

企业社会学对象初探

刘 祖 云

本文认为企业社会学是研究企业组织的内在社会机制和外部社会联系及其发展规律的一门社会学分支学科。并认为这一定义既体现了社会学研究企业的特殊视角，又有助于我们科学地认识其学科特点、界定其学科内容和说明其学科历史。此文既论述了企业社会学与企业经济学、企业管理学等具有相同研究客体的学科的区别，又论述了企业社会学与经济社会学、工业社会学等具有相同学术视角的学科的区别。本文认为，企业社会学的研究内容或范围大致可以划分为两个方面，即“企业中的社会”和“社会中的企业”；企业社会学在其产生和发展过程中呈现出两种轨迹，即独立发展轨迹和混合发展轨迹，而中国企业社会学的学科建设应该走独立发展的道路。

作者：刘祖云，男，1954年生，华中师范大学科社研究所社会学研究室主任，教授。

企业社会学是一门以企业作为研究客体的社会学分支学科。然而，以企业作为研究客体的学科不只是企业社会学。就世界范围来看，目前直接以企业作为研究客体的社会科学方面的学科还有企业经济学、企业管理学、企业行为学、企业文化学、企业心理学、企业法学、企业伦理学等。如此众多的学科从经济、社会、文化、心理等不同的方面和行为、规范、管理等不同的角度对企业进行着广泛的研究，领域之广、角度之新、方法之多，真是前所未有，而且方兴未艾。

企业社会学，在这一系列以企业作为研究客体的学科中究竟居于什么地位，它究竟是从哪个角度来研究企业的呢？为了回答这一问题，笔者根据自己的初步研究，仅对企业社会学的研究对象问题谈谈自己的看法，以就教于社会学界。

任何一门学科都有自己特定的研究对象。什么是企业社会学的研究对象？这在社会学界有不同的看法。一方面，对一般社会学的研究对象持不同观点的学者，对企业社会学的研究对象也持不同看法。如美国社会学家莫尔（W·E·Moore）认为，社会学是研究人类社会关系的一般法则，而企业社会学是研究工业社会关系的具体法则；德国著名社会学家达伦道夫（R·Dahrendorf）认为，社会学旨在研究一般共同性社会行为，而企业社会学旨在研究工业生产所发生之社会行为。另一方面，对企业社会学的学科地位持不同看法的学者，对企业社会学研究对象有不同的界定。把企业社会学与工业社会学视为同一学科的学者们认为，企业社会学就是研究工业现象与社会现象之关系，如在盎格鲁-撒克逊各国的学者现大都持这种看法，而且他们的研究一般采用工业社会学（industrial sociology）名称而不采用企业社会学名称。与此相反，把企业社会学与工业社会学视为不同学科的学者认为，企业社会学就是研

究企业之社会组织现象。最先提出企业社会学这一名称的德国社会学家勃里夫(G·Brief)和杰克(H·A·Geck)认为,企业社会学(betriebs soziologie)是为研究因企业而发生之社会现象的社会科学,工业社会学(industrie soziologie)则是研究仅由工业导致之社会现象的社会科学。

既然如此,那么哪一种看法更为恰当、更为合理呢?笔者认为:其一,企业社会学是一门既与工业社会学相联系,又与工业社会学相区别的独立的社会学分支学科,因此,它有其特定的研究对象;其二,社会学是研究一定社会形态下人们在社会生活中结成的相互关系及其发展规律的一门社会科学^①,因此,企业社会学是研究企业组织的内在社会机制和外部社会联系及其发展变化规律的一门社会学分支学科。

笔者认为,把企业社会学定义为研究企业组织的内在社会机制和外部社会联系的社会学分支学科,既体现了社会学研究企业的特殊视角,又有助于企业社会学学科地位的确立。

一、这一定义有助于我们科学地认识企业社会学研究的一般特点以及这门学科与其相邻或相关学科的区别与联系

首先,如果我们将企业社会学定义为研究企业组织的内在社会机制和外部社会联系的社会学分支学科,那么,我们由此可以得知,企业社会学研究是一种综合研究或横向研究。即企业社会学在研究企业之现象或问题时,往往是对其进行多方面、多层次和多角度的分析和考察。如企业社会学在研究企业发展的原因时,不仅注意其内在原因,而且考虑其外部影响;不仅注意其物的因素,更重要的是考虑其人的因素。企业社会学在研究企业的功能和效益时,不仅考虑企业的经济功能和经济效益,而且考虑企业的社会功能和社会效益,并特别注意企业的经济功能、经济效益与社会功能、社会效益的相互关系。总之,企业社会学正是从企业与社会系统其它子系统的相互作用中及从企业内部各要素对企业发展的影响中去研究企业运动发展的规律。

企业社会学的这一特点是它与企业经济学、企业伦理学、企业法学以及企业文化学等一些以企业作为研究客体的交叉或边缘学科相互区别的重要标志。企业社会学与上述一些学科虽然具有相同的研究客体,但其学术视角完全不同。众所周知,企业经济学是从经济学的角度研究企业的经济关系和经济行为;企业伦理学是从伦理学的角度研究企业的道德关系和道德行为;企业法学是从法学的角度研究企业的法律关系和法律行为;企业文化学是从文化学的角度研究企业的文化建设及其发展。所有这些研究都是从某一侧面来研究企业,即分别研究企业的某一纵剖面。而企业社会学是从社会学的角度研究企业的社会关系和社会行为,这些社会关系和社会行为包括经济、政治、文化、伦理、心理等方面的关系和行为。因此,企业社会学研究是涉及到企业的方方面面的综合研究,即是研究企业的横断面。

其次,如果我们将企业社会学定义为研究企业组织的内在社会机制和外部社会联系的社会学分支学科,那么,我们还可以由此而得知,企业社会学研究是一种中观研究。如果我们依据研究范围和规模的不同把社会学研究划分为宏观研究、中观研究与微观研究,那么企业社会学研究是一种中观研究。因为这种研究既不同于社区研究、社会研究等宏观研究,也不

^① 笔者的这一观点最初发表在《华中师大学报》1985年第3期,后被一些刊物摘要或转载,并被《中国社会学年鉴:1979—1989》(中国大百科全书出版社1989年10月版)列为我国社会学界关于社会学研究对象的七个主要观点之一。

同于家庭研究、工作班组研究等微观研究，而是一种以企业组织这样一种中观社会结构形式为对象的中观研究。当然，这种研究不可避免地要涉及微观现象和宏观问题，即不可避免地要分析企业内部的工作班组、人际关系等微观现象，也不可避免地要探讨企业在整个社会系统中的地位与作用、企业发展与社会发展的关系等宏观问题，但这种研究的轴心是企业组织自身，这种研究的宗旨是企业组织的发展。

企业社会学的这一特点是它与经济社会学、工业社会学、劳动社会学等一些社会学分支学科相互区别的重要标志。企业社会学与上述一些社会学分支学科虽然具有相同的学术视角，但其研究对象或研究客体不尽相同。经济社会学主要是从宏观的角度探讨经济现象与社会现象之关系，它与企业社会学的关系是一种种属关系，即经济社会学包括企业社会学。工业社会学主要探讨工业现象与社会现象之关系，它与企业社会学的关系是一种纵横交叉关系：从社会的纵向结构看，工业社会学研究的内容更多，范围更宽，如工业社会学不仅研究工业企业组织及其内部的人际关系等中观和微观问题，而且研究社会的工业结构、工业体制、工业模式等宏观问题；但从社会的横向结构看，企业社会学研究的内容则更多，范围也更宽，如企业社会学不仅研究工业企业，而且研究农业企业、金融企业、商业企业等。劳动社会学是研究社会生活中人的劳动行为以及这种特定的社会行为与其社会存在和发展的关系，它与企业社会学的关系是一种平衡交叉关系，即有些领域二者都涉及，有些领域只有一者涉及。由此可见，企业社会学研究的出发点和着眼点既不是某种现象，也不是某种行为，而是一种特殊的社会实体单位——企业组织。

二、这一定义有助于我们科学地界定企业社会学的研究内容或范围

作为一门学科，企业社会学究竟包括哪些内容呢？这里我们姑且不论国外和港台的研究，仅从我国大陆近两年已经出版或发表的关于企业社会学的书籍和文章看，对企业社会学研究内容的选择和范围的界定不外乎两种方式：一种方式是“穿靴式”，即企业社会学理论体系的建构不是建立在运用社会学的理论和观点对企业进行认真研究的基础上，而是几乎原封不动地照抄照搬一般社会学的概念、理论和观点，然后穿上“企业”这个靴子。如一般社会学把“社区”作为其基本内容，企业社会学就建章立节讨论“企业社区”；一般社会学把“社会工作”作为其基本内容，企业社会学就建章立节讨论“企业社会工作”；如此等等。依照这种方式所建构的所谓企业社会学理论体系不仅与一般社会学没有多大区别，而且严重脱离企业实际。另一种方式是“戴帽式”，即把一些有关企业问题或企业现象的资料和文章汇集成册，然后戴上“社会学”这顶帽子，并堂而皇之地称之为“企业社会学”。依照这种方式所建构的所谓企业社会学理论体系虽然其具体内容与企业的生存与发展息息相关，但却缺乏甚至毫无社会学味道。实际上，这种“理论体系”既可以戴上“社会学”的帽子，取名为企业社会学，也可以戴上“管理学”的帽子，取名为企业管理学，同时还可以戴上“行为学”的帽子，取名为企业行为学。

笔者认为，把企业社会学定义为研究企业组织的内在社会机制和外部社会联系的社会分支学科，不仅体现了社会学的学科特点，而且有助于我们科学地界定企业社会学的研究内容和范围。如果我们将企业社会学的研究对象界定为企业组织的内在社会机制和外部社会联系，那么其研究内容或范围主要表现为两个方面：一方面是研究“企业中的社会”，即研究企业的组织结构、组织过程、组织文化、组织保障、组织控制以及组织管理等；另一方面是研究

“社会中的企业”，即研究企业与企业的关系、企业与政府的关系、企业与社区的关系以及企业与公众的关系等。^① 企业社会学研究内容的上述两大方面虽然在其具体内容上会涉及经济、政治、文化等不同的方面，虽然会因此而与其它学科的内容交叉甚至重叠，但这些内容既不会杂乱无章，也不会与其它学科内容雷同。因为社会学的特殊视角和观点既象链条一样将上述不同方面的内容联结成为一个具有内在逻辑联系的理论整体，又将这些研究与其它学科的研究明显区别开来，如企业社会学是从“社会机制”的角度来研究企业的内在结构、过程及活动或协调方式，与此相应也是从“社会联系”的角度来研究企业之间以及企业与政府、社区、公众等方面的关系。由此可见，这种由其特定的研究对象所决定或推衍出来的特定研究内容进一步体现了社会学的特点和学术视角，如果我们依照这种思路或方式从事企业社会学研究，其研究本身及研究成果不会没有社会学味道。当然，这种研究思路或方式也只是一初探索，我们还难以确定它在多大程度上具有其合理性和科学性，但有一点是毫无疑问的，即它比“穿靴”和“戴帽”式做法要合理得多、科学得多。

三、这一定义有助于我们科学地说明或解释企业社会学的起源与发展

作为一门学科，企业社会学也有其产生和发展的历史过程。但人们对企业社会学的起源及发展的认识很不相同。如有的人认为企业社会学起源于英国的亚当·斯密（A·Smith）和大卫·李嘉图（D·Riardo）；有的人认为起源于马克思和恩格斯；还有的人认为起源于20世纪20年代的美国，即开始于美国梅约（E·Mayo）教授主持的“霍桑试验”；也有的人认为起源于20世纪30年代的德国，即认为德国学者勃里夫（G·Brief）提出企业社会学概念、开设企业社会学课程及出版企业社会学书籍标志着企业社会学的诞生。为什么会产生如此众多且不同的说法呢？其原因是多方面的，其中一个很重要的原因恐怕是人们观察和分析问题的角度或观点不同，特别是人们对企业社会学的学科地位和研究对象的认识或看法不同。如有的“起源论”是指企业社会学研究的开始，有的“起源论”则是指企业社会学学科的诞生，有的“起源论”是指包括企业社会学研究在内的工业社会学的产生，有的“起源论”则是指作为一门独立学科的企业社会学的诞生。由此可见，科学地界定其学科对象也是科学地说明或解释其学科起源与发展的重要理论前提。

基于笔者关于企业社会学的定义，笔者认为，作为一门学科的企业社会学的产生是从德国的勃里夫开始的，至今它大致上经历了如下三个发展阶段。

一是20世纪以前的准备阶段。所谓准备阶段，是指1900年以前社会科学家们特别是亚当·斯密、大卫·李嘉图、圣西门、傅立叶、欧文、马克思和恩格斯等人关于工业社会、工人阶级、企业组织以及工业现象与社会现象相互关系的讨论和研究为企业社会学的产生奠定了理论基础。这一时期的讨论和研究虽然是较为一般的理论探讨，但这些探讨吸引了社会学家的注意力，激发和引导他们对企业进行科学、细致、全面的社会学研究，而且为其提供了材料和方法。

二是20世纪初至30年代的形成阶段。企业社会学产生或形成于20世纪30年代既是现代化工业迅速发展的产物，也是社会学自身发展的结果。在这一阶段，关于企业的一般理论探讨日益同具体的应用研究相结合，对企业外部社会联系的研究日益同对企业内部社会机制的探讨相结合。在理论探讨方面，法国社会学家迪尔凯姆的《工业社会之分析》、德国社会学家马

^① 详细内容参见刘祖云主撰《企业社会学新论》，武汉工业大学出版社1990年版。

克斯·韦伯的《经济与社会》以及英国学者希尼·韦勃(S·Webb)和威布伦(T·Veblen)关于工人的地位与作用 and 新型企业界社会特性的论述等都含有丰富的企业社会学思想和观点。在应用研究方面,对企业社会学产生发挥了重大作用的有德国的马克斯·韦伯等人创立的社会政策协会(1907)、英国的佛劳伦斯(Sargant Florence)领导的工业卫生试验所(1917)以及美国的梅约主持的哈佛杂务试验室(1920)这三大机构对企业的调查研究。这三大机构虽然在不同的国度进行研究,但由于都是以企业作为研究对象,因此他们的研究及其成果相互启发、相互促进,最终导致了企业社会学的产生。在上述研究的基础上,德国学者勃里夫于1927年最先提出“企业社会学”这一概念,并于次年在柏林工业大学创建企业社会学研究所并开设其课程。1931年他正式出版了《企业社会学》一书。在勃里夫看来,企业社会学是把企业作为一种社会组织来进行研究的一门分支社会学。他认为:“企业为结合空间、调整时间、运用技术设备的人类合作机构,产生特殊社会关系、社会方式,构成特殊类型。”^①勃里夫关于企业的定义体现了社会学研究企业的特殊视角,从而把企业社会学与企业经济学、企业管理学区别开来。勃里夫的上述研究及其成果为德国乃至世界企业社会学发展史上之里程碑。勃里夫提出企业社会学概念、开设企业社会学课程、出版企业社会学书籍标志着企业社会学正式诞生或最终形成。

三是20世纪30年代以后的发展阶段。本世纪30年代以后,企业社会学进入发展阶段。第三次科技革命所引起的第三次产业革命,一方面导致了大批新型技术密集型企业的产生,另一方面导致了传统企业的更新、改造及变化。这样就给企业带来了一系列问题:新的社会背景下的劳资关系问题;管理者素质的提高与管理方法的更新问题;企业的组织结构与领导体制问题;等等。对上述这些问题的回答和解决促进了企业社会学的发展。因此,在第二次世界大战后,企业社会学在德、英、美、日、苏等工业发达或较发达国家获得了迅速发展。企业社会学在其发展过程中呈现出两种轨迹:一种是独立发展的轨迹,即直接以“企业社会学”为名的企业社会学研究;另一种是混合发展的轨迹,即不直接以“企业社会学”为名,而是与工业社会学合为一体的企业社会学研究。这里就给我们提出了这样一个问题:正在兴起的中国企业社会学研究究竟应该沿着哪种轨迹发展呢?笔者认为,我国的企业社会学研究应该走独立发展的道路。这一方面是由我国的文化传统所决定的。在我国社会文化中,工业和企业是两个完全不同的概念,前者是指社会中的行业或战线,即通常所说的“条条”,后者是指社会中的实体或组织,即通常所说的“块块”。因此,企业社会学不应该与工业社会学划等号或合二为一。另一方面是由我国的社会现状所决定的。在我国当前社会中,由于企业办社会的程度较高,企业是一个相对独立的社会实体并存在一些特殊的社会问题,因此,建立一门专门以企业作为对象的社会学分支学科——企业社会学,是我国社会的现状给我们提出的要求,是企业和社会发展的需要。

综上所述,把企业社会学定义为研究企业组织的内在社会机制和外部社会联系的分支社会学,有助于我们科学地认识其学科特点、界定其学科内容、说明其学科历史。一句话,有助于我们建立一门具有中国特色的企业社会学。

一九九一年一月于武昌桂子山

责任编辑:唐 军

^① 转引自达伦道夫:《企业社会学》,(台)岑士麟译,台湾,1985年版,第22页。