چشمان من بر او خیره مانده است؛
گاه تیره و گاه روشن
مانند بوقلمون،
گاه سرخ و گاه کیود،
گاه کیود و گاه سبز:
چه رنگ‌هایی که در او پدیدار می‌شد
اگر گامی فراتر می‌رفتم!
می‌پرد و می‌چرخد و دمی آرام ندارد-
خاموش، که حال بر شاخه بیدی می‌نشیند؛
من او را در میان انگستانم گرفته‌ام
و رنگ‌های راستینش را می‌نگرم:
و چیزی جز کیودی و دلگیری نمی‌بینم-
این است نصیب تو، ای کالبد شکاف لذتها!

فرم و سوژه‌گی

بر اساس این دو گونه مواجهه با جهان، دو گونه سوژه شکل می‌گیرد. در مواجهه علمی با جهان، سوژه به گونه‌ای مفهوم‌سازی می‌شود که گویی پیش از جهان حضور دارد، نظاره‌گر جهان است و جهان را می‌شناسد. سوژه در گفتمان علمی به عنوان فاعل شناسایی قلمداد می‌شود که جهان را به اجزایش تجزیه می‌کند و به وساطت نظریه، آن را بازسازی می‌کند تا به شیوه‌ای علمی جهان را بشناسد. اما در مواجهه زیباشناختی، سوژه پیش از جهان به عنوان فاعلی یکپارچه حضور ندارد و اساساً بر اساس موضعی که نسبت به جهان می‌گیرد است که سوژه متولد می‌شود. اگر از مثالی که باومگارتنر به کار برده استفاده کنیم، در مواجهه با یک چشم‌انداز، سوژه علمی از پیش حاضر است و می‌کوشد جهان را به واسطه اصلی عام، مفهوم‌سازی و معنادار کند. اما هنرمندی که با این چشم‌انداز مواجه می‌شود، پس از موضع‌گیری فردی نسبت به آن است که متولد می‌شود و این

مسئله را می‌توان به وضوح در تفاوت آثار هنری خلق شده در مواجهه با مناظر یا پدیده‌های یکسان یا مشابه، مشاهده کرد. آنچه پیکاسو در تابلوی مشهورش از جنگ جهانی بازمی‌نمایاند با آنچه هواداران دادائیسیم از جنگ نمود می‌دهند، دو شیوه متفاوت از زیستن در جهان است و این هنرمندان اساساً پس از موضع‌گیری نسبت به جهان است که به عنوان یک سوژه برساخته می‌شوند. اما این مسئله چه تبعات و کارکردهایی در مطالعات سازمانی خواهد داشت؟ در ادامه می‌کوشم ابتدا با استفاده از نظریات ژان فرانسوا لیوتار، این دو نوع سوژه را از منظر زبان‌شناختی تبیین کنم و سپس به تبعات این دو گونه سوژه‌گی در مطالعات سازمانی بپردازم.

لیوتار در کتاب «تفارق»^{۱۴} به جای اصطلاح «بازی‌های زبانی» که در نوشته‌های پیشین خود به کار می‌گرفت، از اصطلاح «عبارت‌ها» استفاده می‌کند تا پیش‌داوری‌هایی که از نظر او در طی چند سده حیات اومانیسیم و علوم انسانی پدید آمده است، اجتناب کند. منظور او از این پیش‌داوری‌ها، اعتقاد به اصولی است از این دست که «انسان وجود دارد، زبان وجود دارد، و انسان از زبان برای اهداف خود استفاده می‌کند» (لیوتار، ۱۹۸۸: xxii). مفهومی که لیوتار از یک عبارت افاده می‌کند، صرفاً گفته‌های یک فرد نیست، هرچند این گفته‌ها نیز مصداقی از یک عبارت هستند. هرگونه انتقال اطلاعات از هر نوع، اعم از قطعه‌ای گفتار یا نوشتار، یک خنده یا یک جیغ، یا «شکلی که یک گربه با دُمش نشان می‌دهد»، و حتی سکوت نیز در نظر لیوتار نوعی عبارت تلقی می‌شود. لیوتار معتقد است هر بار که عبارتی پدید می‌آید، چهار سطح را گرد هم می‌آورد: «خطاب‌گر» که عبارت را بیان می‌کند، «مخاطب» که عبارت خطاب به او بیان می‌شود، «مرجع» که عبارت درباره آن است، و «معنا» که همان چیزی است که عبارت درباره مرجع می‌گوید. این چهار وجه، «جهان عبارت» را می‌سازند که «مبتنی است بر قرار دادن این وجوه در ارتباط با یکدیگر» (لیوتار، ۱۹۸۸: ۱۴). این چهار وجه پیش از عبارت وجود ندارند و اساساً ظهور عبارت است که آن‌ها را پدید می‌آورد. لیوتار اشاره می‌کند که حتی خطاب‌گر را نیز نباید منشأ عبارت دانست، بلکه این چهار وجه، زمانی حضور پیدا می‌کنند که عبارتی پدید آمده باشد. بر همین اساس است که لیوتار معتقد است «سوژه‌ها، معناها و مصداق‌ها به عنوان نتایج ارتباط میان عبارت‌ها به وجود می‌آیند» (مالپاس، ۱۳۸۸: ۹۲).

این همان سوژه‌گی‌پسازبانی است که بیش و پیش از هر چیز خود را در مواجهه زیباشناختی با جهان به نمایش می‌گذارد. اما نکته مهم دیگری نیز در فرم زیباشناختی وجود دارد که به اندازه مسئله سوژه‌گی از اهمیت برخوردار است و آن چیزی نیست جز «دایره معناداری» یا «نظام تأویل». برخلاف فرم علمی که نظام تأویل محدودتری را به کار می‌گیرد، فرم زیباشناختی اصولاً

به معنای بسط دایره معناداری خواهد بود. محدود بودن دایره معناداری در فرم علمی را بیش از هر نقطه دیگری می‌توان در نظریات حلقه وین دید. این متفکران در ابتدای قرن بیستم و بنا به مشرب اثبات‌گرایی منطقی که بدان باور داشته‌اند، گزاره‌هایی که به صورت منطقی اثبات‌پذیر نباشند را فاقد معنا می‌دانستند (کاپلستون، ۱۳۸۴) و در نتیجه دایره معناداری را بسیار محدود می‌ساختند. ادعای این نوشتار این نیست که فرم علمی مسلط بر مطالعات سازمانی، عیناً همان دایره معناداری تنگی را به کار می‌گیرد که در اثبات‌گرایی منطقی به کار گرفته می‌شد. بلکه به دنبال آن است که نشان دهد زیباشناسی سازمانی به مثابه یک فرم، نظام تأویل و دایره معناداری در مطالعات سازمانی را گسترش می‌دهد.

زیباشناسی سازمانی و سوژه‌گی پسا-زبانی

ذکر چند مثال از مطالعات انجام گرفته در حوزه زیباشناسی سازمانی می‌تواند به فهم بهتر مفهوم سوژه‌گی پسا-زبانی کمک کند. به عنوان مثال، برخی از مطالعات انجام شده در حوزه زیباشناسی سازمانی، با اتکا با این تعریف گرانت و همکارانش^{۱۵} (۱۹۹۸) که معتقدند سازمان "توسط و از طریق چیدمان منابع گفتمانی، ترکیب بندی و معنادار می‌شود" (ص ۱۲)، کوشیده‌اند مفهوم سازمان به منزله یک متن را گسترش دهند. این مطالعات به دنبال آن بوده‌اند که نشان دهند نغمه‌های سازمانی (به عنوان مثال، نیسلی و همکاران^{۱۶}، ۲۰۰۲)، رمان‌ها (به عنوان مثال، براور^{۱۷}، ۱۹۹۸؛ کازارنیوسکا-جورج و ژیل دو موتو^{۱۸}، ۱۹۹۴)، شعر (به عنوان مثال، ویندل^{۱۹}، ۱۹۹۴) و بازی‌ها (به عنوان مثال، تیلور^{۲۰}، ۲۰۰۰) را می‌توان به مثابه شکلی از گفتمان سازمانی مد نظر قرار داد. این مطالعات، آنچه پیش از این به عنوان ابزارها یا شیوه‌های فهم سازمان به کار گرفته می‌شدند را گسترش داده‌اند و حوزه‌هایی از حیات سازمانی را برای فهم ماهیت سازمان به کار برده‌اند که در فرم علمی رایج در مطالعات سازمانی مغفول واقع می‌شوند یا اساساً معنادار در نظر گرفته نمی‌شوند. به عنوان مثال، ویسلی و همکارانش (۲۰۰۲) در مطالعه‌ای که بر روی نغمه‌های سازمانی انجام داده‌اند، این نغمه‌ها را به عنوان بخشی از حوزه کلان‌تری که در مطالعات سازمانی نادیده گرفته شده معرفی می‌کنند- یعنی بخش گفتاری^{۲۱} در حیات سازمانی. آن‌ها همراستا با بری و المز^{۲۲} (۱۹۹۷) بر این باورند که مطالعات سازمانی عمدتاً مبتنی بر بخش نوشتاری و مستند حیات سازمانی انجام می‌شوند و بخش عمده‌ای از زیسته‌ی سوژه‌های سازمانی که شکل گفتاری و شفاهی دارد، نادیده گرفته می‌شوند. بر همین اساس است که این محققان، نغمه‌های سازمانی را به عنوان نوعی «گفتمان سازمانی و بیان زیباشناختی فرهنگ سازمانی که توان شکل دادن به

هویت و اقدامات کارکنان و نیز اعمال قدرت بر رفتار مصرف‌کننده و کارکنان سازمان را دارد» (نیلسلی و همکاران، ۲۰۰۲: ۴۷) معرفی می‌کنند. آن‌ها معتقدند محتوای کلامی این نغمه‌های سازمانی بیانگر خاطرات، تاریخچه، عواطف و ایدئولوژی‌های سازمانی هستند و در نتیجه می‌توانند به عنوان ابزاری برای شناخت فرهنگ سازمان به کار گرفته شوند.

همان‌طور که ماترن^{۳۳} (۱۹۹۸: ۱۷) بیان می‌کند، «موسیقی، رسانه‌ای ارتباطی است که نمی‌توان آن را صرفاً شیوه‌ای جایگزین برای بیان اموری که انسان‌ها از طریق گفتار بیان می‌کنند دانست. موسیقی، همچون دیگر شکل‌های هنری، معنای‌ای را بیان می‌کند که از طریق کلمات در دسترس قرار نمی‌گیرند یا آن‌ها را به گونه‌ای بیان می‌کند که برای شنونده امکان دسترسی آنی‌تری به عواطف را فراهم می‌آورد». بوث^{۳۴} (۱۹۷۶: ۲۴۲) نیز بر این نکته تأکید می‌کند که «کلماتی که به واسطه موسیقی در دل نغمه‌ها جاری می‌شوند، زندگی متفاوتی نسبت به کلماتی که در قالب یک شعر مکتوب نوشته می‌شود را دنبال می‌کنند». بنابراین، تلاش فرم زیباشناسی سازمانی برای فهم فرهنگ سازمانی از طریق نغمه‌های سازمانی، نه تنها تلاش در راستای بسط حوزه معناداری در حیات سازمانی، بلکه کوشش برای دستیابی به لایه‌هایی از حیات سوژه‌های سازمانی است که فرم علمی به دلیل محدودیت در نظام تأویل، امکان دسترسی به آن‌ها را ندارد. از طرف دیگر، همان‌طور که پیشتر در مورد سوژه‌گی پسازبانی در مواجهه زیباشناختی با جهان گفتیم، نغمه‌های سازمانی به عنوان بیان زیباشناختی فرهنگ سازمانی را نیز می‌توان در همین راستا بازخوانی کرد. اساساً سوژه‌های سازمانی پس از این عبارتها و نغمه‌ها هستند که پدید می‌آیند. این نغمه‌ها بیانگر فرهنگ سازمان‌اند و نمی‌توان آن‌ها را محصول ذهن‌های خودآگاه پیشازبانی دانست. کارکنان یک سازمان، اشرافی خودآگاهانه نسبت به مختصات فرهنگی خود ندارند که بتوانند از زبان به عنوان ابزاری ارتباطی استفاده کنند و این مختصات فرهنگی را در قالب نغمه‌های سازمانی بریزند. فرهنگ سازمان همان جو و اتمسفری است که این افراد درون آن تنفس می‌کنند و تنها پس از شکل‌گیری این نغمه‌هاست که آن‌ها به عنوان سوژه‌های سازمانی امکان حضور پیدا می‌کنند.

آنتونیو استراتی (۱۹۹۶) تاریخ معرفت‌شناسی زیباشناختی و توسعه زیباشناسی سازمانی را ریشه‌دار در دیدگاه‌های الکساندر باومگارتن در اواسط سده هجدهم می‌داند. او معتقد است دیدگاه‌های زیباشناختی باومگارتن در پاسخ به تأکید بر عقلانیت و دانش ذهنی که ریشه در نظریات دکارت دارد، شکل گرفته است. استراتی (۱۹۹۹) این ایده معرفت‌شناسی زیباشناختی را در دل چارچوب مطالعات سازمانی به کار گرفت. از نظر او، زیباشناسی در حیات سازمانی، «به شکلی از

دانش انسانی می‌پردازد، به ویژه دانشی که از طریق قوای ادراکی به دست می‌آید» (استراتی، ۱۹۹۹: ۲). استراتی معتقد است که «می‌توان به جای دانش منطقی-عقلایی، به فهمی زیباشناختی از حیات سازمانی نائل آمد» (همان، ص ۷). زیباشناسی در مطالعات سازمانی نه تنها حوزه‌هایی از حیات سازمانی را در دسترس قرار می‌دهد که از دایره معناداری فرم علمی خارج است، بلکه همان طور که در ابتدای این نوشتار و با استفاده از نظریات زیمل از آن به عنوان فرمی از مواجهه با جهان یاد کردیم، اساساً در روش نیز تفاوت بنیادی با فرم علمی دارد. بر خلاف فرم علمی که پژوهشگر را ناظر بی طرفی می‌داند که صرفاً به توصیف و تحلیل فاکت‌های سازمانی می‌پردازد، دانش زیباشناختی از حیات سازمانی تنها از طریق زیستن در بافت سازمانی به دست می‌آید. پژوهشگر نیز در هنگام تلاش برای فهم فرهنگ سازمان به واسطه نغمه‌های سازمانی، از پیش به عنوان فاعل شناسایی یکپارچه حضور ندارد. بلکه به واسطه زیستن در بافت سازمانی و تنفس در نغمه‌هاست که به عنوان یک سوژه پژوهشگر متولد می‌شود. البته این امر بدین معنا نیست که بی طرفی پژوهشی مورد ادعای فرم علمی، امکان تحقق دارد و در عمل پژوهشگر این امکان را خواهد داشت که مستقل از هر بافتی قرار گیرد. نظریات فوکو در مورد گفتمان‌ها، ایپستمه‌ها و چگونگی پدید آمدن مؤلف، تنها یکی از شیوه‌هایی است که می‌توان با استفاده از آن، این مدعا را زیر سؤال برد. اما این مسئله از حوصله این نوشتار خارج است و در اینجا تنها می‌کشیم فرم زیباشناختی و فرم علمی را به عنوان دو شیوه از مواجهه با حیات سازمانی به مقایسه بگذاریم و در نتیجه به امکانات زیباشناسی به مثابه یک فرم در عرصه مطالعات سازمانی پی ببریم. به هر صورت، این تفاوت در روش‌شناسی، یکی دیگر از تمایزات بنیادین این دو فرم است و در ادامه می‌کوشم در قالب تقابل نشانه‌شناسی و هرمنوتیک به آن بپردازم.

تأویل‌های نقابدار

فوکو در مقاله مشهورش، «نیچه، فروید، مارکس»، همراه با این جمله مشهور فروید که از سه جراحی بزرگ بر خودشیفتگی انسان در فرهنگ غرب یاد می‌کند- یعنی «جراحی که کوپرنیک وارد آورد، جراحی که داروین با کشف اینکه انسان از نسل میمون است وارد کرد، و جراحی که خود فروید با کشف اینکه خودآگاهی بر ناخودآگاهی استوار است وارد آورد» (فوکو، ۱۳۸۹: ۱۱)- از دگرگونی ماهیت نشانه و شیوه تأویل آن توسط این سه متفکر بزرگ سخن می‌گوید. او با مقایسه نظام تأویل قرن نوزدهمی که توسط نیچه، فروید و مارکس بنیان گذاشته شد با دوره‌ای که او به عنوان مرجع در نظر گرفته- یعنی سده شانزدهم- این تفاوت در شیوه تأویل نشانه‌ها را مورد

بررسی قرار می‌دهد. از نظر او «در سده شانزدهم، نشانه‌ها به شیوه‌ای همگن و یکدست در فضایی که خود نیز در در تمام جهت‌ها همگن و یکدست بود، چیده می‌شدند ... از سده نوزدهم بدین سو و با فروید، مارکس و نیچه، نشانه‌ها در فضایی به مراتب تفاوت‌گذاری شده‌تر و بر مبنای بُعدی طبقه‌بندی شدند که می‌توان آن را بُعد عمق نامید» (همان، ص ۱۲). فوکو معتقد است که نیچه، فروید و مارکس به ما نشان داده‌اند که تأویل همواره ناتمام است. این ناتمامی تأویل ریشه در این مسئله دارد که از نظر این سه متفکر، هیچ نقطه آغازی برای تأویل وجود ندارد. اگر تأویل هرگز نمی‌تواند پایان بپذیرد، صرفاً از آن روست که چیزی برای تأویل وجود ندارد. هیچ چیز کاملاً اولیه‌ای برای تأویل وجود ندارد، زیرا در واقع همه چیز پیشاپیش تأویل است، و هر نشانه به خودی خود چیزی نیست که به تأویل عرضه شود، بلکه تأویلی است از نشانه‌های دیگر (همان، ص ۱۶)

فوکو به این نکته اشاره می‌کند که در سده شانزدهم، نشانه‌ها گویی خیرخواه بودند و دال‌های استواری بودند که مستقیماً به مدلول‌هایی استوار اشاره می‌کردند؛ اما از سده شانزدهم و پس از نیچه، فروید و مارکس، نشانه‌ها گویی بدخواه و بدسگال شده‌اند و این از آن روست که این متفکران نشان داده‌اند که هر نشانه، پیشاپیش تأویلی است که می‌کوشد خود را تأویل نشان ندهد. در واقع تمایز میان این دو دوره در این است که در سده شانزدهم نشانه‌ها به گونه‌ای قلمداد می‌شدند که گویی علامت‌هایی منسجم، معتبر و نظام‌مند هستند؛ اما در هرمنوتیک مارکسی - فرویدی - نیچه‌ای، هر نشانه خود یک تأویل است و در نتیجه «تأویل از این پس همواره تأویل» چه کسی؟ «خواهد بود» (همان، ص ۱۹). بر همین اساس است که فوکو این نتیجه‌گیری بسیار درخشان را در پایان مقاله‌اش ارائه می‌دهد که «هرمنوتیک و نشانه‌شناسی دو دشمن سرسخت یکدیگرند» (همان). و این دقیقاً همان تمایز عمیقی است که میان زیباشناسی و علم به منزله دو فرم در مطالعات سازمانی وجود دارد و نمی‌توان آن را نادیده گرفت.

علم نشانه‌شناختی و زیباشناسی هرمنوتیک

فرم علمی در مطالعات سازمانی اساساً بر پایه‌های نشانه‌شناسی استوار شده و گونه‌شناسی‌هایی که این دیدگاه انجام می‌دهد تا تئوری‌های تجویزی خود را برای شرایط مختلف عرضه کند نیز مبتنی بر همین پیش‌فرض‌های نشانه‌شناختی صورت می‌پذیرد. به عنوان مثال، در گفتمان استراتژی، مدل‌های مختلفی که بر اساس این نوع گونه‌شناسی‌ها پیش می‌روند آیا چیزی جز بنیان‌های نشانه‌شناختی را به کار می‌گیرند؟ در ماتریس بی.سی.جی، به عنوان مثال، هر یک از

گونه‌های محصول که معرفی می‌شوند مگر چیزی جز پدیده‌هایی منسجم و یکه‌اند که معنایی استوار و همیشگی را حمل می‌کنند؟ تلاش برای دسته‌بندی و طبقه‌بندی هرچه دقیق‌تر قوت‌ها و ضعف‌های سازمانی و فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی، آیا چیزی جز چسباندن دائمی یک معنا به پدیده‌هاست؟ انبوه مطالعاتی که بر روی دلایل ناکامی سازمان‌ها در استراتژی‌گذاری انجام می‌شود و در اغلب اوقات این ناکامی‌ها را به عدم شناخت درست محیط اسناد می‌دهد، آیا معنایی جز این دارد که محیط سازمان‌ها سرشار از نشانه‌هایی با معنای یکه هستند که تنها چشم تیزبین استراتژیست‌های بزرگ آن‌ها را در می‌یابد؟ آیا اگر نگوییم همواره، در اغلب اوقات، موفقیت و عدم موفقیت سازمان‌ها به میزان توانایی آن‌ها در شناخت این نشانه‌ها اسناد داده نشده است؟ نشان دادن گستره‌ی استیلای این نشانه‌شناسی بر مطالعات سازمانی از حوصله این بحث خارج است؛ هدف اصلی این مقاله، تلاش برای نشان دادن بنیان متمایز زیباشناسی سازمانی در مواجهه با جهان سازمانی است. زیباشناسی سازمانی به مثابه یک فرم، نه یک مذاقه نشانه‌شناختی، بل کاوشی هرمنوتیکی در میان سرش‌پایان ناپذیر دال‌ها و تأویل‌های تمام ناشدنی است.

اگر مجدداً به پژوهش نیلسی و همکارانش (۲۰۰۲) در مورد نغمه‌های سازمانی بازگردیم، آنچه آن‌ها در متن نغمه‌ها، شیوه موسیقایی بیان آن‌ها و نیز موقعیت‌هایی که این نغمه‌ها به کار گرفته می‌شوند، می‌یابند، نه نشانه‌هایی با معنای یکه و استوار، بل تأویل‌هایی است که کارکنان از اتمسفر حاکم بر سازمان داشته‌اند. اما آیا اتمسفر فرهنگی حاکم بر سازمان، نظامی از نشانه‌های آشکار است که کارکنان به فراخور میزان تیزبینی و هوشمندی خود آن‌ها را درک کرده‌اند و به قالب موسیقی درآورده‌اند؟ هرگز! اتمسفر فرهنگی حاکم بر سازمان، در جریان پایان‌ناپذیر تأویل‌ها و قرائت‌های مختلف، در فضای بین‌الذهانی کارکنان، پیوسته تأویل و بازتولید می‌شود، برخی قرائت‌ها با اقبال دیگران مواجه می‌شوند و برخی به فراموشی سپرده می‌شوند، تعبیر هوشمندانه فردی با ذوق شاعرانه و موسیقایی دیگری در هم می‌آمیزد و نغمه‌ها شروع به شکل‌گیری می‌کنند. اما آیا این پایان کار است؟ این جریان تأویل و بازتولید، بی‌وقفه ادامه خواهد داشت. کنشی یا اقدامی از یکی از مدیران یا فردی که به یکی از بازیگران اصلی این بازی موسیقایی تبدیل شده‌اند، خوراک جدیدی را به نغمه‌ها می‌افزاید، تعبیر در طول زمان جابجا می‌شوند، بار معنایی آن‌ها و لحنی که برای بیانشان به کار می‌رود دگرگون می‌شوند. نغمه‌ها وقتی سینه به سینه از نسلی از سازمان به نسل دیگر به ارث می‌رسند، شاید وارد ژانر موسیقایی دیگری شوند و تعبیرها رنگ دیگری به خود بگیرند. و این سرش‌پایان ناپذیر تأویل‌ها همواره ادامه خواهد داشت. اینکه پژوهش ما در مورد این نغمه‌ها، تنها عکسی از ایماژهایی که برچسب‌هایی از معنای یکه به آن‌ها

تحمیل شده ارائه دهد یا هولوگرامی از بازی شناور دال‌ها را پیش روی بگذارد، به فرم مواجهه ما با این پدیده بستگی دارد. زیباشناسی بیش از آنکه خود را در موضوع پژوهش نشان دهد، در شیوه مواجهه با آن به نمایش خواهد گذارد.

مقاله‌ای که آنتونیو استراتی (۱۹۹۲) تحت عنوان «فهم زیباشناختی حیات سازمانی»^{۲۵} ارائه داده است را شاید بتوان مثال مناسبی از فرم زیباشناختی در مطالعات سازمانی دانست. او پیشتر در یکی از پژوهش‌های خود به صراحت اشاره کرده بود که «احساس زیبایی یکی از عواملی است که زندگی سازمانی را سازمان می‌دهد؛ زیبایی یک واقعیت سازمانی است» (استراتی، ۱۹۹۰: ۲۱۷). او در مقاله «فهم زیباشناختی حیات سازمانی» بین زیباشناسی به منزله نوعی دانش و زیباشناسی به مثابه بُعد، وجه یا ابژه‌ای سازمانی نوسان می‌کند. او معتقد است این نوسان هم اجتناب‌ناپذیر است و هم برای فهم زیباشناختی حیات سازمانی مناسب است، زیرا بازیگوشی تجربه زیباشناختی را به نمایش می‌گذارد. او فهم زیباشناختی حیات سازمانی را یک استعاره معرفت‌شناختی می‌داند، نوعی دانش که متمایز از دانشی است که بر مبنای روش‌های تحلیلی به دست می‌آید. حتی شیوه نوشتاری این پژوهش نیز با شیوه رایج در مقاله نویسی متفاوت است. او در دو بخش از مقاله، با استفاده از مشاهدات خود، به توصیف اتاق رئیس هیئت مدیره و اتاق منشی می‌پردازد. به عنوان مثال به این پاراگراف دقت کنید:

رئیس هیئت مدیره اغلب وقتی تنها بود، در اتاق خود را نیمه باز می‌گذاشت. فرد به سرعت می‌توانستند بفهمند آیا می‌توانند به سراغ او بروند یا او در حال تلفن زدن است. افرادی که از جلوی در اتاق او عبور می‌کردند می‌توانستند سری برای او تکان دهند و ببینند او امروز در چه حال و هوایی است. بالاتر از همه، آن‌ها می‌توانستند اطمینان حاصل کنند که دیده شده‌اند (استراتی، ۱۹۹۲: ۵۷۰).

دانشی که استراتی در قالب این پاراگراف، از حیات سازمانی ارائه می‌دهد بسیار متفاوت از دانشی است که سازمان را به منزله مجموعه‌ای از فرایندهای عقلایی تصویر می‌کند. ماهیت روابط میان افراد و جریان اطلاعاتی که به شیوه غیر رسمی در دل سازمان در جریان است در این پاراگراف کوتاه به خوبی دیده می‌شود. استراتی پیش از این پاراگراف و پس از آن به جزئیات بیشتری در مورد دو اتاق مورد نظرش می‌پردازد و می‌کوشد تا به دانشی زیباشناختی از آن‌ها دست یابد. او تأویلی از تأویل کارکنان سازمان از در نیمه باز ارائه می‌دهد و در قالب توجه به تابلوه‌ها، اشیاء و ابزارهای موجود در اتاق‌ها، وجهی از حیات سازمان را بازمی‌تاباند که در فرم علمی همواره مغفول واقع شده‌اند.

تنگ بودن دایره معناداری در مطالعات سازمانی، موجب به سکوت واداشته شدن بخشی از حیات سازمانی می‌شود. زیباشناسی سازمانی این امکان را دارد که شرایطی را پدید آورد تا از این سکوت صدایی به درآید و نجوایی از بخش مسکوت مانده حیات سازمانی به گوش برسد. این مسئله، راه را به سوی یکی دیگر از تمایزات علم و زیباشناسی به منزله دو فرم در مطالعات سازمانی می‌گشاید؛ و آن چیزی نیست جز مسئله اخلاق در سازمان.

سکوت و تفارق

پژوهش‌های زیادی در مورد مسئله سکوت در سازمان‌ها انجام شده است. به عنوان مثال، بودن^{۲۶} (۱۹۹۴: ۱۹۹) در کتاب «کسب و کار سخن گفتن^{۲۷}» به این نکته اشاره می‌کند که «سازمان وضع شده^{۲۸}، از طریق کنش‌ها و ناکنش‌های^{۲۹} اعضایش تولید می‌شود». این امر بدین معناست که سازمان وضع شده، از طریق فرایندهای گفتگومانی صدا و حیث سایه‌وارش - یعنی سکوت - تولید می‌شود. بر این اساس، می‌توان این بحث را پیش کشید که در صورتی می‌توانیم به فهم کامل‌تری از آنچه در سازمان برساخته می‌شود دست یابیم که فرایندهای صدا و سکوت را به صورت همزمان مد نظر قرار دهیم. سکوت موجب عدم افشای اطلاعات نیز می‌شود و بر همین اساس است که رایان و استریچ^{۳۰} (۱۹۹۱) در کتاب «بیرون کشیدن ترس از محیط کاری^{۳۱}» با استفاده از اصطلاح «بحث‌ناپذیرها^{۳۲}» می‌کوشند موضوعاتی را شناسایی کنند که همواره در محیط کاری مسکوت گذاشته می‌شوند. «بحث‌ناپذیرها» از نظر این دو محقق عبارتند از فعالیت‌های مدیریتی، عملکرد همکاران، خبرهای بد، تعارضات و مشکلات شخصی. موریسون و میلیکن^{۳۳} (۲۰۰۰: ۷۰۶) نیز سکوت سازمانی را به عنوان «پدیده‌ای جمعی ... شامل امتناع گسترده از انتشار اطلاعات در مورد موضوعات یا مسائل بالقوه توسط کارکنان» توصیف کرده‌اند. مارتین^{۳۴} (۱۹۹۰) و شوارتز^{۳۵} (۱۹۹۲) نیز از نقش محوری سکوت در توازن میان حوزه‌های عمومی و خصوصی در سازمان‌ها سخن گفته‌اند. شوارتز (۱۹۹۲) معتقد است زنان و مردان همواره در سازمان‌ها در مورد نیازهای شخصی و خانوادگی خود به سکوت واداشته شده‌اند؛ زیرا نمی‌خواهند آگاهی سازمان در مورد این مسائل، به موقعیت آن‌ها در سازمان لطمه‌ای وارد سازد.

زیباشناسی و تفارق

نقشی که زیباشناسی می‌تواند در دستیابی به این سکوت سازمانی ایفا کند، بسیار حائز اهمیت است اما این مسئله، آن ظرفیت تمایزآفرینی نیست که زیباشناسی سازمانی را از فرم علمی در

عرصه اخلاق سازمانی جدا می‌کند. امکان بنیادین زیباشناسی در عرصه اخلاق سازمانی، قابلیت آن برای رفع آن چیزی است که لیوتار «تفارق» می‌نامد. اما تفارق از نظر لیوتار چیست؟ یک تفارق به عنوان امری متمایز از دادخواهی، نوعی اختلاف، میان (دست کم) دو طرف، است که به خاطر نبود قانونی برای قضاوت، که برای هر دو طرف بحث قابل اعمال باشد، حل شدنی نیست. مشروعیت یک طرف مستلزم عدم مشروعیت طرف دیگر نیست. با این حال، با اعمال قانونی یکه برای قضاوت در مورد هر دو طرف به منظور رفع تفارق میان آن‌ها، چنانکه گویی صرفاً یک دادخواهی است، (دست کم) در مورد یکی از دو طرف به خطا رفته‌ایم (و اگر هیچ کدام از دو طرف این قانون را قبول نداشته باشند، در مورد هر دو) (لیوتار، ۱۹۸۸: xi).

مالپاس (۱۳۸۸) برای شرح آنچه لیوتار وضعیت تفارق می‌نامد، مثالی را ذکر می‌کند که می‌تواند بسیار راهگشا باشد. او از دادگاهی سخن می‌گوید که در یک سوی آن تاجری است با اسنادی معتبر که خبر از خرید قانونی زمین‌هایی را می‌دهد و در سوی دیگر، زنانی هستند از یکی از قبایل استرالیایی که ادعای مالکیت تاریخی این زمین‌ها را دارند. این زمین‌ها برای این زنان مقدس است و راز این تقدس، سینه به سینه، از نسلی به نسل دیگری از زنان این قبیله منتقل شده است. وضعیت این زنان در این دادخواهی، نمونه بارز آن چیزی است که لیوتار تفارق می‌نامد. این زنان اگر بخواهند زمین را به دست آورند باید راز تقدس آن را بازگو کنند، و اگر چنین کنند، دیگر رازی باقی نمی‌ماند و زمین دیگر تقدسی نخواهد داشت. وضعیت این زنان به گونه‌ای است که در گفتمان حقوقی حاکم بر دادگاه، در هر صورت بازنده خواهند بود: یا زمین مقدس را از دست می‌دهند و یا زمینی را به دست می‌آورند که دیگر تقدسی ندارد. لیوتار معتقد است گفتمان اخلاقی، زمانی عادلانه خواهد بود که امکان گسترش آنچه او «ژانرهای گفتمانی» می‌نامد را فراهم آورد تا این وضعیت تفارق از میان برداشته شود. قاضی این دادگاه زمانی عادل خواهد بود که گفتمان حقوقی را به گونه‌ای بسط دهد که زنان را از موقعیت همیشه بازنده خارج سازد. لیوتار معتقد است وظیفه اخلاقی ما این است که چنین امکانی را برای رفع تفارق فراهم آوریم.

مولوی نیز در مثنوی معنوی حکایتی را ذکر می‌کند که بیانگر همین وضعیت تفارق است. او از تظلم خواهی «پشه» از «باد» نزد سلیمان نبی سخن می‌گوید و شکایت پشه از اینکه باد او را هر دمی به سوی می‌راند. سلیمان برای رعایت عدالت، باد را فرامی‌خواند تا سخنان او را نیز بشنود، اما هنگامیکه باد باشد، دیگر پشه امکانی برای حضور نخواهد داشت. و این همان وضعیت تفارق است. زیباشناسی به مثابه فرمی از مواجهه با جهان، با مختصاتی که پیشتر از آن یاد کردیم، این امکان را دارد که وضعیت تفارق را از میان بردارد.

زیباشناسی به مثابه یک فرم، امکانی دارد که می‌توان آن را «سحر عبارت‌ها» نامید. سحر عبارت‌های *گوستاو فلوبر* در رمان «مادام بوواری» است که وضعیت به ظاهر آشکارا مذموم *مادام بوواری* را به وضعیتی تبدیل می‌کند که امکان همدلی با آن برای ما پدید می‌آید. این امر بدین معنا نیست که کنش اخلاقی *مادام بوواری* به واسطه سحر عبارت‌های *فلوبر* به فضیلتی اخلاقی تبدیل می‌شود، بل بدین معناست که *مادام بوواری* از مصداقی یکدست و یکپارچه برای یک رذیلت اخلاقی، به سوژه‌ای منفرد برای قضاوت اخلاقی بدل می‌شود و قضاوت در مورد او دیگر نه بر پایه یک اصل جهانشمول اخلاقی، که بر مبنای زیسته‌های او، که اکنون به برکت سحر عبارت‌های *فلوبر* ما نیز در آن زیسته‌ایم، انجام می‌گیرد. سحر عبارت‌های *تولستوی* است که *آنا کارنینا* را به شمایی تاریخی بدل می‌سازد و از حل شدن آن در خیل انبوه مصداق خیانت زناشویی امتناع می‌کند. زیباشناسی از آنجا که سوژه‌گی را به مثابه پدیده‌ای پسازبانی به رسمیت می‌شناسد، به ما امکان می‌دهد که پس از سحر این عبارت‌ها، به سوژه‌هایی برای قضاوت اخلاقی تبدیل شویم و از توده‌سازی ابژه‌های اخلاقی اجتناب کنیم. زیباشناسی با بسط دایره معناداری و نظام تأویل، و نیز احتراز از چسباندن معنایی یکه به تأویل‌های نقاب‌زده‌ای که خود را نشانه‌هایی تک معنایی وانمود می‌کنند، نه تجربه به معنای عام و یکپارچه‌اش، که زیسته‌های منفرد و شخصی را پیش رو قرار می‌دهد و بدین ترتیب امکان رفع وضعیت تفارق را پدید می‌آورد.

مثال‌هایی که از حوزه ادبیات برای شرح سحر عبارت‌ها آورده‌ایم، نباید این خطا را در ما پدید آورند که عبارت‌ها محصور در کلام‌اند. سکوت یک ابژه اخلاقی، شیوه نگاه کردن او و طریقه نشستش نیز همگی عبارت‌هایی هستند که زیسته او را شرح می‌دهند. فرم علمی از آنجا که سوژه را به گونه‌ای مفهوم‌سازی می‌کند که گویی کلیتی یکپارچه و از پیش حاضر است و موضع اخلاقی خود را از پیش در قالب اصولی جهانشمول ریخته است، امکان به سخن درآمدن عبارت‌ها به معنای عام آن را ناممکن می‌سازد و در نتیجه، همان‌طور که در مثال‌های مربوط به وضعیت تفاوت نشان داده شد، دایره معناداری و قضاوت اخلاقی را چنان متصلب می‌سازد که امکانی برای زیست سوژه‌های متفارق باقی نمی‌ماند. زیباشناسی یک امکان است؛ یک امکان دائماً در خطر نابودی، تا این نامعناداری به سکوت واداشته شده، نجوایی از خود به گوش برساند.

ویژگی دیگر عبارت‌ها و سوژه‌گی پسازبانی، آن است که ما نمی‌توانیم به مثابه‌های سوژه‌های اقماری حول عبارت‌ها شکل نگیریم. سکوت ما در مقابل یک عبارت نیز خود عبارتی است که نظام عبارت‌ها را توسعه می‌دهد. حتی بی‌اعتنایی ما نیز خود عبارتی خواهد بود که سوژه‌گی ما را شکل می‌دهد. عبارت‌ها به معنای وسیع خود، حضور اقماری ما به عنوان سوژه‌های نوظهور، و

نه سوژه‌های یکپارچه‌ی از پیش موجود، را به یک الزام تبدیل می‌کنند و فضایی را می‌آفرینند که ما اگر زیباشناسانه در آن زیست کنیم، امکان حضور فعالانه و سوژه‌گی همدلانه را خواهیم یافت و این مسئله به معنای حصول امکانی رفع تفارق خواهد بود.

زیباشناسی به مثابه یک فرم، نه گستره‌ای از موضوعات

همان‌طور که پیشتر اشاره شد، زیباشناسی به مثابه یک فرم را نباید محدود به پژوهش‌هایی دانست که این عنوان را یدک می‌کشند. به عنوان مثال، هنری میتزبرگ^{۳۶} (۱۹۹۰) در مقاله «کار مدیر: فولکلور و واقعیت»^{۳۷} به این نکته اشاره می‌کند که اگر از یک مدیر بپرسیم کارش چیست، عمده‌تاً این پاسخ را خواهیم شنید که او برنامه‌ریزی، سازماندهی، هماهنگی و کنترل را انجام می‌دهد. اما میتزبرگ معتقد است که اگر به آنچه مدیر انجام می‌دهد دقت کنیم، به ندرت می‌توانیم آنچه او انجام می‌دهد را با این چهار کلمه مرتبط سازیم.

واقعیت این است که این چهار کلمه که از زمانی که کارخانه‌دار فرانسوی، هنری فایول، برای نخستین بار آن‌ها را در سال ۱۹۱۶ به کار برد، بر دایره لغات مدیریتی استیلا یافته‌اند، چیز چندانی در مورد آنچه مدیران در عمل انجام می‌دهند، نمی‌گویند. در بهترین حالت، این واژگان بیانگر برخی اهداف مبهمی هستند که مدیران حین انجام کار دنبال می‌کنند (میتزبرگ، ۱۹۹۰: ۲). میتزبرگ در این مقاله، بر اساس مشاهدات ساختاریافته خود در مورد کارهای روزانه پنج مدیر ارشد در پنج سازمان متوسط، می‌کوشد تا تصویری از آنچه مدیران در عمل انجام می‌دهند، ارائه دهد. آنچه در شیوه پژوهشی او حائز اهمیت است، تلاش او برای گسترش دایره معناداری در حیات سازمانی است و این چیزی نیست جز شکلی اولیه از فرم زیباشناختی در حیات سازمانی. سوژه مدیریتی‌ای که او ارائه می‌دهد، سوژه‌ای پس‌زبانی است و شیوه‌ای که به کار می‌گیرد، تلاش برای رها کردن واژه‌ها از بار معنایی یک‌ه‌ای است که به آن‌ها تحمیل شده است. این رهاسازی راه را به سوی تأویل و هرمنوتیک می‌گشاید و به همین جهت است که این پژوهش در اینجا به منزله مثالی برای فرم زیباشناختی، آورده شده است.

البته این سکه روی دیگری نیز دارد. طیف گسترده‌ای از پژوهش‌هایی وجود دارند که به ظاهر نام زیباشناسی را یدک می‌کشند، اما در بنیان از پیش‌فرض‌های دیگری تبعیت می‌کنند. به عنوان مثال، جان دابسون^{۳۸} (۲۰۰۷) در مقاله «زیباشناسی به عنوان بنیانی برای فعالیت تجاری»^{۳۹} سه پرسش را برای تصمیماتی که در کسب و کارها اتخاذ می‌شوند پیش می‌کشد: آیا سودآور است؟ آیا اخلاقی است؟ و آیا زیباست؟ او در این مقاله می‌کوشد تا نشان دهد که

پرسش سوم گرچه در ظاهر با حوزه کسب و کار نامرتبط به نظر می‌رسد، اما اگر به دقت امر زیبا را تعریف کنیم، به بنیادی‌ترین پرسش در عرصه کسب و کار تبدیل خواهد شد و هم دو پرسش دیگر را در دل خود جای می‌دهد و هم مسئولیت‌های اجتماعی سازمان‌ها در عصر پست مدرن را مرتفع می‌سازد. او با استفاده از ویژگی‌هایی که کانت برای امر زیباشناختی برشمرده است - یعنی بی‌غرضی، ذهنیت، جامعیت، ژرف‌نگری و درون‌بودگی - می‌کوشد پرسش از زیبا بودن یک تصمیم را به بنیادی‌ترین پرسش در کسب و کارها تبدیل سازد. دابسون زیباشناسی را با اخلاقیات فضیلت-محور^{۴۰} مرتبط می‌داند و به صراحت اشاره می‌کند که «ویژگی اساسی اخلاقیات فضیلت-محور، تأکید مؤکد بر اهمیت فضایل خاص عموماً پذیرفته شده در انسان است» (دابسون، ۲۰۰۷: ۴۴). چنین دیدگاهی آشکارا در تضاد با آن چیزی است که در این نوشتار به عنوان فرم زیباشناختی معرفی شده است. دابسون در معرفی امر زیبا، بر ذهنی بودن محض آن تأکید می‌کند و اشاره می‌کند که امر زیبا هرگز به لذت‌خواهی آلوده نمی‌شود. اما یکی از نقاط تمایز بارز علم و زیباشناسی به عنوان دو فرم در مواجهه با جهان، همین نفی امور غیر ذهنی در مقوله شناخت است. فرم علمی، مواجهه با جهان را به سطح انتزاع کاملاً ذهنی فرومی‌کاهد. اما زیباشناسی به مثابه یک فرم، بخشی از زیسته انسان را برملا می‌سازد که ریشه در تن دارد. اگر بخواهیم به زبان هوسرل سخن بگوییم، فرم علمی مبتنی بر این فرض هوسرلی است که «هرگونه قصدیت غیر تئوریک امکان ترجمه به قصدیت تئوریک را دارد» (رشیدیان، ۱۳۸۵). اما آنچه زیباشناسی را متمایز می‌سازد آن است که قصدیتی غیر تئوریک را در حیث التفاتی ذهن ما به جهان به رسمیت می‌شناسد که به قصدیت تئوریک فروکاسته نمی‌شود. اگر بخواهیم از پشتوانه‌های فلسفی این امر نام ببریم، آنچه هایدگر (۱۳۸۶) در «هستی و زمان» پرتاب شدگی *دازاین* در جهان می‌نامید و آنچه لویناس تحت عنوان *حظ* به عنوان بنیادی‌ترین مشخصه دازاین از آن نام می‌برد (علیا، ۱۳۸۸)، اشاره به همین قصدیت غیر تئوریک در ما دارند.

نتیجه‌گیری

زیباشناسی سازمانی به مثابه یک فرم، یک امکان است برای گونه‌ای دیگر از مواجهه با حیات سازمانی، گونه‌ای متفاوت از شیوه‌ای که فرم علمی در مطالعات سازمانی به کار می‌گیرد. در این نوشتار کوشیده‌ایم تا پیش‌فرض‌ها و بنیان‌های فلسفی آن توضیح دهیم. همان‌طور که در مورد پژوهش میتزبرگ (۱۹۹۰) به عنوان یک مثال موردی ذکر شد، پژوهش‌های بسیاری انجام شده‌اند که در عنوان یا موضوع، زیباشناختی نیستند اما در قالب همین فرم قرار می‌گیرند. به

عنوان مثال، پژوهش‌هایی که با استفاده از آرای *تراک لکان*^{۴۱} در زمینه مفهوم هویت در مطالعات سازمانی انجام گرفته و ماهیت پس‌زبانی سوژه را مورد تأکید قرار داده‌اند (به عنوان مثال، درایور^{۴۲}، ۲۰۰۹؛ کنتو و همکاران^{۴۳}، ۲۰۱۰؛ فوتاکی و هاردینگ^{۴۴}، ۲۰۱۲؛ جانسن و گودمندهایر^{۴۵}، ۲۰۱۰)، مطالعاتی که در زمینه بنیان‌های غیرذهنی دانش در سازمان انجام گرفته‌اند (به عنوان مثال، تیلور^{۴۶}، ۲۰۰۳؛ لین‌استد و برویس^{۴۷}، ۲۰۰۷؛ قراردی و همکاران^{۴۸}، ۲۰۰۷)، و مطالعاتی که به مسئله سوژه‌گی و ماهیت گفتمانی سازمان پرداخته‌اند (به عنوان مثال، اسکینر^{۴۹}، ۲۰۱۲؛ نیوتن^{۵۰}، ۲۰۰۴؛ لکلرک-واندلانویت^{۵۱}، ۲۰۱۱) به عنوان مطالعاتی قلمداد می‌شوند که بخشی از پیش‌فرض‌های فرم زیباشناسی را به کار گرفته‌اند و شیوه جدیدی از نگرستن به حیات سازمان را پیش رو قرار داده‌اند.

بنابراین، انجام پژوهش در زمینه سوژه‌گی سازمانی با اتکا بر مبانی پس-زبانی حاصل از نگاه زیباشناختی به حیات سازمانی می‌تواند یکی از حوزه‌های پیشنهادی برای پژوهش‌های آتی باشد. چنین دیدگاهی، سوژه‌ها را در مرز میان سرش پایان‌ناپذیر دال‌ها و گفتمان‌های سازمانی مورد تحلیل قرار می‌دهد و در نتیجه هم می‌تواند به مسئله سوژه‌گی در سازمان بپردازد و هم شیوه کنترل سوژه‌های سازمانی توسط گفتمان‌های مسلط در سازمان را مورد بررسی قرار دهد. به بیان دیگر، این دیدگاه می‌تواند به تئوری سازمان بدین گونه کمک کند که بینش‌های جدیدی در زمینه مکانیزم‌های کنترل در سازمان از طریق گفتمان‌ها و شیوه مواجهه سوژه‌ها با این گفتمان‌ها ارائه دهد. پژوهش‌های انجام گرفته در این زمینه (به عنوان مثال، هنکاک^{۵۲}، ۲۰۰۵؛ هنکاک و تایلر^{۵۳}، ۲۰۰۷؛ کرستن^{۵۴}، ۲۰۰۸) این مسئله را از دیدگاه انتقادی و با تکیه بر نظریات اندیشمندانی مانند هابرماس مورد بررسی قرار داده‌اند؛ اما تلفیق گفتمان زیباشناسی با دیدگاه‌های نظریه‌پردازان سوژه‌گی پس-زبانی (مانند لکان^{۵۵}، ژیک^{۵۶} و لاکلائو^{۵۷}) می‌تواند به فهم عمیق‌تر حیات سوژه‌ها در دل گفتمان‌های سازمانی کمک شایان توجهی بکند.

زیباشناسی صرفاً یک روش پژوهشی جدید برای سنجش موضوعات تثبیت شده سازمانی نیست، حتی نمی‌توان و نباید آن را به شیوه‌ای جدید برای پژوهش در موضوعات جدید و حوزه‌های تحقیقاتی نو در سازمان تقلیل داد. زیباشناسی گونه‌ای دیگر از زیستن در جهان است. یک امکان است برای آنکه نجوایی از آنچه در حیات سازمانی مسکوت مانده است به گوش برسد. زیباشناسی راه رفتن در مرزها و کران‌های سوژه‌هاست، سخن گفتن از تاریکخانه‌هایی است که قدمتی گاه به طول تاریخ دارند. به همین جهت است که زیباشناسی، همواره در آستانه بودن است؛ در آستانه قلمروی که به غیر تعلق دارد، در آستانه غیریتی که تمامی شالوده‌هایی که بر آن ایستاده‌ایم را از

هم می‌گسلد. زیباشناسی امکان است در اعلی درجه معنایی‌اش. زیباشناسی را در یک کلام شاید بتوان امکان‌امکان نامید.

پی‌نوشت:

۱. Georg Simmel
۲. Michel Foucault
۳. immanence
۴. autonomy
۵. more-life
۶. more-then-life
۷. objectification
۸. Frisby
۹. Thomas Kuhn
۱۰. Leibniz
۱۱. Baumgarten
۱۲. Aesthetics
۱۳. Wessell
۱۴. differend
۱۵. Grant et al
۱۶. Nissley et al
۱۷. Brawer
۱۸. Czarniawska-Joerges and Guillet de Monthoux
۱۹. Windle
۲۰. Taylor
۲۱. verbal
۲۲. Barry and Elmes
۲۳. Mattern
۲۴. Booth
۲۵. The aesthetic understanding of organizational life
۲۶. Boden
۲۷. The Business of Talk
۲۸. enacted organization
۲۹. inactions
۳۰. Ryan and Oestreich
۳۱. Driving Fear Out of the Workplace
۳۲. undiscussables
۳۳. Morrison and Milliken
۳۴. Martin
۳۵. Schwartz
۳۶. Henry Mintzberg
۳۷. Manager's job: folklore and fact
۳۸. John Dobson
۳۹. Aesthetics as a Foundation for Business Activity
۴۰. virtue ethics
۴۱. Jacques Lacan
۴۲. Driver
۴۳. Contu et al
۴۴. Fotaki and Harding
۴۵. Johnsen and Gudmand-Hoyer
۴۶. Taylor
۴۷. Linstead and Brewis
۴۸. Gherardi et al
۴۹. Skinner
۵۰. Newton
۵۱. Leclercq-Vandelannoitte
۵۲. Hancock
۵۳. Tyler
۵۴. Kersten
۵۵. Lacan
۵۶. Žižek
۵۷. Laclau

منابع:

- رشیدیان، عبدالکریم. (۱۳۸۵). *هوسرل در متن آثارش*. تهران: نشر نی.
- زیمل، گئورگ. (۱۳۷۲). *کلان شهر و حیات ذهنی*. نامه علوم اجتماعی، شماره سوم (۶)، ص ۵۳-۶۶.
- زیمل، گئورگ. (۱۳۸۴). *جامعه‌شناسی خانواده*. پژوهش زنان، دوره ۳، شماره ۳، ص ۱۹۵-۲۰۸.
- زیمل، گئورگ. (۱۳۸۶). *مقالاتی درباره تفسیر در علم اجتماعی*. ترجمه شهناز مسمی پرست، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- فوکو، میشل. (۱۳۸۹). *تئاتر فلسفه*. ترجمه نیکو سرخوش و افشین جهان‌دیده، تهران: نشر نی.
- کاپلستون، فردریک. (۱۳۸۴). *فلسفه معاصر*. ترجمه علی اصغر حلبی، تهران: انتشارات زوار.
- کاسیرر، ارنست. (۱۳۷۲). *فلسفه روشن‌اندیشی*. ترجمه نجف دریابندری، تهران: انتشارات خوارزمی.
- کوهن، توماس. (۱۳۶۹). *ساختار انقلاب‌های علمی*. ترجمه احمد آرام، تهران: انتشارات سروش.
- کانت، امانوئل. (۱۳۹۰). *نقد عقل محض*. ترجمه بهروز نظری، تهران: باغ نی.
- علیا، مسعود. (۱۳۸۸). *کشف دیگری همراه با لویاس*. تهران: نشر نی.
- مالپاس، سایمون. (۱۳۸۸). *ژان فرانسوا لیوتار*. ترجمه بهرنگ پورحسینی، تهران: نشر مرکز.
- هایدگر، مارتین. (۱۳۸۶). *هستی و زمان*. ترجمه سیاوش جمادی، تهران: ققنوس.
- Barry, D., & Elms, M., (۱۹۹۷). *Strategy Retold: Toward a Narrative View of Management Discourse*. *Academy of Management Review*, ۲۲, ۴۲۹-۴۵۲.
- Boden, D. (۱۹۹۴). *The Business of Talk: Organizations in Action*. Cambridge, England: Polity Press.
- Booth, M. (۱۹۷۶). *The Art of Words in Songs*. *Quarterly Journal of Speech*, ۶۲, ۲۴۲-۲۴۹.
- Brawer, R. (۱۹۹۸). *Fictions of Business: Insights on Management from Great Literature*. New York, US: John Wiley and Sons.
- Czarniawska-Joerge, B. & Guillet de Monthoux, P. (۱۹۹۴). *Good Novels, Better Management: Reading Organizational Realities in Fiction*. Chur, Switzerland: Harwood Academic Press.
- Contu, A., Driver, M., & Jones, C. (۲۰۱۰). *Jacques Lacan with Organization Studies*. *Organization*, ۱۷ (۳), ۳۰۷-۳۱۵.
- Dobson, J. (۲۰۰۷). *Aesthetics as a Foundation for Business Activity*. *Journal of Business Ethics*, ۷۲, ۴۱-۴۶.

- Driver, M. (۲۰۰۹). *Struggling with Lack: A Lacanian Perspective on Organizational Identity*. *Organization Studies*, ۳۰ (۰۱), ۵۵-۷۲.
- Fotaki, M., & Harding, N. (۲۰۱۲). *Lacan and Sexual Difference in Organization and Management Theory: Towards a Hysterical Academy?*. *Organization*, ۲۰ (۲), ۱۵۳-۱۷۲.
- Frisby, D. (۱۹۸۴). *Georg Simmel*. London and New York: Routledge.
- Gherardi, S., Nicolini, D., & Strati, A. (۲۰۰۷). *The Passion for Knowing*. *Organization*, ۱۴ (۳), ۳۱۵-۳۲۹.
- Grant, D., Keenoy, T., & Oswick, C. (۱۹۹۸). *Introduction: Organizational Discourse: of Diversity, Dichotomy and Multi-Disciplinarity*. In D. Grant, T. Keenoy & C. Oswick (Eds.), *Discourse + Organization* (pp. ۱-۱۳). London, England: Sage.
- Hancock, P. (۲۰۰۵). *Uncovering the Semiotic in Organizational Aesthetics*. *Organization*, ۱۲ (۱), ۲۹-۵۰.
- Hancock, P., & Tyler, M. (۲۰۰۷). *Un/doing Gender and the Aesthetics of Organizational Performance*. *Gender, Work & Organization*, ۱۴ (۶), ۵۱۲-۵۳۳.
- Johnsen, R., & Gudmand-Hoyer, M. (۲۰۱۰). *Lacan and the Lack of Humanity in HRM*. *Organization*, ۱۷ (۳), ۳۳۱-۳۴۴.
- Kersten, A. (۲۰۰۸). *When Craving Goodness Becomes Bad: A Critical Conception of Ethics and Aesthetics in Organizations*. *Culture and Organization*, ۱۴ (۲), ۱۸۷-۲۰۲.
- Leclercq-Vandelannoitte, A. (۲۰۱۱). *Organization as Discursive Constructions: A Foucauldian Approach*. *Organization Studies*, ۳۲ (۹), ۱۲۴۷-۱۲۷۱.
- Linstead, S., & Brewis, J. (۲۰۰۷). *Passion, Knowledge and Motivation: Ontologies of Desire*. *Organization*, ۱۴ (۳), ۳۵۱-۳۷۱.
- Newton, T. (۲۰۰۴). *From Freemasons to the Employee: Organization, History and Subjectivity*. *Organization Studies*, ۲۵ (۸), ۱۳۶۳-۱۳۸۷.
- Nissley, N., Taylor, S. S., & Butler, O. (۲۰۰۲). *The Power of Organization Song: An Organizational Discourse and Aesthetic Expression of Organizational*

- Culture*. Tamara: Journal of Critical Postmodern Organization Science, ۲ (۱), ۴۷-۶۲.
- Martin, J., (۱۹۹۰). *Deconstructing Organizational Taboos: The Suppression of Gender Conflict in Organizations*. Organizational Silence, ۱, ۳۳۹-۳۵۹.
- Mattern, M., (۱۹۹۸). *Acting in Concert: Music, Community and Political Action*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.
- Mintzberg, H. (۱۹۹۰). *The Manager's Job: Folklore and Fact*. Harvard Business Review, ۱۶۳-۱۷۶.
- Morrison, E. W. & Milliken, F. J. (۲۰۰۰). *Organizational Silence: A Barrier to Change and Development in Pluralistic World*. Academy of Management Review, ۲۵, ۷۰۶-۷۲۵.
- Ryan, K. D., & Oestreich, D. K. (۱۹۹۱). *Driving Fear Out of the Workplace: How to Overcome the Invisible Barriers to Quality, Productivity and Innovation*. San Francisco, US: Jossey-Bass Publishers.
- Schaetz, F. (۱۹۹۲). *Breaking with Tradition*. New York, US: Warner Books, Inc.
- Simmel, G. (۱۹۵۵). *A Contribution to the Sociology of Religion*. American Journal of Sociology, ۶۰ (۶), ۱-۱۸.
- Simmel, G. (۱۹۵۷). *Fashion*. American Journal of Sociology, ۶۲ (۶), ۵۴۱-۵۵۸.
- Strati, A. (۱۹۹۰). *Aesthetics and Organizational Skill*. In B. A. Turner (Ed.), *Organizational Symbolism* (pp. ۲۰۷-۲۲۲). Berlin, Germany: de Gruyter.
- Strati, A. (۱۹۹۲). *Aesthetic Understanding of Organizational Life*. Academy of Management Review, ۱۷ (۳), ۵۶۸-۵۸۱.
- Strati, A. (۱۹۹۹). *Organization and Aesthetics*. London, England: Sage.
- Strati, A. (۱۹۹۶). *Organizations Viewd Through the Lens of Aesthetics*. Organization, ۳, ۲۰۹-۲۱۸.
- Skinner, D. (۲۰۱۲). Foucault, Subjectivity and Ethics: Towards a Self-Forming Subject. Organization published online, ۱-۲۰.
- Taylor, S. (۲۰۰۰). *Aesthetic Knowledge in Academia: Capitalist Pigs at the Academy of Management*. Journal of Management Inquiry, ۹ (۳), ۳۰۴-۳۲۸.

- Taylor, S. S. (۲۰۰۳). *Knowing in Your Gut and in Your Head*. Management Communication Quarterly, ۱۷ (۲), ۲۷۲-۲۷۹.
- Wessell, L. P. (۱۹۷۲). *Alexander Baumgarten's Contribution to the Development of Aesthetics*. The Journal of Aesthetics and Art Criticism, ۳۰ (۳), ۳۳۳-۳۴۲.
- Windle, R. (۱۹۹۴). *The Poetry of Business Life: An Anthology*. San Francisco, US: Berrett-Koehler.