

HORVÁTH Dóra – MITEV Ariel

ELŐSZAVAK ÉS ELŐKÉPEK: VENDÉGSZERKESZTŐI ELŐSZÖVEGEZÉS

Előszavak

A szerkesztői előszó klasszikusan az a műfaj, amit az Olvasók általában elegánsan átlapoznak. Ezúttal az előszavak mellett előképekkel is élünk, ami jobban összecseng a Vezetéstudomány mostani, kvalitatív fókuszú számának filozófiájával, valamint most megújuló formavilágával.

A Vezetéstudomány kvalitatív számához vendégszerkesztőként olyan cikkeket kerestünk, amelyek kvalitatív technikát használnak, és amelyek módszerei vagy eredményei jól használhatók vezetők vagy gyakorló kutatók számára. A szám célja az interdiszciplináris együtt-gondolkodás és párbeszéd elősegítése, emiatt ösztönöztük más tudományterületek jó gyakorlatának megismerését is.

Ennek oka, hogy az új, innovatív látásmód a jó kutató és vezető alapvető készsége. Alapvető kérdés, hogy képes-e olyan problémákat meglátni, amelyek mellett mások elmennek, vagy képes-e a már ismert problémákra másként tekinteni. Az új látásmód gyakran megkívánja a kvalitatív módszerek használatát, legyen szó valamilyen speciális vezetési vagy kutatási problémáról, ilyenkor ugyanis a standard, más helyzetben kiválóan működő technikák csődöt mondhatnak. A megoldást gyakran a különféle diszciplínák összekapcsolása eredményezi.

A felhívás hatására olyan cikkek érkeztek, ahol a zenészek (kutatók) hozták a saját hangszereiket (módszereiket), egy olyan sajtóságos zenekart létrehozva, ahol a hangszerek nem feltétlenül szokványosak, bár kétségtelenül egyedi hangzásvilágot alkotnak. A szerzők nem kizárólag új vagy csak ritkábban használt hangszereket szólaltattak meg, hanem le is játszottak egy-egy darabot, amelyet ők írtak. A cél, hogy a műértő olvasó mindezek után képes legyen válogatni a felsorakoztatott hangszerek közül és kis gyakorlással megszólaltatni azokat.

Egy új módszertannal való szembesülés vagy ismerkedés kulturális sokként érheti a kutatót, melynek mértékét alapvetően a kulturális távolság határozza meg (Malota, 2013), vagyis függ a saját módszertani

kultúra (azaz a kutató által megszokott módszertani környezet) és az idegennek tetsző, új kultúra eltéréseinek fokától.

Bogáromi Eszter és Malota Erzsébet cikkükben a kulturális sokk és a fogyasztói akkulturáció kétirányú, interdiszciplináris megközelítését vizsgálják. Ez a felütés izgalmas, módszertani értelemben pedig könnyedebb, felvezető jellegű stílust jelent. Oborni Katalin egy speciális kulturális közeg, a szervezetek vizsgálatához ad ötleteket és módszereket, melynek során a kutató az árnyékban marad, majd abból kilép, így adva játéktérrel az etnográfiai szervezeti kutatásoknak. Kassai Szilvia, Pintér Judit Nóra és Rácz József tanulmányukban az interpretatív fenomenológiai analízis (IPA) módszertanát és gyakorlati alkalmazását mutatják be, kiemelve azt, hogy az egyén tapasztalata csak annak kontextusában értelmezhető.

Vicsek Lilla kinyitja a kvalitatív kutatások csatornáit, mivel az online fókuszcsoporthoz alkalmazásába enged betekintést, különös tekintettel a szövegalapú online fókuszcsoporthoz. Az online környezetnél maradván Gál Tímea, Soós Mihály és Szakály Zoltán a netnográfia módszertanát választják, amikor az egészségtudatos táplálkozással kapcsolatos fogyasztói gondolatok feltárását tűzték ki célul. Géring Zsuzsa a sokszínűséget tovább fokozza azzal, hogy az online CSR-kommunikációt kevert szövegelemzési módszerrel, tartalomelemzéssel és diskurzuselemzéssel vizsgálja.

És akik számára az eddig bemutatott módszertani sokk nem volt kellően jelentős, vagy még tovább szeretnék tágítani módszertani ismeretüket, Király Gábor részvételi rendszermodellezésre építő megközelítése, valamint Kása Richárd és Réthi Gábor fuzzy logikára építő modellezési módszerei valódi csemegét jelenthetnek.

Előképek: Cosovan Attila VY meséjéhez

A Vezetéstudomány 2017. áprilisában megjelenő száma azért is különleges, mert kvalitatív megközelítésű cikkei mellett új borítót és logót kapott, így egyben

nemcsak a társadalomtudományi gondolkodás kvalitatív szemléletének aktuális irányait, hanem a *design-kommunikáció, tervezői, alkotói kapcsolatteremtés* kutatói folyamatát is végigkövethetjük.

Cosovan Attila tervezőművész, nemcsak új arculatot hozott létre a megújuló Vezetéstudomány számára, hanem megosztja, mit jelent a fejlesztésbe integrált kommunikáció, mit fedezhetünk fel a VEZETÉSTUDOMÁNY betűsorban, fogalomban és tudományterületben. Egyben demonstrálja, hogy miben különbözik és kapcsolódik egymáshoz a szisztematikus kreativitásra építő designgondolkodás (Brown, 2008), a megfelelő viszonyrendszerben felállított kérdésfelvetés és a mindenki számára elérhető empátiára építő design-kommunikáció (Cosovan, 2009).

A VY jel kiválasztása nem véletlen, jelen van, de *a megfelelő kérdésfelvetés nélkül mi nem tudjuk felfedezni* azt. Amikor elolvassuk Cosovan Attila által kiválasztott betűkombinációt – melyet mind gépelve, de kézzel is saját kézírásunk stílusában is írhatunk/rajzolhatunk -, egyértelművé válik miért érdemes a rutinná vált tudományos módszereket művészeti megközelítésekkel kiegészíteni és kombinálni (Eisner, 1985; Brown – Reid, 1997) hiszen:

- a megfogalmazás célja: a *képzelet stimulálása*, gondolatébresztés,
- az értékelés kritériumai az addig észrevétlen dolgok láthatóvá tétele,
- az ábrázolásmód jellemzői az evokatív, *felidéző* megállapítások,
- tapasztalatokra, élményekre és jelentésekre fókuszál,

- általánosítás helyett egyedi eseteket tanulmányoz, és azt feltételezi, hogy az általánosítás azokban a különleges esetekben rejlik, amelyekből általánosabb tanulságok vonhatók le,
- kerüli a *szabványosítást*,
- a *kreatív önkifejezés* engedélyezett és elvárt,
- cél a *heurisztikus és nem az algoritmikus* magyarázat, mellyel a megértés növelhető,
- a kutató maga a kutatás egyik legfontosabb eszköze,
- jellemzője módszertani pluralizmus, ahol a tudás a kérdéses élmények és tapasztalatok sikeres *felidezéséből* táplálkozik,
- alapvető cél a jelentésalkotás és megértés; olyan állításokat keres, amelyek képesek megváltoztatni a jelenlegi világról alkotott elképzeléseinket.

Felhasznált irodalom

- Brown, S. – Reid, R. (1997): Shoppers on the verge of a nervous breakdown. in: Brown, S. – Turley, D. (eds.): Consumer research: Postcards from the edge. London: Routledge, 79-149. o.
- Cosovan A. (2009): DISCO. Co&Co Communication. Budapest, http://issuu.com/cosovan/docs/ca_disco_web
- Brown, T. (2008): Design thinking. Harvard Business Review, 86(6), 84-93. o.
- Eisner, E. (1985): The Art of Educational Evaluation: A Personal View. London: Falmer
- Malota, E. (2013): Kulturális sokk és adaptáció. in: Malota E. – Mitev A.: Kultúrák találkozása. Budapest: Alinea