

Organizacijska antropologija - nova organizacijska veda

Janez Mayer¹, Dunja Labović², Neja Zupan³

¹Univerza v Mariboru, Fakulteta za organizacijske vede, Kidričeva cesta 55a, 4000 Kranj, Slovenija, janez.mayer@fov.uni-mb.si

²Delovno in socialno sodišče v Ljubljani, Resljeva ulica 14, 1000 Ljubljana, Slovenija, dunja.labovic@sodisce.si

³Zavod Bisernica, Bičkova ul. 17, 4000 Kranj, Slovenija, neja.zupan@bisernica.si

Ko znanstvena disciplina ali veda dozori, se nujno sooči s svojo antropološko razsežnostjo. Organizacijske vede so že na začetku vključevale tudi splošno antropologijo, medtem ko se potreba po organizacijski antropologiji pojavi, ko postane človeški kapital najpomembnejši produkcijski in razvojni dejavnik organizacije. Pregledovanje najpomembnejših akademskih informacijskih baz in univerzitetnih programov najvidnejših svetovnih univerz daje malo zadetkov, kar pomeni, da je organizacijska antropologija pionirski projekt. V tem prispevku želimo predstaviti organizacijsko antropologijo kot novo organizacijsko vedo z utemeljitvijo njenega predmeta in metode.

Ključne besede: antropologija, organizacijska antropologija, moderne in postmoderne organizacije, človeški kapital

1 Uvod

Vsaka znanstvena disciplina se v svoji zreli fazi nujno sooči s svojo antropološko dimenzijo. Izjema ni niti naravoslovje, kajti že to, da znanost ustvarja človek, ji daje človeško obelježje. Eden največjih znanstvenikov vseh časov fizik Werner Heisenberg (1901-1976) je razkril, da na spoznavanje resničnosti vplivajo tudi značilnosti človekovega uma in trdil, da sta si materija in duh v temeljnih razsežnostih identična. »Kvantna teorija prehaja ali transcendirata vsakdanjo resničnost. Enaka transcendentnost je že od nekdaj v človekovem razmišljanju in raziskovanju. Domišljija presega občutke. Lahko si zamišljamo ne le to, kar je, marveč tudi tisto, kar je mogoče ali celo nemogoče.« (Supek, 2001: 79).

Civilizacija je nenehno preraščanje obstoječega. Civilizacijsko jedro predstavljajo organizacije vseh vrst. Zato so tudi antropologi vse bolj pozorni na organizacije, ki kot skupnosti ljudi, uresničujejo svoj intelektualni potencial. Ta proces lahko poimenujemo kot prebujanje oziroma zavedanje novih dimenzij v bivanju človeka v organizacijah, ki pomeni odkrivanje nove smeri v antropologiji (Jimenez, 2007).

Organizacijske vede so relativno mlada znanstvena disciplina, ki časovno sovпада z razcvetom industrijske dobe v razvoju zahodne civilizacije (Burrell in Morgan, 1979). V znanstvenem svetu si še niso pridobile statusa enovite znanosti, saj niso uspele poenotiti svojega predmeta in metode, kar je pogoj za to. V svetu ni univerze za organizacijske vede in tudi specializiranih fakultet je malo. Poglavitni razlog za to je v njihovi izraziti multidisciplinarnosti. V času, ko so znanstve-

ne discipline težile k svoji čistosti, ki se odraža v superspecializaciji in načelu matičnosti fakultet znotraj univerz, podobne kristalizacije organizacijskih ved ni bilo pričakovati. Hkrati so si začele prisvajati dovršen del njihove doktrine poslovne (managerske) vede, ki so se razbohotile najprej v ZDA in zatem po vsem svetu.

Na Fakulteti za organizacijske vede Univerze v Mariboru, se je splošna antropologija pojavila že v prvih programih pred 50 leti. Predaval jo je psiholog Leon Žlebnik (1918–2004), medtem ko kasneje predmeta s tem imenom ni bilo, a se je antropološka tradicija delno nadaljevala pri predmetih organizacijska psihologija, organizacijsko vedenje in človek v delovnem procesu vse do začetka bolonjske preнове programov, ko jih je v študijskem letu 2007/08 dopolnila nova organizacijska antropologija.

Ta članek predstavlja organizacijsko antropologijo kot logično posledico nadaljevanja razvoja organizacijskih ved in antropologije same. Medtem ko se antropologija odpira v vedno nova znanstvena področja, organizacijska antropologija preučuje fundamentalne človeške razsežnosti v procesu ustvarjanja in delovanja organizacije in korespondenčne povratne vplive organizacije na človeka.

2 Utemeljitev organizacijske antropologije

Predmet preučevanja organizacijskih ved so sistemi, ki ljudem omogočajo izvajanje delovnega procesa. Organizacijski sistem

je skupek med seboj z določenim namenom, po določenih načelih in lastnostih povezanih soodvisnih enot, ki sestavljajo funkcionalno celoto.

Motiv za prvotno organizacijsko znanje je bil povsem pragmatičen: Kako organizirati delovni proces, da bo prinašal čim večji profit. Tayloristični in fordistični sistemi so obravnavali zaposlene kot delovne živali ali dodatke strojem in jih izčrpavali za tekočimi trakovi z duhamornim ponavljajočim se delom, ki se ga je bilo mogoče hitro naučiti in je terjalo le spretnosti rok in prstov brez velikega umskega napora. V takih organizacijah se je človek prilagajal procesu dela, medtem ko sodobne organizacijske oblike izhajajo iz celovitosti človekovega uma, iz njegovega aktualnega in potencialnega znanja, kompetenc ter ravnanja, ki ga lahko uresniči v organizaciji ne več le za njen, marveč tudi za svoj osebni razvoj.

Klasične organizacije so bili relativno stabilni sistemi, medtem ko so sodobne organizacije v procesu nenehne prenove, ki ni le posledica prilagajanja vplivom od zunaj, marveč tudi lastne kreativnosti. Izziv je hkrati pragmatičen in konceptualen: kako ustvariti razmere, v katerih bodo razlike med posamezniki prednosti in nasprotja ojačitve znotraj organizacije za nove strategije in produkte.

Sodobna organizacija temelji na človeškem kapitalu, zato so ljudje osrednje torišče organizacije. »Sodobna organizacija temelji na znanju kot najpomembnejšem dejavniku in ne na kapitalu ali delu.« (Tavčar, 2004). Ustvarjalna organizacija pojmuje človeka kot ključno gibalno svojega delovanja in rasti ne glede na vrsto proizvodov. Posameznik je izključni lastnik svojega znanja, ki ga prostovoljno zaupa organizaciji. Managerji ustvarjajo pogoje, v katerih se ustvarja novo znanje, ki je ključna konkurenčna prednost organizacije. Organizacijska kultura s skupnimi vrednotami, želeno obnašanje, strokovna in poslovna etika, zaupanje, vzajemno snovanje idr., so ključni vzvodi, s katerimi managerji preusmerjajo ljudi od rutinskega dela k ustvarjanju novega. Posameznik se v nasprotju s klasičnim delovnim mestom, ki s svojo determiniranostjo omejuje sproščanje njegovih potencialov, nenehno pomika k optimalni organizacijski vlogi, ki je odprta in se z nenehnim učenjem v navezi z drugimi sproti spreminja in dopolnjuje.

2.1 Postmoderna organizacija

Sodobna organizacija je ustvarjalna organizacija. Nenehne spremembe, izboljšave in novi pristopi k delu lahko zagotavljajo organizaciji in posamezniku konkurenčnost. Organizacijsko okolje zagotavlja pogoje, v katerih lahko uresničujejo svoje zamisli posamezniki in skupine. »V modernih organizacijah so bili ključni dejavniki uspeha velikost, jasnost vlog, specializacija, nadzor in standardizacija, medtem ko so v novih, postmodernih organizacijah ti dejavniki hitrost, fleksibilnost, integracija in inovativnost.« (Vila, 1999: 355).

»Za nastanek, obstoj in uspešno upravljanje postmodernih organizacij je najbolj pomemben prenos odgovornosti z managerjev na posameznika, kar sproži samoorganizacijo posameznih enot znotraj organizacije. V postmodernem svetu, v katerem se je spremenil pomen posameznika in tudi organizacije, pa je čas, da analitiki zamenjajo perspektivo in spet razmislijo o osnovnem gradniku – posamezniku – ter ugotovijo, kako se lahko poveča njegova produktivnost, ne da bi se

pri tem zmanjšala njegova individualnost. Predstavniki nove generacije se niso več pripravljeni prepustiti organizaciji, da jih predela po svojih načrtih in potrebah, temveč hočejo sami odločiti o tem, v kolikšni meri jih bo organizacija spremenila, in določiti, koliko bodo oni vplivali na organizacijo. S tem se bodo morali sprijazniti tudi managerji, ki bodo s prihodom novih generacij vse bolj upravljali paleto posameznikov, vse manj pa fiksno definiran kolektiv. Pregledne organizacijske sheme, centraliziran nadzor in predvidljivost sodijo zato, kot kaže, v preteklost.« (Podjed, 2006: 585).

»Ko je bila objavljena knjiga *Culture Consequences* (Hofstade, 1980), se organizacije še niso dovolj zanimale za svojo kulturo. Njihova pozornost je bila namenjena odnosu kupec-organizacija« (Holden, 2004). Z gospodarskim prodorom Japonske so se začele organizacije zanimati tudi za medkulturne razlike v družbenih okoljih in znotraj organizacij.

Primer postmoderne organizacije je tako imenovana virtualna organizacija. »Bistvo virtualnih organizacij je v začasnem povezovanju geografsko porazdeljenih posameznikov, skupin ali organizacij, ki so se združili na določenem projektu, da bi izrabili trenutno tržno nišo. Virtualizacija organizacij postavlja zaupanje v samo središče managerskih izzivov, saj je zaupanje lepilo, ki povezuje posameznike in virtualne skupine v virtualno organizacijo.« (Bavec, 2003).

Za primer postmoderne organizacije, kljub njeni destruktivni naravnosti, navajajo celo teroristično organizacijo Al Kajdo: »...v kateri se prostovoljnost prepleta s poslanstvom organizacije, ki je pripravljena na izzive sodobnosti. Njena struktura je nejasna, nihče ne ve, koliko članov ima in kje se nahajajo. Prav v Al Kajdini breztelesnosti, ameboidnosti in sposobnosti regeneracije - uničenje ene teroristične celice namreč ustvari nove poganjke, se skriva njena moč.« (Stern, 1999; Friel, 2002).

»Al Kajda je kot organizacija uspešna, ker ima za sabo izjemno učinkovito platformo, ki je tako decentralizirana, da se je zlepa ne da uničiti, poleg tega pa ima še jasno začrtano, a precej prilagodljivo smer - namreč boj za pravo Stvar, ki vzdržuje njeno obliko. Temu cilju so njeni sodelavci tako predani, da so smrtno nevarni tako drugim kot sami sebi.« (Podjed, 2006:587).

Tudi viri iz neposredne prakse kažejo potrebo po metamorfozi klasične organizacije predvsem skozi človeške vidike. Ferkov (2007: 21) predstavlja svetovalca Magnusa Lindkvista, ki pravi: »Podjetjem ne predpisujem, kako se morajo vesti. Tak način je rigid in preživet. S piramidalno hierarhično strukturo se je človek nehote omejeval v razmišljanju in vedenju. Ko iščemo rešitev, ne gledamo le gor ali dol, marveč na vse strani in ne sledimo le enemu vodji in zamislim enega človeka. Taki organizacijski sistemi povzročajo utrujenost, strah, jezo in stres. Zaposleni naj bi svobodno razmišljali o novih tipih organizacije, svojih zamislih in možnostih ustvarjanja. Tudi dosedanji šolski sistem je predvsem uravnaval vedenje in ne razvijal mišljenja. Zdaj lahko informacije poiščemo in ni potrebe, da bi se jih učili na pamet. Devetdeset odstotkov podjetij ne razmišlja o prihodnosti in o svojih pomanjkljivostih. Morala pa bi slediti temu, kar se dogaja v svetu in se ustrezno odzivati. Današnji trgi so zelo labilni in ne zagotavljajo nikarkršne varnosti.«

Glavna naloga je, da vsaka organizacija ustvari svojo organizacijsko kulturo navznoter in tudi navzven s svojimi poslovnimi partnerji in strankami. Vedenje »tako se tukaj dela« je postala naivna formula. Vse bolj pomembno postaja sodelovanje, delitev znanja in sredstev (Holden, 2002). Zgodovina razvoja organizacij kaže ključno stalnico ne glede na raznolikost organizacijskih ciljev: prilagajanje človeka organizaciji in prilagajanje organizacije človeku. V zadnjem času dominira slednje.

2.2 Oblikovanje organizacijske antropologije

Vse to nakazuje ugodno vzdušje za nastanek organizacijske antropologije prav v času ključnih sprememb, ki jih prinaša 21. stoletje in zbuja potrebo po novem obravnavanju človeka v organizacijskem sistemu. Čeprav je bila antropologija kot samostojna znanstvena disciplina že na začetku vključena med organizacijske vede, si do danes ni prisvojila obeležja »organizacijska«, tako kot na primer filozofska, zgodovinska, kulturna, medicinska, socialna idr. Pregledovanje najpomembnejših akademskih informacijskih baz in univerzitetnih programov najvidnejših svetovnih univerz daje malo zadetkov, kar pomeni, da je organizacijska antropologija v tem trenutku pionirski projekt.

Antropologija je veda o človeku kot členu narave, interdisciplinarna znanstvena disciplina, ki se ukvarja s preučevanjem temeljnih zakonitostih človeškega življenja v preteklosti, sedanjosti in prihodnosti in izhaja iz bistva človeka in njegovega odnosa do sveta (Holden, 2004). Antropologija izhaja iz naravoslovnih, družboslovnih in humanističnih znanosti. Je multidisciplinarna znanost, ki proučuje preteklost, sedanjost in prihodnost človeka skozi njegov odnos do sveta (Kottoli, 2007). Antropologija je sistematičen pristop k spoznavanju človeka od njegovega razvoja v preteklosti do danes in v prihodnost (Pant in Alberi, 1997).

Antropologija se ukvarja s tremi mesebojno povezanimi področji človekove realnosti (Pant in Alberi, 1997):

- struktura in obstoj človeka (human being),
- dinamika spreminjanja znotraj in zunaj človeka (human becoming),
- človekovo znanje (human knowing).

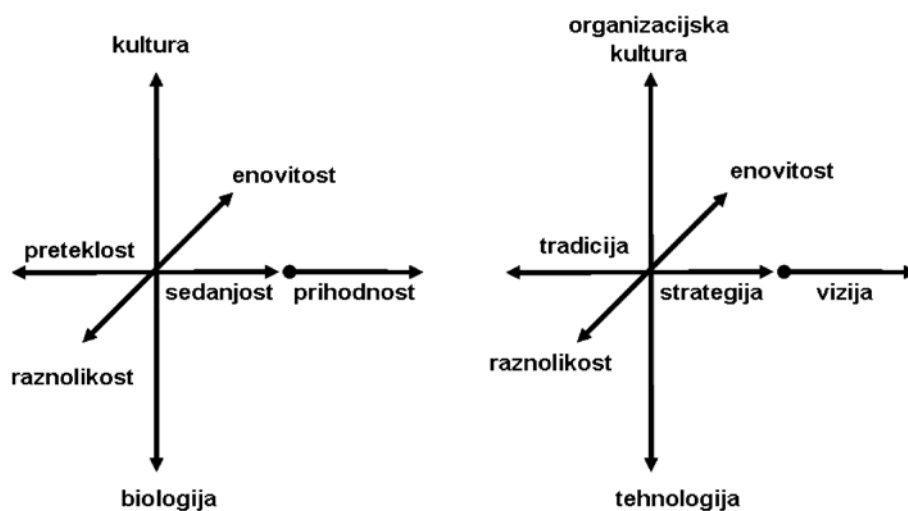
Organizacija je sociokulturni sistem skupine ljudi, ki stremlje k skupnim ciljem, medtem ko opravljajo različne naloge za doseg teh ciljev (Blau in Scott, 1992). Temelji na delitvi dela, ima enake funkcionalne cilje in različne socialne, strokovne, poslovne in lastniške interese. Organizacija je skuppek socialnih interakcij, ki so ustvarjene za doseg določenega namena in cilja. (March, 1958) Temelj organizacije je dogovor o delitvi dela in odgovornosti, s katerim se izvrši dejanje (Informania, 2007).

Enak skupni cilj, a različni družbeni, strokovni, poslovni in lastniški interesi zahtevajo od organizacije prožnost. Vsaka organizacijska struktura zato nenehno potrebuje samorefleksijo, kritično oceno svojega delovanja in ustrezne spremembe.

Organizacijska antropologija je znanstvena disciplina, ki preučuje človeka v organizaciji. Je veda o človeku kot členu organizacije. Izhaja iz bistva človeka in njegovega odnosa do organizacije ter iz bistva organizacije in njenega vpliva na človeka. Predmet preučevanja organizacijske antropologije so razmerja med osnovnimi človekovimi razsežnostmi in osnovnimi značilnostmi organizacije z antropološko metodo, s katero odkriva, v kakšnih odnosih, povezavah in sovplivanju so osnovne človekove razsežnosti in osnovne razsežnosti organizacije.

Poslanstvo organizacijske antropologije je razumevanje človekovih najglobljih razsežnosti z namenom, da bi oblikoval organizacijo po svoji meri. To pomeni, da bi v njej lahko razvijal svoje telesne, socialne, duševne in duhovne potenciale za uresničevanje in osmišljanje svojega profesionalnega življenja in s tem hkrati dajal svoj izvorni prispevek organizaciji.

Temeljni cilj organizacijske antropologije je humanizacija organizacije, ki bo izpolnjevala temeljne človekove potrebe, vrednote in vizije. Današnja organizacija zaradi nenasitne težnje po bogatjenju lastnikov izčrpava zaposlene in ne osmišlja



Slika 1: Identičnost razsežnosti antropologije in organizacijske antropologije

njihovega poklicnega življenja v razmerju do zasebnega, marveč izključno na njegov račun. Organizacija, ki ne deluje po meri človeka, zavira njegovo strokovno, poslovno, osebnostno in socialno zorenje ter na ta način dolgoročno škodi tudi sama sebi.

Medtem ko antropologija sledi človekovemu zorenju od biološkega proti duhovnemu (kulturnemu) in od enovitosti k raznolikosti na zgodovinski, aktualni in prihodnji časovni dimenziji, sledi organizacijska antropologija zorenju človeka od njegove fizične, tehnološko pogojene pojavnosti v organizaciji, prek socialne (omrežja) in duševne (uveljavljanje umskih potencialov) do njegove duhovne uresničitve (ustvarjalnost). Pri tem izhaja iz tradicionalnih in aktualnih izhodišč, iz preteklosti prek trenutnih strateških izhodišč v načrtovanje prihodnosti, od individualnosti (enkratnost) k povezanosti in soglasju z drugimi (enovitost) (slika 1).

3 Razmerje človek - organizacija

Organizacija kot subjekt je v razmerju do človeka specifično okolje, v katerem vidi možnost za zagotavljanje svoje eksistence in samouresničitve na kontinuumu od materialne do duhovne. Z njeno pomočjo skuša uveljaviti svojo poklicno vizijo z nenehnim izobraževanjem, uresničevanjem vrednot, preverjanjem prepričanj, načrtovanjem kariere poti in uresničevanjem svojih ustvarjalnih zamisli.

Razmerje med človekom in organizacijo je komplementarno, zato posameznik lahko svoje potenciale in kompetence prilagaja določenemu tipu organizacije in se/jo na ta način spreminja. Organizacija po meri človeka naj bi sledila temeljnim antropološkim danostim, ki vplivajo na njegovo organizacijsko vedenje. Človek je v svoji profesionalni zgodovini praviloma vedno zoževal svoje dejanske in potencialne razsežnosti, ker je izhajal iz zahtev dela in organizacije, ki ga je silila v naprej določene odnose in ne iz svojih potencialnih zmožnosti in priložnosti. Zato je homo faber še danes utesnjen na Prokrustovi postelji delovnega mesta. Naloga organizacijske antropologije je, da omenjeno izhodišče prevesi na človekovo intelektualno polje in v organizaciji naredi prostor za nova torišča, na katerih bodo temeljili sodobni delovni procesi, ki jih narekuje človekova narava na eni in dogajanja v okolju organizacije (tehnologija, trg, kakovost življenja) na drugi strani.

Načelo "pravega človeka na pravo delovno mesto" v sodobni organizaciji postavlja na glavo. Sodobna kadrologija izhaja iz človekove kompetentnosti - zmožnosti, da kakovostno opravi svoje delo, ki ustreza sicer začasno omejenemu, a potencialno razširljivemu obsegu opravil v celotnem delovnem procesu organizacije. S tem se obrne staro izhodišče, ki je najprej določilo zahteve delovnega mesta in zanje iskalo najbolj ustreznega človeka, oziroma uporabila del njegovega kompetenčnega profila, ki je ustrezal določenim zahtevam delovnega mesta. Novo izhodišče je posameznik, ki si (mu) glede na njegove profesionalne atribute in v soglasju z njim, izbere(jo) optimalno paleto aktivnosti in potencialnih vlog v okviru celotnega delovnega procesa. Umski procesi niso determinirani, um deluje na kontinuumu od racionalnega do iracionalnega in od dejanskega do mogočega in celo nemo-

gočega, zato klasično delovno mesto človeka utesnjuje (nezadovoljstvo, monotonija, stres, izgorevanje), namesto da bi mnenje odpiralo in omogočalo nove kreativne možnosti.

Prodira spoznanje, da so za organizacijo enako kot sposobnosti in motivacija zaposlenih, ki sta bili doslej izrazito precejšnji, pomembne tudi druge umske razsežnosti. Čustvovanje določa odnosne vidike v medosebni dinamiki, komuniciranju, motivaciji, pri vodenju. Intuicija igra pomembno vlogo pri odločanju in ustvarjalnosti. Izrazna moč je ključna razsežnost prepričljivosti in vplivnosti pri vodenju, pogajanjih, odločanju, predstavljanju. Duhovnost odraža občutek za pravično (etično), lepo (estetsko) in zaupanje kot najpomembnejšo podlago medosebnih odnosov, ki nadomešča klasične oblike nadzora in omogoča avtonomnost in izvornost (strokovnega in poslovnega) delovanja posameznika.

4 Organizacijsko-antropološka metoda

Organizacijska antropologija preučuje vse plasti človekovega življenja v organizaciji. Bistveni del antropološkega proučevanja je neposredno terensko delo, ki je vir informacij in podatkov, zbranih na osnovi opazovanja z udeležbo raziskovalca med pripadniki organizacije. Raziskovalec je vključen v dejanske situacije zaposlenih. Opazuje njihovo vedenje, ga preučuje in na podlagi antropološkega znanja umesti v kontekst ter razloži. Raziskovalec je v okolju proučevanih aktivni udeleženeec. Pridobljeno gradivo organizacijski antropolog vzporeja z vsemi drugimi razpoložljivimi viri in literaturo (arhivskimi, statističnimi idr.). Raziskovanje je v nenehni interakciji z neposrednim okoljem in poteka v obe smeri, le da je s strani antropologa usmerjeno, s strani članov organizacije pa spontano in del splošne družbene prakse, navad in odnosov v organizaciji, ki so hkrati tudi predmet proučevanja.

Primerjalna prednost te raziskovalne metode pred ostalimi je prav v tem, da raziskovalec do spoznanja ne prihaja s postavljanjem vprašanj, marveč z opazovanjem dejanskega vedenja zaposlenih. S tem se je mogoče izogniti izkrivljenim rezultatom, ki jih prinašajo metode z vnaprej pripravljenimi vprašanji za predvidene ciljne skupine. Z vnaprejšnjim strukturiranjem vprašanj, še posebno zaprtih, lahko močno zgrešimo razumevanje dejanskega vedenja in specifičnih značilnosti ciljnega okolja. Na ta način se opazovani vedejo kar najbolj avtentično, kar vodi k bolj objektivnim rezultatom opazovanja. Organizacijski antropolog raziskuje določen problem ali pojav celovito v avtohtonem socialnem in kulturnem organizacijskem okolju in v tem kontekstu tudi interpretira rezultate.

Lahko gre za načrtovane strategije dela na terenu, ali pa gre za spontan medosebni odnos, na katerega vplivajo tako karakter, temperament, osebne življenjske izkušnje obeh strani - antropologa in zaposlenih. Interakcija in splet medosebnih odnosov se nujno zrcali tudi v rezultatih raziskave. »Zmožnost dialoga na terenu predpostavlja poleg znanstvene širine predvsem osebnostno zrelost raziskovalca, ki pomeni med drugim samokritičnost in distanco do sebe in družbene in kulturnega okolja. Osebnostne značilnosti in zrelost antropologa oziroma antropologinje, ki so prvi pogoj za dobro antropološko delo, so psihološke kategorije, ki implicirajo določene duševne sposobnosti, neko mero osebnih izkušenj

v povezavi ne le z inteligentnostjo, torej splošno umsko sposobnostjo, pač pa tudi s čustveno in socialno komponento inteligentnosti in sposobnosti, kar pa ni vedno pogojeno z akademsko izobrazbo oziroma naslovi. Pri tem gre za etični vidik dela na terenu, za pošten, korekten odnos do preučevanih oseb, odgovorno ravnanje s podatki, ki so mu/ji jih zaupali ipd.« (Orehovec, 2004).

5 Organizacijsko-antropološke razsežnosti

Civilizacijski razvoj nenehno povečuje sestavljenost in hitrost sprememb in se s tem še hitreje vrti v začaranem krogu in vse bolj zoženi i pospešeno dvigajoči se spirali, ki se kaže v naraščajočem življenjskem ritmu (tempu). Zaradi tega človek nenehno izumlja načine in orodja, s katerimi naj bi obvladal neobvladljivo, s tem pa neobvladljivost in kompleksnost sprememb le še povečuje. Vse to narekuje in pospešuje vključevanje vse bolj integriranih umskih in skupinskih procesov tudi pri delu, čemur mora slediti tudi ustroj sodobne organizacije.

Številne sodobne študije po pomembnosti nad omenjene intelektualne dimenzije postavljajo osebnost posameznika v ožjem pomenu. Karakterne in značajske lastnosti določajo za posameznika tipične načine dojemanja, mišljenja in obnašanja, s tem pa tudi obseg in moč njegove vplivnosti, razgledanosti (svetovljanstva) ter raven osebnostne in profesionalne avtoritete. Najuspešnejše posameznike v prvi vrsti odlikuje širina interesov, znanja, kultiviranega obnašanja, sprejemanja in konzumiranja raznovrstnih kulturnih dobrin ter prilagodljivosti vsakokratnim razmeram.

Da bi bolje razumeli, kaj poganja človeka v nenehen intelektualni in civilizacijski napredek, moramo spoznati fundamentalne procesne značilnosti, iz katerih izhaja tudi njegova organizacijska razsežnost. Chanlat (1997) predlaga naslednje dimenzije organizacijske antropologije: zavedanje in samozavedanje, jezik in komuniciranje, prostor in čas, psiha, simbolizem in etika. Mi predlagamo širši spekter dimenzij, s katerimi opišemo človeka na eni in organizacijo na drugi strani s pomočjo zrcalne refleksije (slika 2).

ČLOVEK	ORGANIZACIJA
SAMOZAVEDANJE	SAMOPODOBA
SIMBOLIZACIJA	BLAGOVNA ZNAMKA
VEROVANJE	ZAUPANJE
RADOVEDNOST	RAZISKOVANJE
IGRA	PODJETNOST
UČENJE	GENERIRANJE ZNANJA
USTVARJALNOST	KONKURENČNOST
VODENJE	VODITELJSTVO
SOŽITJE	VZAJEMNOST

Slika 2: Komplementarne antropološke in organizacijske razsežnosti

V tem omejenem obsegu navajamo kot primer le dve organizacijsko-antropološki razsežnosti: ustvarjalnost in organizacija ter verovanje in organizacija.

5.1 Ustvarjalnost in organizacija

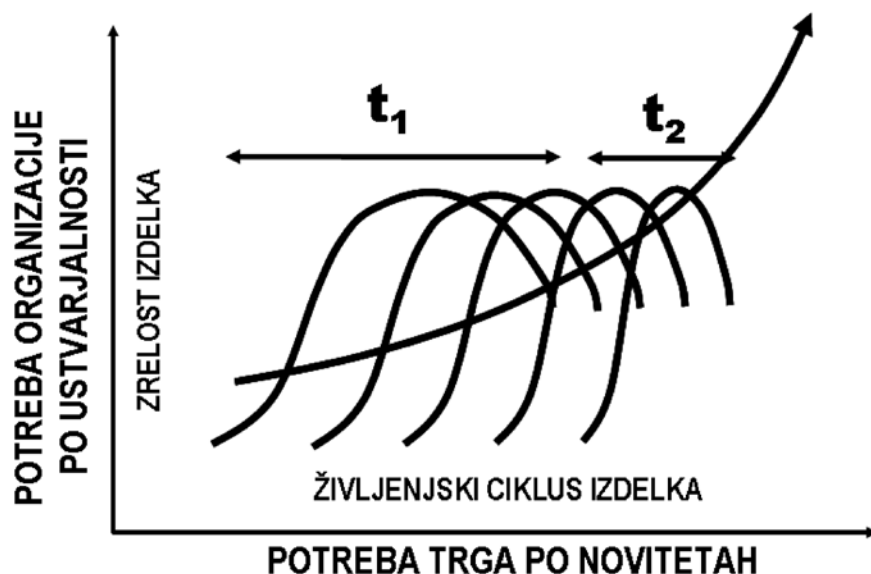
Ključno določilo učlovečenja je ustvarjalnost. Medtem ko se človekovi otroci rodijo le s potenciali in so zato dolgo časa popolnoma odvisni od odraslih, živali že praktično takoj po rojstvu uporabijo instinkte - vrojene programe, ki jim zagotavljajo relativno samostojno preživetje v relativno stabilnih okoliščinah. Pri njih je opazna visoka stopnja podobnosti v razvoju, medtem ko se vsak človeški posameznik razvija in razvije drugače. Različne nespecifične dispozicije, ki jih podeduje, se v različni interakciji z okoljem razvijejo v um, ki hkrati podobno in različno razmišlja ter odraža dogajanje v okolju in v sebi. To daje posamezniku možnost, da postane individualna oseba in hkrati del družbe in človeške organizacije. Brez individualizacije je osebni razvoj posameznika nesmiseln. Kot posamezniki so bili ljudje že v prazgodovinskih časih zmožni pogledati preko vsakodnevne realnosti v prihodnost in prepoznati, kaj je možno doseči. Radovednost, odkrivanje, spoznavanje, izumljanje, spreminjanje, preizkušanje je posameznike premikalo od znanega k neznanemu, novemu. Ko se je spremenil posameznik, se je spremenilo okolje in ko se je spremenilo okolje, je to vplivalo na spremembo posameznikov. Notranji nemir in zunanje sile so v neprestani oscilaciji, ki spodbuja razvoj človeka in človeštva.

Zmožnost človeka, da nenehno reflektira in konfrontira svoje notranje in zunanje izkušnje, je omogočila pojav simbolizacije - dajanje najprej individualnega in nato skupnega in univerzalnega (dogovorjenega) pomena znakom. Na tem temelji sporazumevanje, jeziki in ustvarjalnost, ki je dajanje novega pomena že znanim (metafora) in novim znakom (odkritje). Pri tem je ključna enkratnost posameznika, ki na edinstven način zaznava, občuti, razmišlja in ravna. Izražanje enkratnosti je izvirnost, ki je jedro ustvarjalnosti.

Sodobni trg je medij za novosti in proces stalnih izboljšav je nujna podlaga za konkurenčnost organizacije (slika 3). Torej je konkurenčna le tista organizacija, kjer zaposleni lahko uresničujejo svoje nove zamisli. S tem smo sklenili krog in pokazali, da človeku primerne (prijazne) organizacije pravzaprav omogočajo njegovo »učlovečenje«. Ustvarjalnost kot pogoj konkurenčnosti organizacije pa nima le pragmatičnega obeležja. Možnost ustvarjalnega dela v organizaciji je hkrati tudi proces, v katerem posameznik v najvišji meri osmišlja svoje delo na kontinuumu od biološkega preživetja do svoje duhovne izpolnitve in modrosti.

5.2 Verovanje in organizacija

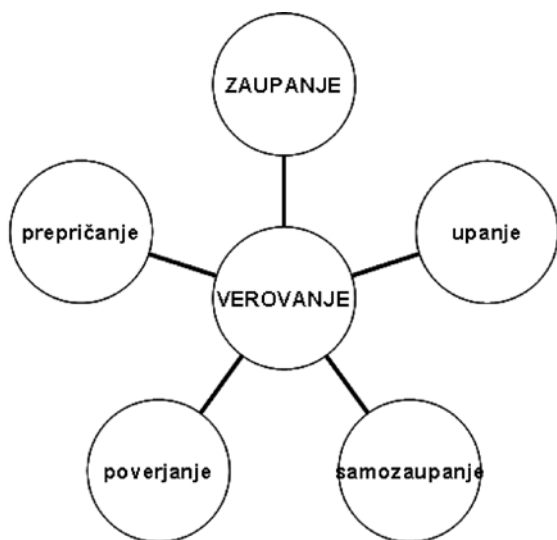
Verovanje/verjetje, obsega širok pomenski spekter od zavedsi o obstoju boga, nadnaravnih sil; prepričanja o resničnosti česa, kar uči vera; prepričanja o obstoju česa skrivnostnega, umišljenega, domnevanega, nerazumskega, predpostavljane, napovedovanega; o uresničitvi česa zaželenega. Je tudi prepričanje o uspešnosti, učinkovitosti koga ali česa; verovanja v ljudi, v njihovo nadarjenost; prepričanje o poštenosti, iskrenosti koga; pomeni tudi verjeti besedam nekoga, da govori resnico; verjeti samemu sebi idr. Verjeti je biti prepričan, da je povedano, navedeno v skladu z resnico (SSKJ) (slika 4).



Slika 3: Trg – medij za novosti

Brez medsebojnega zaupanja ni mogoče sožitje in sodelovanje pripadnikov organizacije. Osnovna naloga vodij in sodelavcev v organizaciji je vzpostavitev zaupanja, ki je pogoj, da ljudje spregovorijo o svojih stališčih, problemih in izvirnih zamislih, ki jih želijo vzajemno uresničiti za svoje dobro in za korist organizacije.

Zaupanje je po svoji psihološki strukturi čustvo, saj se razlikuje po smeri, jakosti in trajanju in je tudi vrednostno bipolarno na kontinuumu: zaupanje – nezaupanje. Zaupanje določa odnosno komponento do stvari, pojavov, drugih ljudi in do sebe (samozaupanje). Čustva nas vrednostno usmerjajo k določenemu ravnanju. Izogibamo se tistemu, kar zbuja negativna čustva (strah, žalost, sovraštvo, gnus, nezaupanje), usmerjamo pa v tisto, kar povzroča pozitivna čustva (simpatija, ljubezen, dobrot, pogum, tveganje, lepota, zaupanje).



Slika 4: Razsežnosti verovanja/verjetja

Izražanje zaupanja/nezaupanja je tesno povezano z elementarno osebnostno značilnostjo zaupljivost/nezaupljivost. Zaupljivost je osnovni osebnostni nagib za prilagajanje drugim. Odraža se v spontanosti do drugih oseb in je s tem tudi temelj za sodelovanje v timu. Nezaupljivost pa je sopomenka za sumnjičavost in se odraža v dvomljivosti in preračunljivosti. Oseba z močno izraženo nezaupljivostjo nenehno o vsem dvomi in skepto tudi izraža. Zato je z njo težko sodelovati, še posebno pri sprejemanju skupnih odločitev. Take osebe se pogosto vedejo superiorno, se rade oddaljujejo od večine in s tem zbujejo občutek nedostopnosti.

Če združimo čustveno in osebnostno razsežnost zaupanja pridemo do pojmovanja zaupanja kot vrednote, ki jo lahko opredelimo kot relativno trajno pozitivno čustveno in motivacijsko naravnano posameznika, skupine, organizacije, ki vpliva na značilna stališča in ravnanje zaposlenih. S tem pa že vstopamo v krog organizacijske kulture, ki jo v prvi vrsti določa sistem skupnih vrednot. Medosebno zaupanje je zagotovo ena izmed temeljnih povezav med vrednotami posameznika in vrednotami organizacije.

Ključna dejavnost vodenja je poverjanje nalog. Poverjati pomeni verjeti nekemu in mu zaupati, da bo nalogo kakovostno in pravočasno opravil in za rezultate svojega dela sprejel tudi odgovornost. Poverjanje pomeni tudi dopuščanje, da bo naloga opravljena tako kot si jo zamisli izvajalec in ne tisti, ki mu jo je poveril. Vodje se pogosto motijo v prepričanju, da je potrebno sodelavcem podrobno razložiti, kako naj nalogo opravijo. Ko je delovni proces standardiziran, je to sicer potrebno, a za ustvarjalno delo je to ovira.

6 Zaključek

Organizacijska antropologija je utemeljena kot ena izmed temeljnih organizacijskih ved, ki odkriva najbolj subtilne razsežnosti človeka kot kreatorja in hkrati uporabnika orga-

nizacije. Poslanstvo organizacijske antropologije je v raziskovanju razmerij med elementarnimi določili pojavnosti človeka in organizacije, ki so bili v praksi pogosto prikriti in zato ni bilo mogoče globlje razumevanje dogajanja v organizaciji, ki se dogaja in odraža v posamezniku in skupini, oziroma v organizacijskih enotah in med njimi. Človeštvo, ki je po svoji naravi transcendentno, je v procesu nenehne preobrazbe, ki si jo samo povzroča in na ta način samo sebi narekuje nenehno spreminjanje in prilagajanje.

Organizacijska antropologija je usmerjena v sintezo tehnokratskega in humanističnega koncepta managementa kot skrajnostima kot možnosti za obvladovanje organizacij. Tehnokratiški koncept obravnava organizacijo kot instrument za zadovoljevanje interesov deležnikov (lastnikov, ustanoviteljev, organizacije, managerje kot podrejene izvrševalce volje deležnikov, zaposlene pa kot delovno silo, nujna sredstva za delovanje organizacije, ki jo kaže obvladovati z normiranjem in obvladovanjem v vzdušju vesplošnega tekmovanja in nezaupanja. Humanistični koncept obravnava organizacijo kot skupnost interesov notranjih in zunanjih udeležencev, to je vseh posameznikov, skupin in javnosti, ki jih zadeva delovanje organizacije in ki zato zmorejo in hočejo delovati nanjo." (Tavčar, 2006: 13).

Poslanstvo organizacijske antropologije je v raziskovanju razmerij med elementarnimi določili pojavnosti človeka in organizacije, ki so bili v praksi pogosto prikriti in zato ni bilo omogočeno globlje razumevanje dogajanja v organizaciji kot se v resnici odraža v doživljanju in ravnanju posameznika in skupin. Človeštvo je v procesu nenehne preobrazbe, ki si jo samo povzroča in tako samo sebi narekuje stalno spreminjanje in prilagajanje (Chanlat, 2007).

7 Literatura

- Bavec, C. (2004). Zaupanje - temelj virtualne organiziranosti, *Organizacija*, 37(10): 594-598.
- Blau, P.M. & Scott, W.R. (1962). *Formal Organizations*, Chandler, San Francisco, CA, 194-221.
- Burrell & Morgan (1979). *Sociological Paradigms and Organizational Analysis: Elements of the Sociology of Corporate Life*, Heinemann Press, London..
- Chanlat, J/F. (1997). *Intervention organizationnelle, Vers une anthropologie des organisations*, École des Hautes Études Commerciales de Montréal., Dosegljivo na: <http://www.er.uqam.ca/nobel/spa/organization/chanlat.html> (15.6.2010)
- Ferkov, K. (2007). Sreča je seks in denar, *Ona, ženski magazin Dela in Slovenskih novic*, 9 (26).
- Friel, B. (2002). Hierarchies and Networks, *Government Executive*, 34(4): 31-39.
- Hofstade (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work-related Values*. Sage Publications, Inc.
- Holden (2004). Why marketers need a new concept of culture for global knowledge economy, *International Marketing Review*, 21(6): 563 – 572.
- Holden (2002). *Cross-cultural Management: A Knowledge Management Perspective*, Financial Times/Prentice-Hall, Harlow.
- Informania (2007). *What is organization?* Dosegljivo na: <http://www.socyberty.com/People/What-is-Organization.18921> (25.8.2008).
- Jiménez, A. C. (2007). *The Anthropology of organizations*, International Library of Essays in Anthropology, Ashgate Publishing Ltd., Hampshire.
- March, J.G. & Simon, H.A. (1958). *Organization*, John Wiley & Sons, New York.
- Orehovec, M. (2004). Vmešavanje v življenja drugih, Zagate antropološkega raziskovanja na terenu na primeru študije žensk in dela v Istri, *Emolog*, 14(65): 73-92.
- Pant D.R. & Alberti F. (1997). *Anthropology and Business: Reflection on the business application of cultural anthropology*, Serie Economia e Impresa 11, Liuc Papers nr. 42. Dosegljivo na: <http://www.biblio.liuc.it/liucpap/pdf/42.pdf> (10.5.2010)
- Tavčar, M.I. (2006). *Management in organizacija*, Univerza na Primorskem, Fakulteta za management, Koper.
- Tavčar, M.I. (2005). *Skriti zakladi znanja: management ekspertnih organizacij*, Univerza na primorskem, Fakulteta za management.
- Mayer, J. (2002). Od organizacije, ki dela, prek organizacije, ki se uči, do organizacije, ki ustvarja, *Organizacija*, 35(9), 569-578.
- Podjed, D. (2006). Antropološki vidiki postmoderne organizacije. *Organizacija*, 39(9): 585-590.
- Stern, J. (1999). *The Ultimate Terrorists*, Harvard University. Press, Cambridge & London.
- Supek, I. (2001). *The Millennium*, Prometej, Zagreb.
- Vila, A. (1999). *Postmoderna družba in organizacija*, Založba Moderna organizacija, Kranj.

Janez Mayer je doktor psiholoških znanosti. Je predavatelj in raziskovalec na področju organizacijske psihologije, organizacijske antropologije, vrednotenja dela, ustvarjalnosti in človeškega kapitala. Je svetovalec za kadrovska vprašanja v slovenskih podjetjih in zavodih. Napisal je knjigi *Ustvarjalno mišljenje in delo ter Vizija ustvarjalnega podjetja*, uredil zbornik *Skrivnost ustvarjalnega tima* ter objavil prek 80 strokovnih člankov doma in v tujini.

Dunja Labović je asistentka na kadrovsko izobraževalnem področju. Raziskuje in predava na področju organizacijske antropologije, sistemizacije dela, sistemizacije in vrednotenja dela, metod izbire ljudi, modelov kompetenc ter osnov organizacije in managementa. Je vodja kadrovske službe na Delovnem in socialnem sodišču v Ljubljani.

Neja Zupan, je doktorica organizacijskih ved. Bila je asistentka na kadrovsko izobraževalnem področju. Raziskovala in predavala je na področju človeških virov, organizacijske antropologije, sistemizacije dela, sistemizacije, vrednotenja dela in informatike. Objavila je več strokovnih člankov doma in v tujini. Sedaj vodi zavod *Bisernica* za razvoj kreativnosti in osebno rast.