

Łucja Czuba

RECENZJA ARTYKUŁU

Adam Dzikowski, *Antropologia wizualna organizacji*, „Problemy Zarządzania” 2011, nr 2 (32), s. 51–62

Recenzowany artykuł wchodzi w skład drugiego numeru opublikowanego w 2011 roku czasopisma naukowego „Problemy Zarządzania”. Autorem tekstu jest Adam Dzikowski – doktor nauk ekonomicznych, adiunkt Instytutu Organizacji i Zarządzania Politechniki Wrocławskiej. W swoich pracach badawczych zajmuje się wpływem zmian społecznych, technologicznych i kulturowych na strukturę oraz strategię przedsiębiorstw. Interesuje się tematyką przemysłów kreatywnych, zarządzaniem procesami twórczymi, a ponadto bada estetykę, architekturę oraz antropologię organizacji. Z szerokim spektrum rozważań Dzikowskiego można zapoznać się w licznych publikacjach naukowych jego autorstwa, w tym również w podręczniku akademickim *Marketing dla inżynierów*, którego jest współautorem.

W artykule *Antropologia wizualna organizacji* autor podejmuje próbę charakterystyki dziedziny szczegółowo dookreślonej w tytule tekstu. Wskazuje na jej korzenie wywodzące się z szeroko rozumianej antropologii kultury oraz podaje możliwe obszary zastosowania. Badacz, mając na uwadze tendencję do wzrostu prymatu kultury wizualnej w życiu społecznym, reprezentuje pogląd mówiący o tym, iż antropologia wizualna organizacji ma za zadanie doskonalić i rozszerzać zakres tradycyjnych metod antropologicznych również o „pozawerbalne przejawy kultury organizacyjnej” (s. 51).

Wywodząca się z paradygmatu interpretatywno-symbolicznego, antropologia organizacji swoje zainteresowanie problematyką definicji oraz typologii kultury w zarządzaniu zawdzięcza antropologii kulturowej¹. Według Łukasza Sułkowskiego antropologia organizacji rozwinęła się głównie dzięki przedstawicielom konstruktywistycznej wersji antropologii kulturowej (C. Geertz, J. Clifford i G. Marcus), na których twórczość miał wpływ głęboki zwrot w dyskursie tejże, odnotowany w drugiej połowie XX wieku². Nurt antropologiczny w dziedzinie badań nad organizacją

¹ Ł. Sułkowski, *Kulturowe procesy zarządzania*, Warszawa 2012.

² Tamże.

wciąż cieszy się szerokim zainteresowaniem naukowców, co wpływa na rosnącą liczbę publikacji dotyczących tej tematyki. Spośród polskich badaczy zajmujących się tą problematyką szczególnie warto odnotować dorobek naukowy Moniki Kostery (por. Kostera 2008).

Wizualny aspekt antropologii organizacji staje się coraz bardziej popularną perspektywą badawczą, co Dżidowski słusznie argumentuje zapożyczonym od Jaya Ruby'ego stwierdzeniem, iż: „jej obecne rozumienie oznacza przede wszystkim badanie roli wizualności i metaforyki wizualnej w kulturze” (s. 52). W dobie rosnącej roli kultury wizualnej, wszechpanującego okulocentryzmu i rozpowszechnionych w komunikacji społecznej narzędzi kultury obrazkowej, próba koncentracji na pozawerbalnych przejawach kultury organizacyjnej wydaje się potrzebna i istotna również pod względem naukowym.

Dżidowski precyzuje rozumienie antropologii wizualnej z jednej strony jako analizę wizualnych elementów kultury, natomiast z drugiej – jako przekazywanie treści antropologicznych za pomocą wizualnych środków wyrazu. Autor, powołując się na Monikę Kostere i propagowane przez nią ujęcie antropologiczne, zakłada, że „techniki wizualne mogą stanowić wsparcie dla takich metod badań antropologicznych, jak obserwacja czy wywiad” (s. 52). Zachęca ponadto, by analizy aspektów wizualnych organizacji używać analogicznie do zwyczajowej analizy tekstów. Przyjęcie perspektywy estetycznej, według Dżidowskiego, jest w stanie rozwiązać problematykę tego, co należy uznać za wizualnie istotne aspekty funkcjonowania organizacji.

Autor, opierając się na uniwersalizmie ontologicznego ujęcia piękna, desygnuje wrażenia estetyczne, powstałe przy zetknięciu się z organizacją, jako relewantne wyznaczniki zachowań rynkowych tudzież pracowniczych. Definiuje najważniejsze dla współczesnego zarządzania problemy natury estetycznej. Następnie, zaznaczając, że to pojęcia niezwykle pojemne, próbuje zdefiniować wizualność oraz kulturę wizualną.

Jako najbardziej podstawowy poziom badań nad kulturą wizualną organizacji, autor przytacza analizę artefaktów, metafor i symboli w niej tworzonych lub występujących. W dalszej kolejności odnosi powyższe do: produktów, rozwiązań przestrzennych, wizerunku pracowników, prezencji środowiska pracy oraz formy przekazywania danych.

Dżidowski często posługuje się metodą obrazowej egzemplifikacji, przytaczając choćby przykład Bauhasu jako ilustrację zauważalnej filozofii działania w projektowanych produktach. Píše również o Apple jako firmie, która implementuje projektowanie przez pryzmat kategorii wizualnych, co odzwierciedla zarówno misję przedsiębiorstwa, jak i umacnia określony wizerunek. Przywołany przez badacza przypadek tak zwanej Szklanej Fabryki należącej do Volkswagena, ilustruje organizację produkcji skutecznie wykorzystywanej jako pozawerbalna demonstracja propagowanych przez firmę ideałów i zasad. O estetyce Dżidowski wspomina również w kontekście zarządzania personelem. Z myślą o kulturze organizacyjnej firmy bada zarówno aspekt ubioru jej pracowników, jak i środowisko pracy kreowane w celu odzwierciedlenia owej kultury. Na zasadzie kontrastu porównuje otwartość i innowacyjność Google czy Facebooka z zamkniętą, hierarchiczną kulturą organizacyjną, dostrzeganą na przykład w budynkach administracji publicznej. Dżidowski akcentuje

rolę formy na przykładzie konstrukcji raportów finansowych, które oprócz swej pierwotnej funkcji informacyjnej kształtują określony obraz organizacji w postrzeganiu odbiorcy.

Struktura recenzowanego artykułu jest przemyślana i klarowna. Tekst składa się z pięciu podrozdziałów zatytułowanych jako: *Wstęp*, *Estetyka organizacji*, *Wizualne aspekty badań antropologicznych nad organizacjami*, *Manifestacja kultury organizacji w jej strukturze*, *Wnioski*. Na końcu załączono literaturę przedmiotu, przybliżającą czytelnikowi źródła, z jakich autor korzystał w trakcie pracy nad tematem. Bibliografia to w większości publikacje anglojęzyczne, dzięki czemu stanowi ona użyteczne uzupełnienie dla odbiorcy zainteresowanego dalszym zgłębianiem problematyki antropologii wizualnej organizacji.

Artykuł zdecydowanie spełnia wymogi tekstu naukowego. Formalnie jest on bez zarzutu, jednak analizując jego treść, dochodzę do wniosku, iż nawet w tak krótkiej formie, jaką jest artykuł, wystarczyłoby miejsca na rozwinięcie któregoś z problematycznych zagadnień tak jasno zarysowanych we wnioskach. Zarówno problem przypadkowości zastanych w organizacji elementów wizualnych, jak i wątek postępującej estetyzacji rzeczywistości, odpowiednio poprowadzony, mógłby uczynić tekst bardziej pełnym i przez to skończonym, a z pewnością podwójnie interesującym. Co więcej, trudno mi zgodzić się z autorem, gdy przedstawia *Lean Management* jako przykład „poszukiwania elegancji we współczesnych strukturach organizacyjnych” (s. 58). Motywacją do stosowania w przedsiębiorstwie koncepcji zarządzania, o której tu mowa, jest zdecydowanie chęć wyeliminowania niepotrzebnych czynności z myślą o podniesieniu efektywności całego procesu produkcji. Wydaje się więc, że utożsamianie przez autora owej niechęci do marnotrawstwa z poszukiwaniem elegancji to rodzaj dosyć „służalczej” nadinterpretacji.

Interesującymi z punktu widzenia czytelnika są natomiast stawiane w tekście pytania – tuż po zilustrowaniu danej informacji odpowiednim przykładem, Dzidowski zwykł podsumowywać fragment artykułu przez zapytania pobudzające do rozpoczęcia dyskusji. Niestety, pozostawia je bez odpowiedzi, nie próbując nawet nakreślić własnej wizji bądź interpretacji sygnalizowanego problemu. Podczas lektury warto zwrócić uwagę również na zawartą pod koniec obserwację dotyczącą kształtowania wizerunku i środowiska pracy na poziomie wielu zmysłów jednocześnie. Inspiracja do poszukiwania bardziej szczegółowych informacji na temat multisensoryczności antropologii organizacji jest dla mnie dostatecznym powodem, by być wdzięczna autorowi za poszerzenie moich horyzontów i „zaostrenie apetytu” na dalsze, naukowe eksploracje.

Bibliografia

- Dzidowski A., *Antropologia wizualna organizacji*, „Problemy Zarządzania” 2011, nr 2 (32).
Kostera M., *Antropologia organizacji. Metodologia badań terenowych*, Warszawa 2008.
Ries E., *Metoda Lean Startup*, Gliwice 2012.
Sułkowski Ł., *Kulturowe procesy zarządzania*, Warszawa 2012.