

# A BESZÉDMÓD VIZSGÁLATA MINT SZERVEZETI KUTATÁSI ESZKÖZ

## EXAMINATION OF SPEECH AS AN ORGANIZATIONAL RESEARCH TOOL

Domschitz Máttyás<sup>1</sup>, Csorba Zsuzsanna<sup>2</sup>

<sup>1</sup>PhD (a nyelvtudomány doktora), szervezetfejlesztő vállalkozó  
domschitz.matyas@gmail.com

<sup>2</sup>doktorandusz, Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest  
csorbazsuzsanna3@gmail.com

### ÖSSZEFOGLALÁS

A szervezetek működésének megismerése a gazdaság élénkítéséhez és az emberi jólét eléréséhez járul hozzá. A tanulmányban egy olyan módszertani eszközt mutatunk be, amely a beszédmódot és annak elemzését állítja a középpontba. Az interjú eszközt alkalmazó módszertan arra támaszkodik, hogy a beszédmódból következtetéseket lehet levonni a szervezetre vonatkozóan, mivel a beszélő jellemzően adott szituációról beszél, a társas valóságra utal. A kutatási módszer szempontjából ez abban nyilvánul meg, hogy milyen arányban használja a beszélő az első személyű és harmadik személyű igéket. Amennyiben több első személyű igét használ, abban az esetben van saját igéje a szituáció leírására, magát is hatótényezőnek tekinti, ha viszont nincs, és inkább a harmadik személyű igék dominálnak, akkor pedig az eseményeknek csupán a szemlélője, elszenvedője. A tanulmányban ezt a módszertani megközelítést bontjuk ki, és részletezzük annak egyes elemeit a gyakorlatban keletkezett példák segítségével.

### ABSTRACT

Understanding how organizations work contributes to revitalizing the economy and achieving human well-being. In this study, we present a methodological tool that focuses on speech mode and its analysis. The methodology using the interview tool relies on the fact that conclusions can be drawn from the way of speaking about the organization as the speaker typically speaks of specific situations, referring to social reality. From the point of view of the research method, this is manifested in the proportion of the speaker using first-person and third-person verb endings. If he uses several first-person verb endings, then he has his own verb to describe the situation, he also considers himself to be an influencing factor, but if third-person verb endings dominate, then the speaker is only an observer of the events. In the study, we elaborate on this methodological approach and detail some of its elements with the help of examples generated in practice.

**Kulcsszavak:** szervezetkutatás, módszertan, beszédelemzés, interjú

**Keywords:** organizational research, methodology, speech analysis, interview

## BEVEZETÉS

A szervezetek működésének megismerése a gazdaság élénkítéséhez és az emberi jólét eléréséhez járul hozzá. A megismerési folyamat jelentősége abban ragadható meg, hogy hozzásegíti a szervezet tagjait ahhoz, hogy azonosítsák a cégen belüli és a céghez kapcsolódó, de a szervezeten kívüli fájdalompontokat, vagyis azokat a területeket, ahol beavatkozás szükséges. Nem mellesleg, mindez segíti a céget, hogy egy új perspektívából legyen képes önmagára tekinteni.

Ez a feltárási folyamat számos eszközzel lehetséges, melyek bemutatása nem célja ennek a tanulmánynak. Az viszont igen, hogy egy általunk alkalmazott, újfajta kutatási módszertant ismertessünk meg az olvasóval.

A kétezres években több szervezetfejlesztést végeztünk a felvétel-visszajelzés (FV) módszerrel, ahol másfél-kétórás interjúkkal tártuk fel, hogy hogyan látják a szervezet vezetői a vállalat helyzetét. Az ezekből készített összegzést visszajelztük a vezetői csapatnak, és ezt problémamegoldó vezetői meetingek követték. 2019–2021 között pedig *startup*ok alapítási történetét és kommunikációját vizsgáltuk ezzel a módszerrel.

Az emberi beszéd az önkifejezés egyik eszköze, gondolatainkat, érzéseinket ez által tesszük közzé, ez által válhat az implicitből explicit tudás. A beszéd nemcsak a beszélőjéről árul el információkat, hanem arról is, hogy egy szituációban ő milyen szerepet tölt be, és ez milyen érzéseket kelt benne. A beszédmódból tehát a társas valóságra vonatkozóan is tehetünk megállapításokat, nem csupán az egyénre vonatkozóan.

A tanulmányban ezt a módszertani megközelítést bontjuk ki, és részletezzük annak egyes elemeit a gyakorlatban keletkezett példák segítségével.

## FENOMENOLÓGIAI PERSPEKTÍVA

A kutatásban az interjúk kvalitatív kutatási módszertannal kerültek feldolgozásra. A kvalitatív kutatási módszertan a korábban szinte általános statisztikai, kvantitatív, megszámlálható adatokkal dolgozó és az összefüggések statisztikai feldolgozásán alapuló módszertanok dinamikusan fejlődő alternatívája.

A kutatás során alkalmazott megközelítés a fenomenológiai szemléletet követi. Ezt a lélektan egyik (hasonló értékrendű) áramlata, a fenomenológiai megközelítés írja le részletesen (Atkinson et al., 1997). Ez a fajta módszertan arra törekszik, hogy a vizsgált populáció, szervezet, csoport valóságát azokkal a fogalmakkal, megközelítésekkel írja le, amelyeket azok használnak, s a leírásba minél kevesebb előzetes koncepciót vigyen. Ez persze nem könnyű. Ebben a megközelítésben meghatározó egyfajta holisztikus emberkép, ami igyekszik elkerülni azt, hogy a szervezetekre kívülről erőltessünk fejlesztési mintákat, és megértési koncepciókat.

A fenomenológiai megközelítés kutatásra is hatást gyakorló következményei, melyek áthatják a munkát, az alábbiak:

Arra figyeltünk, hogy a szervezeti problémákat hogyan éli át az egyén, hogyan élik át a szervezet tagjai. Nem annyira külső diagnosztikus mércével akarjuk megismerni a szervezetet, inkább arra törekszünk, hogy azt ismerjük meg, ahogyan ők ismerik a szervezetüket és a problémáikat. Ezért a fejlesztőnek tanulni kell a fejlesztett szervezettől ahhoz, hogy fejlesztő módon tudjon részt venni a folyamatban.

A szervezetek mint emberi rendszerek felfogásában személyekkel találkozunk, amikor szervezetekkel dolgozunk. A szervezetek csak az egyénekből, egyének által és az egyének csoportjai és viszonyaik által léteznek. Ezért nem vétünk, ha a szervezetfejlesztésben az emberekben megélt „személyesen és kollektíven konstruált” szervezetekből indulunk ki.

Nem keresünk „objektív” számszerű adatokat, mert az adatok keresésében már előre ott van valamilyen konstruktum – a miénk. Nem keressük, hogy milyen adat mutatja be a mi értelmezésünk szerinti valóságot, s elfogadjuk, hogy minden adat értelme egy adatot befoglaló értelmezési konstrukcióban keletkezik. Értelmezési konstrukció nélkül nincsen adat. Ezért minden kérdőív felmérésben előre ott van a kérdőív készítőjének világlátása, s a kérdőívvel bevitt a vizsgált valóságba.

De milyen az a valóság, amibe nem vittük bele a mi előzetes értelmezésünket? Azt gondoljuk, hogy lehetetlen előzetes értelmezési kereteket nem bevinni egy kutatásba (ezt egy ismeretelméleti fejtegetéssel tudnánk csak megerősíteni, erre most nincs idő és keret), azonban a fenomenologikus módszertan tudatosan igyekszik ezeket csökkenteni.

Amit mégis „bevittünk”, az a szervezetek egy holonikus modellje. Ez azt mondja, hogy minden szervezet egyszerre része egy környezetnek és egésze a részeinek. Ezekből következnek úgynevezett szervezeti rendszerfunkciók (Dom-schitz, 2014).

Ezek:

- Adaptáció: ennek révén illeszkedik be a szervezet a környezetébe, ez válasz arra kérdésre, hogy „Kik vagyunk és mi a szerepünk a környezetünkben?”.
- Célelés: a szervezet működtetése a célok elérése érdekében.
- Integráció: a szervezet részeinek összehangolása, integrációja.
- Mintafenntartás: a szervezet identitásának, azonosulási mintáinak, normáinak konstruálása.

A fentiek adták az interjúk felépítésének struktúráját.

Azt, hogy a vizsgált szervezeti egységeknek vannak adaptációs problémái, már a kutatási ötlet megszületése előtt is tudtuk. Mégsem úgy készültünk, hogy előre megfogalmaztuk volna, hogy mit kell az adaptációs problémákról megtudnunk,

csak annyit, hogy kérdezni fogunk az egységek és környezetük viszonyáról. Hogy mik az adaptációs problémák, egyáltalán vannak-e, azt a válaszok későbbi elemzéséből igyekszünk kideríteni.

## A MÓDSZERTAN BEMUTATÁSA

### Interjú

A kutatás elején felállított hipotézisek háttérbe szorítása volt a cél, hogy ezek ne befolyásolják az eredményeket. Nyitott kérdések segítségével meséltek a résztvevők életük s benne a szakmai életútjuk meghatározó szakaszairól, időszakairól, és jellemezték a cég pozícióját a piaci környezetben. A mintegy másfél órára tervezett interjú öt részből állt.

Az első rész központi témája az volt, hogy milyen impulzusok révén jutott ide. Az „ide”, az a szervezeti pozíció szerep volt, vagy a startup-alapító szerep. Az interjúalanyok kis kártyákra rögzítették, majd időrendbe rendezték azokat a fontos impulzusokat, amelyek arra motiválták őket, hogy ezt a szerepet töltsék be. Kitérhetek személyekre, csapatokra, iskolákra, életszakaszokra, élményekre, bármire, ami szerepet játszott abban, hogy a betöltött pozícióba jutottak. Mindent külön kártyára kellett írniuk. Az interjú során elegendő időt érdemes hagyni a páasztázásra, hogy ne maradjanak ki a fontos élmények. Néhány esetben az interjúztató plusz kérdéseket tett fel, ezek azonban nem diagnosztikus kérdések voltak. Így az interjúrészek lazán strukturáltak voltak, a fő váz kivételével nem voltak egyformák. A fenomenológiai megközelítésnek megfelelően az interjúalany valósága töltötte ki a mondandót, ahogyan az benne megfogalmazódott.

Az interjúk előrehaladtával minták alakultak ki, melyek vissza-visszatértek az interjúk során. Ez igaz volt mind a cégeken belüli szervezetek vezetőire, mind a startupokra. Felmerülhet a kérdés, hogy ha az interjúalanyok szabadon mesélnek, és az interjúk hossza sem egyforma, standardizált, torzul-e a kutatási eredmény, össze lehet-e hasonlítani a szervezeteket, az interjúkat? Igen, össze lehet hasonlítani, de hogy miért, azt az elemzési módszernél mutatjuk be.

Az interjú elején az „ide” vezető életút bemutatását kértük. A történetmesélésnek még *identitáskonstruáló* szerepe is van, nemcsak leírja az identitást, hanem konstruálja is. Lehet, hogy valaki most először mondja el így a történetét. A történetmesélés azzal, hogy újrakonstruálja az identitást, változtat is rajta. Erősíti. Itt a másik fontos szempont, hogy ha arra kérjük, hogy arról meséljen, hogyan lett startup-alapító, az más történet lenne, mint ha azt kérdeznénk, hogyan lett családapa. A kérdésünk csak egy életszerepre kérdez rá. De ez is a kutatás célja. Ezt azért fontos leírni, hogy ne higgyük, hogy az egész személyt értjük meg vele. Azt is tudjuk, hogy a történetmesélés mindig a jelen pozíciójából történik (Ass-

mann, 1999). Ez a jelen nemcsak időbeliséget jelent, hanem egy konkrét szituációt is. Itt azt, hogy itt és most hol van az interjúalany ebben a kutatási szituációban. Tudjuk, hogy maga a kutatás befolyásolja a megismert valóságot, és ez még a fizikai kísérleteknél is így van, a társadalomtudományi kutatásokra ez még inkább jellemző. Kiküszöbölhetetlen. Be kell vallani, és tenni kell ellene. Ezért van a fenomenológiai módszertan, hogy a lehető legkevesebb ilyen hatás legyen.

A következő négy interjúrészlet a szervezet rendszerfunkcióira fókuszált, ezek ismertetése a fentiekben megtörtént. Az adaptációs funkció tárgyalása során az interjúalany egy üres lapra felírta azokat a környezeti tényezőket, amelyek a szervezetre hatnak, amelyeket fontosnak tart. Ezt követően a következő utasítást kapta: „Írj két listát arról, hogy mi az, ami jól működik ezen a területen, és mi az, ami javítandó”. A leírtakat végül egyben mesélte el az alany. Ezzel a szervezet és az interjúalany környezeti adaptációját ismerhettük meg. Eleinte itt is ritkán kerültek elő kérdések, idővel pedig hasonló minták és elemek jelentek meg.

A harmadik kérdéskör a célelérő funkcióra kérdezett rá: „Hogyan működteti a szervezetet? Milyen a szervezet vezetése?”. Itt már lendületben volt a mesélő, és a korábbi elbeszélésben is volt erre a funkcióra utaló részlet, így a kártyákra nem volt szükség.

A negyedik kérdés az integrációs funkcióra vonatkozott: „Ezt a többféle tevékenységet, többféle emberi szándékot össze is kell integrálni, kommunikálni. Hogyan csináljátok?” Később kérdések hangoztak el arról, hogy vannak-e kezelendő konfliktusok, és ha igen, hogyan kezelik ezeket.

Az ötödik kérdéskör a mintafenntartó funkcióra utalt: „Mit gondolnak a kollégák a szervezetről?”, „Kötődnek-e az emberek a szervezethez?”, vagy „Szerinted büszkéek rá, hogy itt dolgoznak?”, „Vannak-e céges ünnepek, »összetartások«, esetleg névnapok, születésnapok?”.

Az interjúalanyok gyakran elcsodálóztak azon, hogy így még soha nem gondolták végig a szakmai életútjukat és szervezetüket. Elvitték a kitöltött kártyákat is, hogy dolgozzanak velük.

### Az elemzés

Az interjúk rögzítése diktafonnal történt, ami lehetővé tette a későbbi szövegelemzést.

Az interjúk szöveges változata gépeléssel és az Alrite programmal készült, amit a szövegelemzés követett.

### *Az igehasználát elemzése*

Az első kutatás egy bolthálózat boltvezetőinek problémáit vizsgálta. A boltok nem bírták a versenyt a betelepült multinacionális cégekkel. A mintában szerepelt egy olyan bolt is, ahol ugyanabban a piaci helyzetben jól megy az üzlet.

A legtöbb interjúban sok-sok panasz hangzott el, nem úgy a sikeresnek mondott bolt interjúja esetén, ahol a vezető sokkal dinamikusabb volt. Felmerült a kérdés, miből érezhető ez a dinamika. Az ok abban volt keresendő, hogy az interjúalany többször beszélt arról, hogy ők mit csinálnak, és arányaiban kevesebbet a versenytársakról. Ez a példa igazolta az akkor még csak sejtésként felvetett elképzelést, hogy számít az első és harmadik személyű igék száma. A sikeres cégnél nagyobb arányban voltak az első személyben használt igék (mit csinálók én, mi?), és kevesebb volt a harmadik személyű igehasználata (mit csinálnak mások). Ekkortól ezt is felhasználtuk a szövegek elemzésénél.

#### *Lázás témák*

Az igehasználata elemzése során megjelöltük az első és a harmadik személyben használt igéket, illetve feltárásra kerültek azok a szövegrészek, ahol jelentősen eltért az első és harmadik személyű igehasználata. Azokat a témákat, ahol jelentősen megnőtt a harmadik személyű igehasználata aránya, „lázás témának” neveztük. Mint a betegségénél, a láz jelzi, hogy valamilyen gond van, de nem tudjuk még a betegség okát. Az első személyű igehasználata csökkenése arra utal, hogy a beszélő leír valamilyen környezeti viselkedést, de nincs elégséges cselekvő válasza rá. Ezt neveztük reaktív beszédnek.

A reaktív beszédekből készítettünk egy „lázás témák” adatbázist – egy problématerképet. Ezek a témák jól mutatták, melyek azok a jelenségek, amelyeket észlel a beszélő (a szervezet), de nincs elég cselekvési válasza rá. A legtöbb kutatásunk szervezetfejlesztést készített elő felvétel-visszajelzés (FV) módszerrel. Az ilyen szervezeti problématerképek azt mutatták meg, hogy hol vannak azok a területek, ahova több készség „ige” kellene.

A fejlesztés lehetőségei között hasznos egy motivációs modellt is bemutatni. Ez a modell azt mondja, hogy ahhoz, hogy valaki motiváltan cselekedjen, két kérdésre kell tudnia igent mondani: „Meg tudom csinálni?” és „Megéri megtenni?”.

A „képes vagyok?” kérdésre az önértékelés, a tudás, a képességek és az eszközök fejlesztésével lehet jobb válaszokat adni. A „megéri-e megtenni?” kérdésre az érdekeltségi rendszer és a személy hosszú távú fejlődési lehetőségei lehetnek a válaszok, a húzóerők. Ezekkel az irányokkal operacionálizálni lehet a fejlesztés lehetőségeit.

Tehát a „lázás témák” feltárásánál a fejlesztési lehetőségek feltárása volt a cél. Ezzel a módszerrel az explicit elmondott szöveg mögé is be lehet nézni. Az elemzés olyan réteget is megmutat a beszédben, amelyet az interjúalany nem tudott (tudatosan) vagy nem akart elmondani.

#### *Címkék*

Az igék elemzésére alapuló módszertan egy startupokkal folytatott kutatásban fejlődött tovább. A keretrendszer, az interjúzás, az anyagfeldolgozás az előzőekkel megegyező módon történt.

Miután a proaktív és reaktív igék azonosítása megtörtént, egy témarendszer felrajzolása következett. Azonosításra kerültek azok a témák, amelyek az interjúkban visszatérő mintázattal fordultak elő. Ezeket különféle címkékkal láttuk el, mint például alapítási körülmények, befektetők, szervezeti kommunikáció.

Ez hozzásegített ahhoz, hogy kirajzolódjon, mely témák térnek vissza az interjúalanyoknál.

#### *A statisztikák és összefüggések*

A startupok kutatásában a címkézést a kapott adatok számszerűsítése követte. Az igehasználat elemzését a témacímkékre vetítve az egyes témákra vonatkozóan lehetett megnézni a proaktív/reaktív igék arányát. Ez a gyakorlatban annyit jelentett, hogy témacímkével ellátott szövegrészekben az első és harmadik személyű igék megszámlálásával, majd az adott témacímke összes vonatkozó szövegrészeinek összesítésével megállapítható, hogy egy téma esetén milyen arányban jelennek meg a proaktív (P) és a reaktív (R) igék.

A téma szerinti P/R-arány megállapítását követően össze lehetett vetni az eredményeket a beszélő átlagos P/R-arányával, ami a lázas témák azonosítását segítette.

Ez az elemzés tizenkét interjúra terjedt ki, fontos azonban kiemelni, hogy ennél a módszertannál az alapsokaság nem az interjúalanyok száma, hanem az elemzésbe bevont igék száma, ami több mint tízezer igét jelentett.

Az érthetőség kedvéért vegyünk egy példát. A kutatásban szereplő egyik témacímke a *szervezeti kultúra* volt. Miután a szervezeti kultúráról szóló szövegrészek és a proaktív/reaktív igék azonosításra kerültek, két adat állt elő:

- A *szervezeti kultúra* témacímkéhez kötődő első és harmadik személyű igék aránya az összes első és harmadik személyű igéhez képest (P/R-arány) (%).
- Az átlagos P/R-aránytól való eltérés és az átlagos eltérés (%).

Ebből arra következtettünk, hogy a szervezeti kultúra területén a szervezet mennyire magabiztos, mennyire küzd problémákkal, mennyire látja, hogy a környezet dominál, a szervezet pedig követő, vagy mennyire tud cselekvő státuszba helyezkedni.

A startup cégvezetőkkel folytatott kutatásból kiderült, hogy átlagosan a használt igék 48%-a első személyű, 52%-a pedig harmadik személyű volt. Ez a P/R-arány az átlagostól átlagosan 7%-kal tér el, vagyis valamivel több első személyű igét használtak a beszélők a *szervezeti kultúra* szövegrészeknél. Ebből arra lehet következtetni, hogy ennek építése fontos a startupok számára.

Miután előálltak az egyes témákhoz kapcsolódó P/R-aránypárok, a következő lépésként összefüggéseket lehetett keresni ezek között. Ebben az esetben a szervezeti kultúra leírására használt szövegrészekben megfigyelhető P/R-aránytól való eltérés és aközött vizsgáltuk az összefüggést, hogy a vezető milyen arányban beszélt egyes számban.



Az összefüggések megállapítása során a Pearsons-féle korrelációvizsgálat és a szignifikancia megállapítása adta az alapot. Az eredmény értelmében szignifikáns kapcsolat van az egyes számban beszélés és az átlagos P/R-aránytól való eltérés között a szervezeti kultúrára vonatkozó szövegrészekben ( $R = -0,32$ ). Az eredményből arra lehet következtetni, hogy minél inkább egyes számban beszél a vezető, annál inkább ő a képezi a szervezet középpontját, annál inkább tőle függenek a folyamatok, így a szervezeti kultúra építése háttérbe szorul, arra kevesebb figyelem jut. Ez hosszú és rövid távon is problémát okozhat a szervezet életében.

### PROAKTÍV ÉS REAKTÍV IGÉK AZ ELEMZÉS SZOLGÁLATÁBAN

A proaktív és reaktív igék alapján történő elemzés alaposabb megértéséhez néhány példát mutatunk be a következőkben, illetve részletesen körbejárjuk a P/R-arány kérdését.

#### Reaktív szövegek a vizsgált szervezetről

A következő idézet egy műszakvezetővel készített interjú részlete, akinek az a jellemző problémája, hogy gyakran nincs a raktárban az az alkatrész, amely a termelésirányító rendszer szerint ott van.

- „– Azt mondd, van, és nincs [...] Mitől lehet az, hogy nincsen, miközben azt látod a rendszerben, hogy van?
- Hát ez jó kérdés, vagy a leltárnál valami nem stimmelt, vagy ugye az alapanyagnál lehet az, hogy többet *használtak fel*, nem *vonták le* a súlyt, *nem tudom* igazából.
  - És ha többet használtak fel, honnan kapsz te arról feljegyzést?
  - Igazából, tehát nekem, ami *előjött*, az az, hogy nem stimmel a raktárkészlet ezeknél az alapanyagoknál, ilyen alumínium *fordult elő többször*, *de nem tudom*, hogy az az oka, hogy most épp *nem találták* meg a raktárban, mert nagyon sok alumínium *van*, vagy csak az lehet az oka, hogy leltárkor év elején rosszul *számoltak* meg valamit, vagy, mert elvileg *megvannak* a méretek, mekkorát *vágnak le* belőle, elméletileg stimmelnie kellene a raktárnak, de aztán mindig *előjönnek*, hogy valami nem stimmel.”

A fenti szöveg csak illusztrációként szolgál. Ha sok ilyen szövegrészt találunk, a témát lázas témának tekintjük.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> A többi interjú elemzéséből és a *meetingekből* aztán kiderül a mögöttes probléma: a magyar beszerzők és a nekik beszállító osztrákok viszonya nem egyenrangú. A kezdő magyar beszerzőnek kisebbségi érzése van az öt lenéző osztrákkal szemben. A leányvállalat nemrég települt ide, az osztrák beszállítók korábban osztrák cégnek dolgoztak.



A kérdés az, hogy árulkodik-e az ily módon történő elválasztással keletkezett adat, jelen esetben a ragozott igék megszámlálása a beszélőkről s azok társadalmi helyzetéről. A kvalitatív adatot képzésével ez a kérdés megválaszolható.

A kvalitatív adat akkor keletkezik, amikor egy új tulajdonságot rendelünk egy addig nem adatként létező jelenséghez (itt az ige első és harmadik személyű ragját), és így olyan észlelhető mintákat teszünk láthatóvá a szövegben, amelyeket korábban nem láthattunk (Ehmann, 2002).

A kvalitatív adat keletkezésének folyamatában a valóság megfigyeléséről történő előzetes döntés egy minőségi döntés, hogy egyáltalán „értelmes-e” a szövegben előforduló ige ragozását figyelünk. Ebben a minőségi döntésben van egy előzetes hipotézis arról, hogy ez az elválasztás beszédes lesz. És miután ez a döntés megszületett, megszámlálhatóvá válnak a különböző személyben ragozott igék. A későbbi számlálás majd megerősíti vagy elveti azt a kutatásba behozott szempontot, hogy az igék ragozási gyakorisága mást is, valami nem szándékoltat is elárul-e a beszélő valóságáról.

A kutatásban változónak tekintjük az első és a harmadik személyben megfogalmazott igék gyakoriságát. E változókat felhasználtuk arra, hogy megnézzük, a vizsgált szervezetnél hol utalhat a beszédmód olyan problémákra, amelyeket a szervezet nem tud kielégítően kezelni.

P/R-arány:  
személyiségvonás vagy csoportjellemző?

Felmerülhet, hogy itt a proaktivitás témáját érintjük, és ez a pszichológia területe. A proaktivitás–reaktivitás a sikerlélektanban személyiségvonást ír le, de nem ez volt a kutatás tárgya. Azt állítjuk, hogy az igehasználat utal a személyre, de itt nem a személyekről kívánunk állítani valamit, hanem a szervezeti helyzetről. A szövegrészletek inkább azt mutatják, hogy a beszélők hol vannak akadályozva a cselekvéseikben, illetve mit gondolnak erről.

Van-e jó proaktív-reaktív arány?  
Mi a jó arány?

Azt állítjuk, hogy a sikeres szervezeti működéshez a kiegyenlített P/R-arány a megfelelő (50-50% vagy inkább proaktív, mint reaktív igehasználat jellemző).

Ujabbán már azt vizsgáltuk, hogy az egyes beszédtémáknál változnak-e és hogyan az igeragozási arányok. Ez is beszédes lehet.

## ÖSSZEZÉS

A beszédmódra építő szervezetkutatási módszer lehetőséget teremt arra, hogy a kutató egy szervezet működését úgy ismerje mélyrehatóan meg, hogy az alany a saját és a cége perspektívájába helyezkedik.

A módszertan előnye, hogy olyan elemi dolgot vizsgált, mint a beszéd, amit nehezen tudnak manipulálni az alanyok. Itt kell megjegyezni, hogy a kutatói helyzet súlya sem nehezedik az alanyra, mivel azt a korábban bemutatott fenomenológiai álláspont képviselésével küszöböljük ki.

Korlátja a technikának, hogy szigorúan ragaszkodni kell a fenomenológiai szemlélet érvényre juttatásához, vagyis ahhoz, hogy a beszélő saját maga fejtse ki nézeteit, arról beszéljen adott témán belül, amiről szeretne.

A módszer gátja továbbá, hogy az elemzés számos pontja nem vagy csak nagyon bonyolultan automatizálható. Az első és harmadik személyű igék azonosítása a kritikus pont, ezeket manuálisan kell elvégezni, ami sok időt és energiát követel a kutatótól.

A beszédmódot vizsgáló szervezetkutatási módszertan alkalmazása jó lehetőség arra, hogy egy szervezet téma- és problématerképe felrajzolhatóvá váljon. A beszéd fonalát követve érdemes lehet megvizsgálni az egyes számú és a többes számú igék előfordulását is; a másik irány, ami lehetőségeket rejt magában, a módszertan kipróbálása idegen nyelven is.

A tanulmányban bemutatott módszertan a beszédet állítja a középpontba, túlmeleg azonban azon, hogy kiszűrje a benne rejlő információkat, mivel magát a beszédstruktúrát, az igehasználatot is információhordozónak tekinti. Hiszen mi más lehetne jobb eszköz egy szervezeti jelenség vizsgálatára, mint a beszéd ezer arcának feltárása.

## IRODALOM

- Assmann, J. (1999): *A kulturális emlékezet. Írás, emlékezés és politikai identitás a korai magaskultúrákban.* (ford. Hidas Z.) Budapest: Atlantisz Könyvkiadó
- Atkinson, R. L. – Atkinson, R. C. – Smith, E. et al. (1997): *Pszichológia.* (ford. Bodor P. et al.) Budapest: Osiris Kiadó
- Domschitz M. (2014): A szervezet mint holon. In: Demeter M. (szerk.): *Konstruált világok.* Budapest: Typotex Kiadó, 25–45.
- Ehmann B. (2002): *A szöveg mélyén – A pszichológiai tartalomelemzés.* Budapest: Új Mandátum Könyvkiadó