

szemle

Humán műveltség és menedzsmenttudás

SEBESTYÉN ATTILA: *MENEDZSER HUMANIZMUS: A SZERVEZETI ÉS ÜZLETI ÉLET „ÁTLELKESÍTHETTSÉGE”*

Nem könnyű találni kontextust rendelni Sebestyén Attila *Menedzser humanizmus: a szervezeti és üzleti élet „átlelkeshetősége”* címen megjelent első monográfiájához, de a címről felidézhetőnek bennünk könyvek a spirituális gazdaságról, például a Zsolnai László által szerkesztett *Spirituality and Ethics in Management* (Kluwer, 2004; Springer, 2011). Az összevetés csak átmenetileg érvényes, de közös nevező lehet az a nézet, hogy a gazdaság az emberi létfenntartást jelenti, így nem kizárólag pénzcsinálás, jóllehet, a haszonmaximalizálás fontos szempont. A gazdálkodásnak az életminőséget kell szolgálnia, az életminőségbe pedig (a pénzben mért életszínvonal, a gondtalan megélhetés mellett) beletartozik az izgalmas, kreatív munka, a személyiség lehetőségeinek megvalósítása, a személyközi kapcsolatok etikus ápolása, a társadalmi innováció, a kultúrába ágyazott önreflexió, életstílus és ízléseszmény összehangolása.

A címben az „átlelkeshetőség” kifejezés szembeötlik; eszünkbe jut a lélek, a szellem megelevenítő ereje, s ezt az asszociációt a könyv egyik legszemléletesebb sztorija rögtön alá is támasztja. Henry Ford 1913-ban garantált napibért jelentett be, munkaerőpiaci bizonytalanságok idején bér- és foglalkoztatáspolitikai újítást kezdeményezett, vagyis pénzügyi, munkaszervezési és jóléti innovációt illesztett a gyártástechnológiai mellé. Ezt a formabontó emberbaráti megoldást a *The Wall Street Journal* úgy kommentálta, hogy az üzletember bibliai vagy spirituális elveket próbál alkalmazni olyan területen, amelyre ezek nem valók. Ford döntését a monográfia egyik főszereplője, Peter Drucker a teremtő kreativitás példájaként olvasta: társadalmi problémát sikerült üzletté alakítani, ám úgy, hogy a gazdaság anyagsága mögött magasabb rendű értelem mutatkozott meg (167.). Drucker történetmesélése összetett világlátásra utal, eltérő diskurzusokat (üzlet, morál, spiritualitás, művészetek) sző kreatívan egymásba. Ezzel rokon szellemi erőfeszítés Sebestyén Attila gondolkodásmódja és szövegszervezési gyakorlata.

Az „átlelkeshetőség” kifejezés értelmezését folytatva támaszkodhatunk arra, hogy Drucker – vagy a könyv másik főhőse, Charles Handy – világlátásában meghatározó volt a vallásos-spirituális távlat. A spirituális nem a religiózus szinonimája: az anyagi jóléthez képest transzcendens értelem keresését jelenti, szemléletmód, mely a gazdaságban is mélyen gyökerező humán értékekre fókuszál, kapcsolódást kísérel meg az egyénfeletti, nem emberi léptékű erőkhöz. Sebestyén Attila munkáját időszzerűvé teszi, hogy a tudományos és az üzleti világ egyre többet foglalkozik a spiritualitás és az üzlet viszonyával, a kapitalizmus mainstream üzleti modelljeit öko-

lógiai (fenntarthatósági) és társadalmi dimenzióban próbálják szelídebbé tenni. Ez utóbbiban az érintettekkel való interakcióról van szó, a munkavállalók bevonásáról a döntésekbe, a kölcsönösen előnyös együttműködés kialakításáról. Komoly egyetemi kutatások (Cambridge, Harvard, Princeton, Yale) vizsgálják a gazdaság és a spiritualitás viszonyát, s ez kihat a menedzsmentgondolkodásra is. A spirituális elveket figyelembe vevő menedzsment racionális is lehet, éppen ezért veti el a szélsőségesen materialista üzleti modellt, melynek a válságát éljük. Ian Mitroff *Smart Thinking for Crazy Times. The Art of Solving the Right Problems* (Berrett-Kohler, 1988) című könyvében kétségtelenné tette a menedzsment egzisztenciális, spirituális dimenzióját a „metaphysics of management” terminus bevezetésével. Ha a spiritualitás érvényesülni tud a menedzsmentben, akkor kibővül a szervezeti célok hagyományos megfogalmazása: üzlet és küldetés, szervezet és működés értelméről, azonosságáról, sikeréről a költség-haszon kalkulációkon túllépve többdimenziós, holisztikus, filantróp távlatban gondolkodik a vezető. Innen nézve a címben a *menedzser humanizmus* szó szerkezet arra a meggyőződésre utal, hogy a felelős üzleti, szervezeti vezetés a gazdasági folyamatok inherens bizonytalanságával együtt is segíti testi-lelki-szellemi jólétünket, vállalja a társadalmi innovációt.

Az eddigi kontextusképzés szűkösségét akkor értjük meg, ha tudatosítjuk, hogy Sebestyén Attila monográfiája szokatlan útra lépett, amikor spiritualitás és menedzsment közös távlatába beléptette az imagináció retorikai szerepkörét, s fókuszba helyezte a menedzseri-vállalkozói vízió hatását a munkahelyi-üzleti élet gyakorlataira. Megkíséreltem feltárni, milyen erénytan, antropológia és milyen retorikafogalom áll e termékeny újítás hátterében.

A pénzszerző életforma bizonyos kényszert ró az emberre, ezért a profit és az etika összeegyeztetése önkorlátozást, önszabályozást igényel. Charles Handy, a cégvezetési stílusok és szervezeti magatartásformák elemzésének szaktekintélye a BBC *Thought for the Day* című rádióműsorában médialelkészként szólalt meg, a társas együttélés praktikus filozófusaként. Példázataival azt sugallta, hogy önmagán túlmutató ügyeket szolgálhat az üzlet, ha a személyes szuverenitást, a kezdeményezőkézséget, az energiát társítja a rokonszenvvel, a szerénységgel és a felelőséggel. Az öngondozást irányító kiválóság ilyenformán távoli örököse az arisztotelészi erénytanak: bölcsen teszi a vezető, ha a gyakorlati hozzáértés, a tudományos megismerés, a filozófiai bölcsesség értelmi erényét ötvözi a megértő (a méltányosság tekintetében helyesen ítélő) gondolkodás, a jó iránti feltétlen elkötelezettség etikai erényével. E jellemvonások Arisztotelésznél magukban foglalják az akaratot, és gyakorlással tökéletesíthetők, ahogyan a morális képzelőerő is fejleszthető. Drucker az üzleti vezetők figyelmébe ajánlotta Arisztotelész etikai tanításait (Marcia Kurzynski: *Peter Drucker: modern day Aristotle for the business community*, Journal of Management History, 2012/1, 6–23.). Sebestyén Attila az angol romantika és romantikakutatás imagináció-fogalmát hasznosítja újra, amikor a vállalati filantrópia kulturális kreatív aspektusát állítja középpontba: a cégsiker a menedzser képzelőerejének fejlettségén is múlik. A menedzseri erények között a többinél erősebb fénybe kerül az imaginációs képesség: nagyobb valószínűséggel válnak innovatív vezetőkké azok, akik képzelőerejükkel képesek különféle, a sa-

jájtuktól eltérő terület összefüggéseit átlátni és saját cégükre alkalmazni. A könyvben számos példát olvashatunk inspirációs forrássá vált céges imaginációfejlesztésre.

A monográfia ajánlata, hogy vegyük figyelembe a retorika mindenütt való jelenlétét az üzleti, szervezeti valóság alakításában és észlelésében. A tettek, döntések, kommunikációk által előálló cselekvési pozíciók átmenetileg ugyan láthatóvá tesznek valamennyit szervezet és környezete érdekviszonyaiból, de itt mindig marad valamennyi bizonytalanság is, amely szintén kezelésre szorul (és ellene is szegül annak). Az egyéni törekvések és a közösségi érdekek még eléggé jövedelmező érvényesítését a résztvevők elvárják a fenntartható együttműködés reményében, de minden tervezés ellenére bizonytalan, hogy milyen és mennyi érdek sérül. Ezért az együttműködés és a versengés, az azonosulás és a megkülönböztetés az üzleti-szervezeti folyamatok olyan *velejárói*, melyek nem elemezhetők pusztán megtervezettségként vagy pusztán természetességként: az ilyen helyzetet nevezte Kenneth Burke retorikáinak. Burke minden apró eltérést, akár szándékolatlan tévesztést a nyelv retorikai alapjának tekintett; ennek a nézetnek a bevezetése kívánatos az üzleti élet, a szervezeti folyamatok elemzésébe. Mindig markáns ízelítőt kapunk ugyanis a nyelv retorikai természetéből, amikor egy helyzet résztvevői nem tudják megállapítani teljes bizonyossággal, hogy hol végződik a kooperáció, hol kezdődik az egyik partner másik általi kizsákmányolása. Egy helyzet olvasása, megértése nyelvi figyelmet és képzelőerőt követel meg; a cégsikert veszélyezteti, ha óvatlanul értelmezik egymás megnyilatkozását a felek, téves pozícióba képzelik bele önmagukat és a másikat, legyen szó üzletfelek, vezető és munkavállaló vagy éppen két beosztott viszonyáról. Identifikáció és elkülönülés példaszerű intenzitása figyelhető meg az irodalomban: e kulturális terület tanulmányozása fejlesztheti a menedzser képzelőerejét és óvatossá teheti a nyelv eszközszerű, mechanikus hasznosításával szemben. Drucker tanácsadóként az üzleti vezetők imaginatív inspirálását szorgalmazta nyelvi leleményeivel (metaforák, terminusok, anekdoták, példatörténetek).

A *Menedzser humanizmus* című könyv azt vállalta, hogy rákérdez a szervezeti munkavégzés közegében és folyamatában termelődő értelem diskurzív, szemiotikai és textuális feltételeire. A szervezeti együttélés szervezése, a munkavállalói tudatok és kapcsolatok gondozása a menedzserek számára kötelező nyelvi-textuális, szemiotikai feladat, de ez próbára teszi a felkészültségüket. A normál munkaviszonyúak helyére a későkapitalista fogyasztói társadalom munkaerőpiacain ágazatoktól független szabadfoglalkozásúak lépnek, akik gyorsan képesek egyik szakterületről a másikra átváltani. Életvitelük és karrierjük rugalmas, változatos, folyton új identitáselemeket, készségeket, erősségeket kell felfedezniük magukban, önmaguk pozicionálásához ezeket meg is kell nevezniük, érdekeik érvényesítése is szükséges a személyközi viszonyaikban. Mindez megterhelő helyzetekbe viszi bele a vezetőt és a munkavállalót egyaránt. A munkahelyi cselekvési helyzetekben folyton sor kerül diskurzív pozíciócserékre, perspektívaváltásokra, a vezetőnek bele kell helyezkednie a beosztott helyzetébe (és fordítva), a kreatív helyzetkezeléshez szükség van képzelőerőre, az eltérő gondolkodási stílusok és látásmódok közötti gyors közvetítésre. Az identifikáció a szervezeti küldetéssel, az ehhez igazodó munkaszervezés, a céges célmegvalósítást és az önérdeket ötvözni képes munkavégzés kifejezetten nyelvi cselekvés: a szervezeti kommunikáció kifino-

multsága sikertényező lehet. Akadályozza a munkahelyi problémamegoldást, hogy nyelvi intelligencia és társas kompetencia híján sok menedzser és sok munkavállaló sem a rutinok követéséhez nem elég fegyelmezett gondolkodású, sem a kreatív formabontáshoz nem elég művelt. Magam is sokszor hallottam már nagy kultúrájú, széles látókörű menedzserektől, hogy a munkahelyi kreativitás, elkötelezettség és innováció igényli az inspirációt, az intuíciót, az empátia olyan formáit, melyekkel leginkább az irodalom tud szolgálni.

A könyv tézise, hogy a vezetői víziónyújtás, a munkavállalói identitások gondozása, a munkafolyamatokban résztvevők intellektuális inspirálása megköveteli – mindig is megkövetelte – a menedzsmenttudás és a bölcsész készségek összekapcsolását. A bölcsész műveltség, a szövegolvasó készség támogatni tudja az öngondozáshoz és a munkaszervezéshez nélkülözhetetlen mentális-szellemi transzferet, amely már mindig is közreműködik az üzleti-szervezeti sikerben. A társas viszonyok és az egyéni identitás modelljei, a tehetség- és önfejlesztés technikái, a rekreációs tevékenységek visszacsatolásai diskurzív rutinokat feltételeznek: mások tudataival kell közös platformra kerülnünk, meg kell értenünk, hogyan érzékelhető mások perspektívájából a saját teljesítményünk. A *Menedzser humanizmus* aprólékos diskurzuselemzésekkel feltárja a szervezeti élet egyéni és társas nyelvi-textuális tevékenységeiben a *poiészisz* mozzanatot (a dinamikus, a létrehozó, az átalakító, a lehetségesbe továbbvezető összetevőt). Válaszokat nyerünk arra a kérdésre, hogy a menedzsmentben miért került kiemelkedő szerephez a szervezeti kultúra tudatos gondozása, a kreatív-kulturális iparágak fejlesztése, a kulturális közvetítői pozíciók megszervezése, a későkapitalista tudásmunkás önmenedzselése, mentális kondicionálása és önformálása. A könyvben a menedzsment fogalmának irodalomtudományos és társadalomfilozófiai gazdagítása valósul meg.

A *Menedzser humanizmus* irodalmisággfogalma a szakterületi specializálódás (szépirodalmi, esztétikai, antropológiai, lélektani, szociológiai) előtti retorikához kötődik vissza Kenneth Burke útmutatását követve. A retorika a XVIII. század végéig a társadalmi-kulturális identitásképzés nyelvi-textuális organonja volt. A retorikai elemzés a társadalmi cselekvők által elfoglalt és felkínált pozíciók konstrukcióját tárta fel. Ez a menedzsment számára is mintaadó: helyzetkezelés során nyilvánvalóvá tesszük vagy elrejtjük az érintettséget, közvetítjük az érdekeket, megkülönböztetünk. A könyv szóhasználatában az irodalmi alkalmazás mindig több az olyan eszközszerű hasznosításnál, mint amilyen például a pszichológiai öngyógyítás vagy a direkt politikai-társadalmi meggyőzés. A használati irodalomnak a retorika felé kitért fogalmába a társas identifikáció és divízió ambivalens viszonyát is beleérti a szerző. Így ezzel az irodalmisággfogalommal dolgozva kellően komplex értelmező környezetbe lépteti be a menedzseri munka és a szervezeti élet nyelvi-textuális rutinjait. Amióta az automatizáló munkaszervezésen túl jelentőséget nyertek a munkahelyi informális kölcsönhatások, a szervezeti kultúra olyan komplex rendszerré vált, amelyben „a szellemi, tárgyi és magatartási-cselekvési jelenségek közötti mediációban a nyelvi figurativitás és az imagináció játszik alapvető szerepet” (61.). Az üzleti-szervezeti élet megköveteli a helyzetek olvasását: a figuratív nyelvhasználat függvénye is, hogy milyen gondolkodás- és magatartásformák alakulnak ki a szervezetben. Gareth Morgan „imaginization” – „képszerveződés” – fogalmára támaszkodva

Sebestyén Attila amellett érvel, hogy ha a szóképek által formált szervezeti víziók és cselekvések kapcsolatára fókuszálunk, akkor távolságot tarthatunk a szervezet kifejezésre ráakódott mechanikusság és instrumentalitás idejétmúlt képzetétől.

Az érvelésben gyakran kerül elő az esztétikai élmény közvetítő funkciója. Sebestyén Attila a művészeti, irodalmi alkotások, az előadóművészetek üzleti-vállalati szereplehetőségét abban látta, hogy „a menedzsmentben és szervezetekben – szunnyadó vagy eleven módon – már jelen lévő szellemi-spirituális értéktartalmaikat fölserkentessék (többek közt erre is utal az *áttekintés* fogalma)” (15–16.). A művészeti – főleg a költészeti – világkonceptualizálás hasonló tevékenység, mint az üzleti vállalkozóé, aki új termék kategóriákon, innovatív látásmódon, iparágakat forradalmasító üzleti modelleken dolgozik (137.). Érdemes emlékeznünk arra, hogy Joseph Schumpeter 1911-ben (*Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*) új valóságok potenciális megalkotóját látta az üzleti vállalkozóban, de ugyanezt a dolgozók vezetésére is igaznak tartotta: az új kombinációk kipróbálása, a sablonok leépítése (teremtő rombolás) a munkaszervezés megújításának is az alapja. A művészet imaginárius és a fikcionális világa a valóságra olyan távlatot nyit, ahonnan folyton más lehetőségek nyithatóak és lehetséges valóságokként határozhatóak meg. A modern művész ennek a világviszonylatnak az egyik megszemélyesítődése. A másik a vállalkozó, vagyis az, aki a társadalmi ellenálláson aktívan keresztülviszi a meglévő dolgok és erők új kombinációit, és ezzel konstitutív szerepre tesz szert. Innovatív tevékenységével megkülönbözteti magát attól a gazdasági alanytól, aki a meglévő piacokon mozog. Schumpeter vállalkozója piacokat teremt, új gazdasági valóságokat. Létrehozó tevékenysége közel kerül e világviszonylat harmadik megszemélyesítődéseihez is, a politikai szuverénhez, aki részben a jogrenden kívül áll, mert ezt nem csupán garantálnia kell, hanem mindjárt meg is kell teremtenie rendkívüli állapotban.

Foucault egy 1978-as előadásában úgy fogalmazott, hogy az ökonómia esztétikai tudományterület (*Geschichte der Gouvernementalität II*, Frankfurt/Main, 2004, 387.). A gazdasági folyamat – és a gazdasági racionalitás – komplexitásra és véletlenre épül, tehát éppen nem ezek központosított csökkentésére; a homo oeconomicus a kommunikatív ember, a cserélődő partner a cserefolyamatban, aki rugalmasan igazodik ehhez a komplex távlati sokféleséghez. A versenytársadalomban nem a tekintély a társadalomszervezés alapelve, a társas viszonyokra inkább úgy tekintünk, mint az önfelépítés saját dinamikájú folyamatainak átmeneti effektusaira. Sebestyén Attila a bizonytalanság kezelésének üzleti és művészi változatait közvetíti egymás felé. Ajánlatához lesznek, akik az esztétika területéről közelítenek, számukra kézenfekvő kontextus Michael Makropoulos *Kunstaunonomie und Wettbewerbsgesellschaft* című írása (*Kreation und Depression. Freiheit im gegenwärtigen Kapitalismus*. Hg. von Christoph Menke, Kadmos, 208–225.). A művészet a valóság és lehetőség differenciáját úgy teremti meg, majd úgy intézményesíti, hogy közben a csak lehetséges terén a rendezési kényszereket is felmutatja. Az esztétika autonómiaigénye nem szuverenitásigény. Hasonlóan a menedzser sem tekinti magát a szervezeti világ törvényadójának, hanem a különböző, egymást esetleg felülmúló, mindenesetre egymással versengő lehetőségek területén ügyműködik, ahol az ő lehetőségeit is korlátozza valóság és lehetőség realitásképző különbsége.

Sebestyén Attila könyve érvel a *könyvmédium üzleti és kulturális elevensége* mellett. A kulturális gazdaságtanról írt fejezetben az üzleti és a szellemi közötti transzfer mintázataként tárgyalódik a könyvpiar. Ennek strukturális ambivalenciája a profitorientált üzletszervezés és a nem beárazható szellemi értéknyújtás feszültsége. A kereskedelmi intézmények öndefiníciós területté változtatják a vásárlást, ezzel egyfelől megkövetelik a tájékozódás és ízlésítélet önállóságát, másfelől bele is avatkoznak a közösségi és egyéni életformákba, mert beelöknék a trendeknek megfelelés kényszerébe. Autonomia és megfelelés kettőssége jellemzi a fogyasztói ízlést. Kapcsolódás és leválasztódás ambivalenciája szervezi a Cyril Northcote Parkinson szórakoztató bürokrácia-szatírájáról írt esettanulmányt is. Ironikus, ahogyan a *Parkinson törvénye* leválik a menedzsmenttudományos diskurzusról, közben megbízható tudományos értekezésékként vissza is csatlakozik rá. Ezzel a reflexió játéktereit elevenen tartja, megkérdőjelezi a fennállót, témává teszi, hogy a megnyugtatóan felvázolt valóság másképpen is lehetne, képzeletbeli cselekvési és döntési tereket hoz létre.

Az üzleti szféra kulturális tényezőiről szóló könyv kultúrgazdaságtani érvelésében kulcsszereplő a *kulturális közvetítő*. A menedzser a kultúrabróker szerepébe kerül a munkahelyi közösség, a kreativitás és az imagináció gondozása során: esztétikai és szimbolikus tudatformákat forgalmaz, közbelép konfliktushelyzetekben, innovációs lehetőségeket azonosít be és helyez kontextusba a tartalompiacra, átpozicionálja újszerű használatra a már előállított tartalmat, segíti a peremjelenségek kanonizálását, gazdagodásként állítja be az eltérő életformákkal történő találkozást. Az érvelés itt is diskurzív és szemiotikai tevékenységekre irányítja rá a figyelmet: ön- és reprezentációs tevékenységekre, jelek és szimbólumok cseréjére, a vezető és beosztott együttműködéséhez szükséges képzelet fejlesztésére, a cég által előállított javak, szolgáltatások jelentéssel, presztízzsel felruházására, termelés és fogyasztás összekötésére, a munkavállalói tudatok és kapcsolatok gondozására.

Az önmenedzsment-irodalomról, majd a Peter Drucker és Charles Handy menedzsmentirodalmi munkáiról szóló fejezetek a rendszeressé tett textuális és interpretatív rutint vizsgálják. Az elemzések az üzlet értékességével foglalkoznak: anyagiasság és spirituális értéktelítettség feszültségével. Részletes betekintést nyernünk olyan vezetők diskurzusaiba, akik új működési területeket alakítottak ki maguknak azáltal, hogy műveltségük sokrétű, jártasságuk széleskörű volt, s képesek voltak „egy integrált világlátásban egyesíteni az üzlet, a tudomány, a társadalom és a történelem diskurzusait” (12.). Az érvelés a bölcsész kompetenciák megletétét, illetve az ezek iránti fogékonyságot igazolja a menedzsmenttudományi diskurzusban. Charles Handy néhány szövegéről aprólékos retorikai olvasatot kapunk. Sebestyén Attila bölcsészként és kommunikációs szakemberként azt ajánlja a menedzsmenttel foglalkozók figyelmébe, hogy szövegeket és intenciókat árnyaltabban értünk meg, ha szervezési stratégiáikat retorikai kategóriákkal is megközelítjük. Kiderül, hogy a történetmesélő Handy példázatai saját instruktív erejüket is megkérdőjelezzik, arra intenek, hogy egy sztori nem közvetlenül érvényes, meggyőző vagy példamutató bármely olvasó számára (209.).

Sebestyén Attilát a *monográfia* műfaji eszménye vezérli, amikor megkísérel egymáshoz közelíteni első látásra különmemű, külön fejezetekben is tárgyalt tevékenységeket. Pontosabban e tevékenységeknek a könyvben felvonultatott veze-

téstudományi, menedzsmentirodalmi, kulturális gazdaságtani, irodalomtudományi szempontú értelmezéseit igyekszik integrálni egy – szándékai szerint sem egységes, nem törésmentes – meta-diskurzusban. Így integrálódnak egy átfogó szellemi-spirituális praxis kategóriájában, a *textuálisan megvalósuló mentális öngondozásban* az imaginációs mentális transzfer eltérő gyakorlatai, melyek időben és társadalmi-kulturális beágyazottságban is mások. Néhány példát említek: a Drucker által szorgalmazott „manager’s letter” és a feedback-elemzés, a puritánok közkeletű spirituális biográfiái, a Zappos szervezeti kultúrájában a „Core Values” vagy a „Culture Book” megszövegezése. Az érvelés azonban kellően produktívvá teszi ezeket a kontextusközelítéseket: az eltérő diskurzusok kreatív illesztése az olvasó képzeletére végzett munkaként fizetődik ki. Ez az írásmód ráveszi az olvasót arra, hogy felszabadítsa elméjét, melyet prekonceptiók, kulturális beidegződések és nyelvi sablonok terhelnek meg. Így jobban megértjük, mit vár el Drucker az üzleti vezetőtől a vállalati élet rutinjában: a megrögzült mentális formulák nyomásától megterhelt elméjét frissítse fel új meglátásokkal.

A *nyelvkeresés és a tárgyterület alakítása* feltehetőleg komoly szellemi feladat elé állítja majd az olvasót. A társadalomtörténeti, kultúra- és irodalomtudományi, a szervezetkutatási és a vezetéstudományi szakirodalom, továbbá az üzleti irodalom és a különféle sajtóanyagok szövegtípusai, fogalmi rendszerei a regisztereket keverve lépnek be a könyvben kibontakozó diszciplína- és diskurzusközi érvelési mezőbe. A monográfia a felsorolt területekről egyaránt számíthat érdeklődésre, hiszen a költői imagináció és az üzleti menedzsment víziókényszere közötti analógia kifejtésében megtalálhatja a neki fontosat a menedzser, a társadalomtudós és a bölcsész is. Instrumentálisan hasznos tudás van itt felhalmozva a vezetéselmélet és a gyakorlati menedzsmentmunka számára. Közben a szervezettudományi és öngondozási diskurzus nyelvi-retorikai elemzéséből azt is megértjük, hogy itt érték-konstrukciókról van szó, melyek a gazdasági és szervezeti folyamatokat alakítják, s befolyásolják az üzleti életről kialakult képünket.

Hadd szemléltessem ennek a sokrétűségnek a *produktív* erejét azzal, hogy felkeresem a könyvbeli szemlélet egyik kulcsszavának, a „dinamika” fogalomnak az előfordulási helyeit, s megvizsgálom, milyen használati értékben áll ott. A „dinamizmus” fogalma segít leírni egy intellektuális stílust, mely azon a tapasztalaton alapul, hogy a viszonylatok nem előre rögzítettek, instabilak, ismeretlenek, megjósolhatatlanok, kölcsönösen kapcsolódnak, kontextusoktól függően átíródnak. Dinamizmusa van „az élet valós gyakorlatának” (156.), erre az jellemző, hogy „az üzleti élet hagyományos logikája és racionalitása nem képes mindig kezelni”. Don Slater kulturális gazdaságtani írásához kapcsolódik az a megfogalmazás, hogy a termékfejlesztés, piactervezés, marketing és reklámozás területén az üzleti mechanizmusok „szemiotikai folyamatok dinamizmusát idézhetik fel” (78.). Egy termék-kategória újrafogalmazása a termékpiac destabilizálására is képes, ez az újrapozicionálás egyaránt feltételez kulturális kontextus-ismeretet és eszközszerűen racionális törekvéseket. Itt az érvelés a gazdaság szimbolikus-szemiotikai aspektusát erősíti, emlékeztet arra, hogy a szektorokat összeköti a szimbolikusság (John Allen), a gazdasági élet kulturalizálódik (Paul du Gay, Michael Pryke), a „jelműveltségben” (Scott Lash, John Urry) az érzéskülönbségek olyan szimbolikus-kulturális tényezők,

melyek átrajzolják a piaci struktúrákat. Máshol az eltérő érdekű egyetemi tudományterületek egymásba átcsúszását mintázza a piaci csereügyletek, „az adás-vétel (vagy épp a fúziós/felvásárlási összeolvadások) üzleti dinamizmusa” (163.). Ismét más helyen a poétika és a retorika szakterületi hagyományából vezet át az érvelés a menedzsment területére. Előbb a képzelet emberi képességéről van szó, az elme belső munkája és a külső környezet közötti közvetítésről, s ennek médiumaként egymásba átcsúszó textuális jelenségek (imaginációk és észérvek) retorikai dinamizmusairól (27.), később viszont a menedzseri-vállalkozói vízióról, melynek hatni kell a munkahelyi-üzleti életre. A két terület közötti átmenet mintája Kenneth Burke retorikafogalma, amely a társadalmi kapcsolatok „identifikációs dinamikusságát” (27.) egyesíti a szóművészeti imaginációval. Máshol más összefüggésben Charles Handy írásmódját úgy ismerjük meg, hogy abban „a pragmatikai (beszédhelyzeti perspektívák közötti) dinamizmusok” (215.) az intenciók transzferét, kölcsönfolyamatát indítják be.

Összességében a *Menedzser humanizmus* monográfia a társadalmi innováció-menedzsment szakírásosságának filozófiai diskurzusanalízisét hajtja végre. Főhőseihez hasonlóan Sebestyén Attila a kultúrabróker produktivitásával reflektál az analizált diskurzusok összeszövődéseire, könyve így válik a lelki és intellektuális inspirálódás, a „változtasd meg önmagad” imperatívuszát érvényesítő *self-help* képviselőjévé. (*Erdélyi Múzeum-Egyesület*)

OLÁH SZABOLCS

Megidézett jelenlét

LÁNG ORSOLYA: *TEJSZOBOR*

Láng Orsolya *Tejszobor* című első kötete nemrégiben látott napvilágot az Erdélyi Híradó Kiadó és a Fiala Írók Szövetségének gondozásában. A szöveg középpontjában az elbeszélő és társának kapcsolata, majd szakítása áll. A narrátor – látszólag – a mindenkor jelenen innen, olykor attól kisebb időbeli távolságot felvéve regisztrálja az eseményeket és interakciókat, de néhol a gyermekkori emlékek is beszűrülnek a narratívába. Innen nézve az első fejezet (*Tejfogak*) némileg rendhagyó is, mivel az kizárólag a gyermekkor eseményeit beszéli el, mintegy magába sűrítve mindazt az élményanyagot, amelynek fragmentumai a későbbiekben még elő-előbukkannak. Nem imitálja az elbeszélő a gyermeki nyelvezetet, így nem töri meg a regény nyelvi homogenitását sem. De a szöveg nyilvánvalóan fel is hívja a figyelmet az elbeszélés retrospektív jellegére, amikor önleplező gesztussal azt állítja: „Zorrónak öltözöm az álarcosbálon. Anyám szemceruzával húzza ki a bajuszom. Ő inkább a bohócot ajánlotta, de csak három év múlva engedtem neki.” (12.)

A narrátor a második fejezetben (*Tenger*) ismeri meg későbbi társát, s innentől fogva megszólalásai egyben a másik, a „te” megszólításai is, a líra beszédhelyzetét idézve fel ezzel az eljárással. Az aposztrophé eseményszerűségére többször rá is játszik, amikor a szöveg enyhe retrospektívja újra és újra jelen idejű elbeszélésbe csúszik át: „Így érkeztünk meg a szigetre, ahol a gépből kilépve meg kellett ta-