

Социологический подход к исследованию организационной лояльности
Степанова Татьяна Владимировна

Студент

*Пермский государственный университет им. А.М. Горького,
философско-социологический, Пермь, Россия
E-mail: kindling@mail.ru*

Как и все теории прикладного уровня, теория лояльности была призвана стать «ящиком с инструментами», отвечать запросам конкретных «потребителей» (организаций). Однако в итоге теория лояльности столкнулась с теми же проблемами, что и большинство прикладных разработок: цифры получены, но не вполне ясно, что они означают. В силу своего прикладного характера теория организационной лояльности по сути нелегитимна среди теоретиков. Более того, контекст интерпретации лояльности по-прежнему ведется в предметном поле психологии, в то время как практика продемонстрировала ограничения психологических трактовок этого явления.

Теорию лояльности можно отнести к теории среднего уровня [2, 66], которая используется в основном как ориентир для эмпирического исследования. Теория лояльности касается совершенно конкретных аспектов социальных явлений и определяется теми идеями, которые были положены в основу прикладных концептов. Её доказательство заключается в применении, а не в том, чтобы мгновенно объявить появляющиеся идеи очевидными, полученными из более общей теории.

Попытки формально сопоставить прикладные наработки с «большими» социологическими теориями, на наш взгляд, малоперспективны. Обращение к социологической традиции не может носить формальный характер. Только через конструирование нового контекста интерпретации лояльности, а не через поиск прямых аналогий становится возможным включить имеющиеся прикладные разработки в социологическую теорию.

Однако, если попробовать вписать концепт лояльности в социологическую теорию, то содержание контекста ее интерпретации можно представить двумя противостоящими друг другу теоретическими установками: условно «положительный» полюс трактовки лояльности составляют структурный функционализм Парсонса, к условно «негативному» можно отнести конфликтологическую парадигму, отталкивающуюся от базовых идей марксизма [1, 110].

Во всем массиве социологических теорий непосредственное обращение к понятию лояльности мы находим только у Т. Парсонса. В его интерпретации лояльность – это генерализованный посредник в системе коммуникации. Она позволяет совместить «личный интерес» и нормативные требования структур, к которым принадлежит индивид. Ролевой плюрализм предполагает его включенность в разные коллективы, в результате чего может возникнуть «конфликт лояльностей». Успешность его разрешения зависит от того, насколько согласованна структура социетальной системы. В этом смысле понятие лояльности не несет в себе никакой специфической нагрузки; наряду с доверием и солидарностью она призвана редуцировать конфликт и поддерживать социальную систему в непротиворечивом состоянии и потому может безболезненно быть заменена более привычными для социологии терминами.

Противоположность «позитивной» интерпретации марксистско-конфликтологическая традиция на первый взгляд выглядит абсолютно несовместимой с самой сущностью лояльности. Вместо кооперации в фокус внимания попадает конфликт. Однако именно он позволяет преодолеть чрезмерный идеализм в понимании лояльности и сделать ее более реалистичной. При этом базовый принцип определения лояльности остается неизменным – это механизм, выполняющий функцию интеграции. Но происходит пересмотр оснований легитимности целей и средств достижения этой интеграции. Интеграция, с одной стороны, становится результатом принуждения, с другой – меняется ее конечная цель: общественное благо уступает выгоде отдельных индивидов[1, 110-111].

В первом случае организационная лояльность призвана редуцировать конфликт и поддерживать социальную систему в непротиворечивом состоянии, во втором случае лояльность – механизм организационных манипуляций, более утонченный способ воздействия на работника, обходной путь, который не заставляет работать, но принуждает хотеть работать.

Литература

1. Андрющенко О.В. Многомерные основания организационной лояльности. // Власть. 2010. №12. С.109-111.
2. Мертон Р. Социальная теория и социальная структура. - М.: АСТ: АСТ МОСКВА: ХРАНИТЕЛЬ. 2006. С. 64-105.