

18. Uő: *Filozofia Historii Sztuki*. Warszawa, 1970. 19.

19. Uő: *Sozialgeschichte der Kunst und Literatur*. 2 Bde. Fundus, Dresden, 1987. A kiadás sajátosságára és a szerkesztők nehezen érthető eljárására Robert Born hívta fel a figyelmet.

20. Uő: *Van grotschildering tot filmbeeld. Een geschiedenis van kunst und literatuur als maatschappelijke verschijnselen door Arnold Hauser*. Wereld, Amsterdam–Antwerpen, 1957.

CHARLES HANDY ÉS AZ (ÖN)MENEDZSMENT ELOKVENCIÁJA

■ Tanulmányomban Charles Handy menedzsmentirodalmi munkásságával foglalkozom. E szerző azért érdemelhet figyelmet irodalom- és kultúratudományi távlatokból (is), mert az üzleti gondolkodás és a vezetéstudomány *filozófiai eleganciájának és elokvenciájának* megteremtőjeként szokás őt számon tartani. Elemzéseim rávilágítanak: e kiemelt státusz annak köszönhető, hogy Handy – többek közt – sajátos pragmatikai és tropológiai eljárásokkal szóművészeti vonásokat *elevített meg* az üzleti és self-help gondolkodáson belül. Mindez pedig azt is bizonyíthatja, hogy az irodalmi-humán tudományos értékek az (ön)menedzsment inherens-integrált részét képezhetik.

Handyt leginkább menedzsment- és társadalomelméleti *látnoknak* vagy *prófétának* szokás tekinteni, alkalmasint – nyilván csak átvitt értelemben – *lelkésznek* is.¹ Miként Lawrence M. Fisher nagy ívű Handy-portréjában olvashatjuk: „ha Peter Druckernek köszönhető a menedzsment területének legitimizálása, Tom Petersnek pedig ennek popularizálása, akkor Charles Handyre úgy kell tekintenünk, mint aki megteremtette azt a filozófiai eleganciát és elokvenciát, amely hiányzott e területről.”² De vajon hogyan vívhatta ki e pozíciót életútja során?

Az út Szent Mihálytól Szent Györgyig és ezen is túl: Charles Handy szakmai és szellemi pályafutása

■ Charles Handy 1932-ben született az írországi Kildare megyében (Dublintól nyugatra), protestáns angol-ír identitású családban. Későbbi pályája ugyan főként az üzleti élet és a menedzsment területeit érintette, családi háttere és öröksége

azonban erőteljesen egyházi kötődésű. Gyermekkorát ugyanis a sallinsi St Michael’s-templom parókiáján töltötte, hisz édesapja itt teljesítette anglikán plébánosi szolgálatát.³ Oxfordban az Oriel College-ben végzett klasszika-filológiai, történelmi és filozófiai tanulmányokat.⁴

Egyetemi évei után a Shell angol-holland olaj- és gáztermelő olajvállalathoz került, s tíz évig dolgozott a cégnél.⁵ Ám ekkor szembesült az óriásvállalatokon belüli gyakori alkalmazotti identitásválsággal: úgy érezte, a teljes életét odaadta munkáltatójának, aminek ellentételezéseként többnyire kielégítő anyagi biztonságot nyújt számára ez a karrier. Egyúttal azonban meghagyott az emberben – sőt: felerősített – egy bizonyos szellemi-spirituális hiányérzetet is, Handy maga ezért mind boldogtalanabb és elégedetlenebb volt munkájával.⁶ Végül 1965-ben otthagya a Shellt.

A folyamatos önkeresési vágy ismét az iskolapadba vezette: elvégzett a Massachusetts Institute of Technology üzleti iskolájában (a Sloanban) egy egyéves vezetői képzést. Ezt követően visszatért Angliába, ahol a London Business Schoolon megalapította az első és egyetlen Egyesült Államokon kívüli Sloan-programot, melynek ő maga lett az első vezetője, majd oktatója. Handy formabontó üzleti és menedzsmenttudományi professzor volt, aki gyakran színházlátogatást írt ki tanulmányi feladatnak, s Dosztojevszkij legalább olyan evidens kötelező olvasmány volt nála, mint a menedzsmenttudományi klasszikusok.⁷

1977-ben otthagya a London Business Schoolon betöltött pozícióját. Hisz ekkor döbönt rá, hogy az a sokoldalú kötődés és érdeklődés, mely életútján összekapcsolta a humán műveltséget, az üzleti

Részlet a *Menedzsment és humán műveltség. A szervezeti és üzleti élet átélkesítése* című értekezéséből.

tapasztalatokat, a menedzsmenttudományi ismereteket és a spirituális-morális érzékenységet, kifejezetten az eltérő területek közti közvetítői szerepre predesztinálja. Ez öltött intézményesített formát abban, hogy elvállalta a St George's House vezetését. Ugyanis a Windsor Kastélyban működő kulturális központ azt volt hivatott szolgálni, hogy közös fórumra találhassanak üzletemberek, politikusok, szakszervezeti vezetők, oktatási-kulturális szereplők és egyházi személyek, akik a társadalmi igazságosság, az üzleti etika, a vállalati felelősségvállalás és a munka/munkahelyek jövőjének kérdéseit vitathatják meg konferenciákon, workshopokon.⁸ Négyéves szolgálat után azonban a St George's House-t is elhagyta.

Közül ötvenévesen egy újabb sorsfordító belátásra jutott. Független és főállású íróvá akart válni annak érdekében, hogy számos (ön)menedzsmentkönyv után végleg és teljesen a szerzői tevékenységnek szentelhesse magát, ehhez pedig szervezeti kötetlenségre volt szüksége. Ezt egészítette ki azzal, hogy éveken keresztül szerepelt a BBC rádióprogramjának *Napi gondolat* (*Thought for the Day*) című műsorában, egyetlen laikusként a különféle egyházak képviselői közt. Egy-két perces rádiós *miniprédikációiban* – melyek aztán később nyomtatásban is megjelentek – a szűkebb menedzsment-szervezeti kérdések helyett a mindennapi életvezetés és munkavégzés morális kötelezettségeit és filozofikus-spirituális távlatait kutatta. Ez az érdeklődés jellemezte aztán már az életmű utóbbi szakaszának könyveit is az 1990-es és 2000-es években (*Üres esőkabát, Éhező szellem, Az elefánt és a bolha, Myself and Other More Important Matters*).

Nem véletlen, hogy – épp a személyes hangvételű és olvasmányos menedzsmentirodalom megteremtőjeként számon tartott – Tom Peters mérföldkönek nevezte a Handy által kialakított menedzsmentkönyvtípust. Mégpedig azért, mert a Handy-féle menedzsmentirodalom tömörített és lecsiszolt gondolatmenetek formájában megvilágító (sok helyen vizionárius) erővel tudott szólni a legbonyolultabb kortárs társadalmi, üzleti és életviteli problémákról; s mindez olyan – mind formai, mind szövegszerkezési értelemben – *kecsesebb* menedzsmentkönyv-formátumban, mely könnyen kezelhető, és a legváltozatosabb élethelyze-

tekben használható.⁹ Peters nem mondja, de elismerő szavai alapján fogalmazhatunk úgy, hogy a Charles Handy által kialakított könyvtípus – céljai, formátuma és írásmódja révén is – a napi szinten használható, állandóan *kézre álló*, folyamatosan az újraolvasásra hívó életvezetési és lelkigyakorlatos könyvecske mintáját látszik idézni. Nem véletlen tehát az az önpozicionálási stratégia, mellyel Handy legelsősorban íróként határozta meg magát.

Az írói önértelmezés és jelentés-menedzselés nehézségei

■ A *Myself and Other More Important Matters* (2006) című időskori szakmai memoárjában nem mást állít, mint hogy ő írástudó/szóművész („wordsmith”).¹⁰ Munkásságának irodalmi kötődéseiről legmélyrehatóbban talán *Az elefánt és a bolha* (eredeti megjelenés éve: 2001) című könyvében ad számot. Ennek egyik visszaemlékezése arról tanúskodik, hogy a szavak, az elokvencia (a veretes beszéd) és a költői-szépírói nyelv gyermekkori szeretetét sikerült a felnőttkor szakmai munkásságában továbbörökítenie. Hisz amikor legelső könyvének (*Understanding Organizations*, 1976) megírására készülve egy dél-franciaországi tanyára vonult félre az akkor rendelkezésre álló legjobb szakkönyvekkel, arra volt kénytelen rádöbbedni, hogy az üzleti és menedzsmentkönyvek sokszor rettentően unalmasak, *élettelenek* és életszerűtlenek, Handy egy formabontó megoldásra, diszkurzív határátlépésre ragadtatta magát: „Száras stílusoktól kedvemszegetten válogatni kezdtem a tanya gazdájának könyvtárában. Főként az orosz regényírókat kedvelte. Így jöttem rá, hogy Tolsztojtól és Dosztojevszkijtől többet lehet tanulni a szervezetekhez tartozó emberek megpróbáltatásairól és örömeiről, mint bármely tankönyvből. Könyvem későbbi népszerűségét elsősorban Tolsztojnak köszönhettem. Lehet, hogy nem volt jobb a többi szakkönyvnél, de más volt.”¹¹

E példa szerint tehát az üzleti vagy menedzsmentgondolkodás számára a (szép)irodalmi példák kifejezetten kreatív, megújító erejű inspirációval szolgálhattak. Ezért alakíthatta ki Handy már a szerzői munkásság megkezdésekor (azaz rögtön az első könyv után) a következő – üzleti és menedzsmentirodalmi téren inkább szokatlanul mondható – alkotói

módszertant: „Felhagytam versenytársaim olvasásával. Ehelyett történelmi művekbe, életrajzokba és regényekbe temetkeztem, mivel fogalmakat keresem. Míndezen a könyvek végül is az életről szólnak, és én is az életet szerettem volna megvilágítani.”¹² A kialakult irodalmi orientáció sokáig – az életmű első szakaszában – inkább csak inspirációs háttérként szolgált, később azonban egyre közvetlenebbül megmutatkozott a Handy-munkák szövegszerveződésében is.

Az írói identitás fokozott és érzékeny önreflexivitását jelzi az, hogy tisztában van vele: az írói mesterségnek s az ezt kísérő előadói szerepléseknek – de bármelyikről is legyen szó, mindkét esetben a *szóművészeti* teljesítménynek – nagyon sokszor inkább csak közvetett, áttételes hatásai lehetnek, nem feltétlenül és automatikusan járhat direkt, eszközszerűsíthető hatással. Áttételesen, de talán szemléletesen példázhatja ezt a szóművészi önreflexivitást a következő sajátosság. Handy szereplései – habár kevésbé tekinthető olyan showmásterű előadónak, mint mondjuk a fentebb említett Tom Peters vagy más „guruk” – nem nélkülöznek egy sajátos performativitást: előadásaihoz sosem használ ppt-illusztrációt, hanem ehelyett olyan írásvetítőhöz hasonló alkalmatosságot, mely lehetőséget ad számára, hogy előadás közben szabadon, helyben rögtönözve egészíthesse ki különféle újabb szövegelemekkel és margójegyzetekkel a vizuális prezentációt.¹³ Míndezen arra utalhat, hogy Handy *nyelvi alkotóként* fokozottan tisztában van a nyelvi-fogalmazásbeli munka folyamatos alakulásával, lezáratlanságával; és azzal, hogy ebből következően a szóművész nehezen rögzíthet véglegesen lekerekített és közvetlenül célba érkeztethető üzeneteket.

Izgalmas párhuzam, hogy hasonlóra figyelmeztethet Margaret Mark és Carol S. Pearson *The Hero and the Outlaw: Building Extraordinary Brands Through the Power of Archetypes* című könyve. Ennek érvelése szerint ugyanis a kulturális formulák/minták nem azért hasznosak és nélkülözhetetlenek a brandépítés jelentésmenedzselése szempontjából, mert gyorsan és könnyen kölcsönözhető jelentéseket termelnek, hanem azért, mert a jelentésképződés folyamatának mintájául szolgálnak.¹⁴ Égető kérdés ugyanis minden márka számára az, hogy miként *tart*hat lépést az idő múlásával anélkül, hogy

elveszítené lényegét. E dinamika kezelését modellezheti az archetípusokon végzett poétikai/szemiotikai munka. Hisz miközben maguk az ősfarmák univerzálisak, általánosítóak, és rögzítettnek mondhatók, továbböröklődésük (azaz sorozatos újrafelhasználásuk) újabb és újabb kontextusai igen eltérőek.¹⁵ Az archetípusok által megmutatott dinamikusság azért is kiemelkedően fontos, mert enélkül – például a marketinges piacszegegmentálások során – a leegyszerűsítéseikben igen csak kártékony hatású sztereotípiákba és klisékbe ragadhat bele a brandépítés.¹⁶

A továbbiakban azt próbálom megmutatni, hogy az archetípusok és ezek folyamatos/aktualizáló újrakontextualizálása közti *jelentésmenedzselési* dinamikához hasonló poétikai folyamatok miként nyilvánulnak meg Charles Handy írásművészetében. Például az eltérő pragmatikai pozíciók/tudatformák közti transzferekben vagy tropológiai mozgásokban.

A lelki(gyakorlatos) pragmatika és tropológia

■ Az életművön belül leginkább talán az *Éhező szellem* című könyv (eredeti megjelenés éve: 1997) az, amelyben összegződnek az irodalmi jegyek. Jellemző vonása például Handy bölcselkedő-*lelki*gyakorlatos prózájának az, amelyet most e kötet *Személyes előszavából* vett idézettel szemléltetünk (ami mellelleg a könyv címének magyarázatával s ezen keresztül mintegy az egész munka esszenciájaként is szolgál): „Nem csoda hát, hogy megzavarodtunk, és ki vagyunk éhezve valami másra. A reményem abból a megérzésből táplálkozik, hogy sokan osztják ezeket a kételyeket-aggodalmakat, s hogy sokan tudják: az élet több pusztaságnál. Úgy hiszik, talán a szeretet és a barátság, a mások iránt érzett felelősség vagy egy cél iránti elkötelezettség, nem pedig a pénz az, ami az élet minőségét mélységében befolyásolja, s hogy végső soron fontos hinnünk abban, hogy van valami értelme az életünknek, még ha nem könnyű is kitalálni, mi az.”¹⁷

Azért lehet figyelemre érdemes ez a szöveghely, mert izgalmasan és látványosan mutatja meg a – Handy írásmódjában sokszor felbukkanó – pragmatikai (azaz a különféle beszédhelyzeti perspektívák közti) dinamizmusokat. A gondolatmenet elején a kiindulópont egy közösnek tetelezett válságállapot („megzavarodtunk”,

„ki vagyunk éhezve”) többes szám első személyű vonatkoztatással, s így közösséget teremt. Rögtön ezután azonban *szétszakad* a beszédhelyzet. A beszélő egyes számra vált át („reményem”), s ezzel leválik a közös perspektíváról; hisz nem megvalósult tény, csupán lehetőség/remény számára az, hogy az ő – immáron többes szám harmadik személyvel („sokan osztják”, „sokan tudják”) leválasztott – perspektíváját és álláspontját („az élet több puszta üzletnél”) mások is elfogadhatják. Az ezt követő mondat fő állítmányának köszönhetően („úgy hiszik”) pedig a beszélő már el is tűnik pragmatikailag a színről, s a fókusz áthelyeződik a harmadik személy révén eltávolított *másokra*. De ezzel együtt az imént még „reményként” a beszélőhöz kötött belső intenció most mintegy *átszáll* a többiekre a „hit” formájában. Így pedig, ha a pragmatikai szereplők (a beszélő és a *mások*) szét is választódnak e mondattal a beszédhelyzetben, az intenciók (a *hit* és *remény*) egyfajta transzfere, kölcsönfolyamat figyelhető meg köztük, s így a távolság ellenére mégis lehet köztük valamiféle kötés (a *szereket*). Nem véletlenül épp ez a legutolsóként említett („úgy hiszik” kezdetű) mondat fogalmazza meg azt, hogy „talán a szeretet és barátság, a mások iránt érzett felelősség vagy egy cél iránti elkötelezettség, nem pedig a pénz az, ami az élet minőségét mélységében befolyásolja”. Mindezekből következően a gondolatmenet lezárásakor végül visszatér a beszélőt és a *másokat* egyesítő perspektíva, és a megszólalás többszörösen jelölve is újból többes szám első személyűvé válik: „végső soron fontos hinnünk abban, hogy van valami értelme az életünknek” [kiemelés tőlem – S. A.]. A különböző alanyok közti mozgás előbbieken feltárt játéka azért izgalmas és jelentőségteljes, mert ezek révén Handy meditatív-esszéisztikus szöveghelye tulajdonképp a líra, az imádság, a prédikáció beszédhelyzetének – eltérő perspektívákat mozgósító – *lelki(gyakorlatos)* pragmatikai dinamikájához válik hasonlóvá; mindez pedig explikáltan és hangsúlyozottan irodalmi jellegűvé avatja Handy írásmódját.

Ezt a poétikus-retorikai szituáltságot erősíti még jobban egy olyan tropológiai művelet, amelyet az imént elemzett gondolatmenet folytatása indít meg, s aztán több más szöveghelyet is átfog a kötetben. A következőket olvashatjuk a leg-

utóbb idézett – az élet pénzen és üzleten túli, keresett értelmével foglalkozó – mondatok után: „Tisztességes életet szeretnénk élni, s ha csak némi esély nyílik is rá, ez valóra válik, mivel mindannyian nemes és ördögi indítékok keverékei vagyunk; szív és fej egy testbe zárva. Ha csak kicsit is jobban bízunk önmagunkban és a szívünkben, és csak csöppet kevésbé a tudományágak dogmaiban, újra a kezünkben tarthatjuk az igazán fontos dolgok irányítását.”¹⁸

Itt egy olyan *közhely*, archetipikus metafora jelenik meg a *szív* képzetében, amely hosszú múltja miatt a legkülönbébb (teológiai-konfesszionális, morálfilozófiai, érzelmetani, kifejezésetztétikai, szépirodalmi stb.) kontextusokban fordult már meg. Handy imént idézett szöveghelye is finoman eljátszik a szókép e többszintűségével. Ugyanis több mellérendelő szerkezetben is megjelenik a *szív* szó, de eltérő beállításokban és funkciókkal. Az „a szív és fej egy testbe zárva” szintagmában – nagy múltú antropológiai dichotómiákat idézve – még az emberi személyiség részét képezi. A „ha csak kicsit is jobban bízunk önmagunkban és a szívünkben” tagmondat viszont – ha csak az „önmagunkban és szívünkben” részt nem akarjuk redundáns ismétlésként olvasni – már úgy értelmezhető, hogy benne a *szív* motívuma a mellérendelésnek köszönhetően nem az „önmagunk” inherens komponense, s nem is csupán szinonimája vagy *kicsinyítő tükre* (hisz ezt az „önmagunkban, szívünkben” változat képviselhetné). Hanem sokkal inkább egy külső, az „önmagunk”-on *kívül helyezett* és így imígyen mellérendelt jelenség metaforája. Ha ezt az értelmezést elfogadjuk, azt mondhatjuk, hogy Handy e szöveghelyen – mely egyébként még mindig a *Személyes előszó*-ból származik, s épp a könyv címét magyarázó, fentebb idézett résznek a folytatása – olyan munkát végez a tropológián, mellyel egy sokat *forogott* s így már jócskán megkopott, közhelyessé vált szóképet *kifordítással* próbál meg leválasztani korábbi használatmódjáról s egyben újrafunkcionalizálni. Mindezt pedig abból a célból, hogy egyfajta újratekésítési helyzetet alakíthasson ki: „Ha csak kicsit is jobban bízunk önmagunkban és a szívünkben, [...] újra a kezünkben tarthatjuk az igazán fontos dolgok irányítását.”

A *szív* motívumának átírásához adhat egyfajta magyarázó kontextust az *Éhező*

szellem egy későbbi szöveghelye (amely *Az éhes én* című alfejezetben szerepel): „A legtöbben éhezünk egy olyan énrre, amelyre büszkék lehetünk. A jóléti társadalmakban egyre több ember, elsősorban fiatalok, érzi ezt az éhséget. Paul Ray amerikai szociológus transzmodern embereknek hívja őket, és szerinte az amerikaiak negyede tartozik közéjük. Ha beszélünk egy amerikai boltba, elcsodálkozunk azon, hány könyvet találunk a »lélek« szóval a címlapon, még az üzleti könyvek részlegén is.”¹⁹

A szövegrész a *szív* és *lélek* – egy nemsoká következő újabb idézettel is alátámasztható – szinonim viszonya alapján arra világít rá, hogy Handy milyen szellemi környezet és jelentésmező számára igyekszik újrakontextualizálni a *szív* motívumát. Ugyanis az idézet – miként a *lélek* szó külső borítókra kerülése is szemlélteti – a *lélekkultúra* könyvekben materializálódó *kívül helyeződését* írja le. Ez alapján pedig azt feltételezhetjük, hogy a kötet előszavában szintén („önmagunkon”) *kívül* helyezett *szív* tulajdonképp a késő kapitalizmusban külsővé tett – a self-help és önmenedzsmenkönyvek gondozására bízott – lelki bensőségek feleltethető meg. Így összességében az mutatkozik meg itt, hogy a *szív* motívuma – korábbi (religiózus, filozófiai, esztétikai stb.) vonatkozásai nagy részét eltávolítva vagy újraírva – miként értelmeződhet át, s az *éhező* self-help kultúra részévé válhat, vagy akár az üzleti és menedzsmen-gondolkodás területére is behatolhat (vö. „hány könyvet találunk a »lélek« szóval a címlapon, még az üzleti könyvek részlegén is”).

Tulajdonképp a lelki kultúra kontextuális módosulásának történetét mondja el az *Éhező szellem* egy másik szöveghelye is – némi pontosítással. A gondolatmenet a lélek értelmezésének több évezredes eszme- és vallástörténeti módosulásait igyekszik egy tömör összefoglalóval lefedni. Kiindulópontként ugyan még egy inherens *lélekmag* képzetét tárja elénk: „James Hillman, Amerika egyik köztiszteltnek örvendő »lélek«-filozófusa arról beszél, hogy mindegyikünkben ott van sorsunk magja. A görögök a *démonunkról*, míg a rómaiak az emberekben lakozó *génuszról* elmélkedtek. Jézus szerint Isten országa bennünk lakozik. Ma már olyan szavakat használunk, mint »lélek«, »szellem« és »szív«: ezek a dolgok azt su-

gallják, hogy a lelkünk mozgat minket, ha képesek vagyunk hallgatni rá.”²⁰ Am a gondolatmenet közvetlen folytatásában már átalakul a kép: „Nekem azért tetszik a fehér kő szimbolikája, mert azt sugallja, hogy magunknak kell megtennünk az első lépéseket. Ha hátradőlünk, és várjuk, hogy lelkünk majd elvezet minket a nirvánába – nos ez nem igazi alternatíva.”²¹

A zárt, inherens *lélekmag* fogalmától való ellépésre utalhatna már akár az is, hogy Handy szerint „magunknak kell megtennünk az első lépéseket”, azaz a *lélek* képzetének itt része a kívülre nyitottság (az *én* külvilág felé tett kezdeményező lépése) is. De ami igazán megmutathatja azt, hogy Handy számára jelenkorunkban a *lélek* és a *szív* kívül van, az maga a *fehér kő* – sajátos módon régmúltból vett, bibliai eredetű – metaforája: „Az íróasztalomon tartok egy kis fehér követ, hogy ugyanerre emlékeztessen. A *Jelenések* könyvének egyik részére utal, amely így szól: »A kinek van füle, hallja, mit mond a Lélek a gyülekezeteknek. A győzedelmesnek enni adok az elrejtett mannából, és adok annak fehér kövecskét, és a kövecskén új írott nevet, a melyet senki nem tud, csak az, a ki kapja«. // Nem vagyok bibliaszakértő, de azt tudom, mit jelentenek a fenti sorok. Azt, hogy ha kitarító vagyok, végső soron rá fogok jönni, ki is vagyok valójában; ki a másik, a rejtett énem. Az élet a fehér kő keresése. Mindünkre más fehér kő vár.”²²

Ez alapján tehát a *lélek*, a *szív* vagy az identitás olyan kívülről adott tényező, melyet önálló és aktív keresési munkával kell/lehet sajátta tenni. S ez épp az olvasás mintáját másolja; hisz miként a bibliai példázatban tudni kell kisilabizálni az elnyert kövön szereplő írást, hasonló *olvasási-értelmezői* készség szükséges a világ jelei és metaforái közti eligazodáshoz.

De miért is oly fontos az elsődlegesen üzleti és menedzsmen-gondolkodó Handy számára a kívülre helyeződött és az onnan elnyert *szív/identitás* dinamikájának kérdése, melyet immáron több idézetben keresztül is boncolgattam? Erre a választ Handy egyik utóbbi könyve, a *Myself and Other More Important Matters* adhatja meg. A memoár jellegű összegző munka egyik fejezete az alábbi allegóriában fogalmazza meg a legalapvetőbb életfilozófiai feladatkijelölést a fogyasztói/késő kapitalista társadalom számára: „A gabonapelyhek növekedő sorával szembesülve a

szupermarketben, legtöbbünk nem fordít időt a kalória- és cukortartalmi összehasonlításokra, hanem a jól megszokott terméket választja. Az élet új bevásárlóközpontjában, ahol az életforma-lehetőségek bősége áll rendelkezésünkre, vagy tétován habozunk, vagy – megint csak – a régi, jól megszokott utakat és beidegződéseket választjuk, holott kérdezzetve, keresgetve akár a világot saját javunkra is dolgoztathatnánk, nem pedig fordítva. Mindenesetre nem választhatunk e sok gabonapehely közt, ha nincs valamilyen kritérium, valamilyen módszer a jó és rossz megkülönböztetésére. Nincs ez másként az élet egészében sem.” [Saját fordításom – S. A.]²³

Tulajdonképp itt is az identitásformálás kívülről helyeződése, azaz a kívülről kapott mintákra alapozottsága jelenik meg. Hisz az „élet új szupermarketjében”, azaz az önépítkezés (az énmárkázás) késő kapitalista külső tárházában – gyakran

nyomasztóan – sokféle identitáslehetőség és életvezetési minta áll rendelkezésre. A fogyasztók nagy többsége pedig nem képes/hajlandó tudatosan, körültekintően eligazodni e túlkínálatban; s így vagy tétovázva eltéved, vagy pedig a jól bejáratott, rutinos útvonalakon jár csak. Handy viszont azt sugallja, hogy a boldoguláshoz – akárcsak a hatékony és életminőség-javító fogyasztáshoz – szükség van bizonyos útmutatókra, mintákra, melyek segítségével új, talán értékesebb termékek (az allegória értelmében: életút- és karrierlehetőségek) is kipróbálhatók.

Az *élet szupermarketjében* kívülről helyeződött, dezintegrált identitás-építés számára pedig, miként a *fehér kő* példája megmutatta, maguk a különféle metaforák (és pragmatikai eljárások) nyújthatnak segítséget azzal, hogy értelmezői koncepciókat és távlatokat kínálnak.

Sebestyén Attila

■ JEGYZETEK

1. Vö. Lawrence M. Fisher: *The Paradox of Charles Handy*. Strategy+Business 2003. 32. sz. <http://www.strategy-business.com/article/03309?gko=f3861> (Utolsó letöltés: 2014.01.26.); Robert Heller: *Charles Handy*. Dorling Kindersley, London, 2001. 5.
2. Lawrence M. Fisher: i. m.
3. Lásd Charles Handy: *Az elefánt és a bolha. Életvitelről, üzletvitelről a gyorsuló időben*. Ford. Árkusz Zoltán. HVG Kiadó, Bp., 2004. 24; Robert Heller: i. m. 6; Lawrence M. Fisher: i. m.
4. Vö. Robert Heller: i. m. 6; Lawrence M. Fisher: i. m.
5. Charles Handy: *Myself and Other More Important Matters*. Arrow Books, London, 2007. 33–43. és 45–47; Lawrence M. Fisher: i. m.
6. Uo.
7. Lásd uo.
8. Vö. Robert Heller: i. m. 7; Lawrence M. Fisher: i. m.
9. Lásd uo.
10. Lásd Charles Handy: *Myself and Other More Important Matters*. 124.
11. Uó: *Az elefánt és a bolha*. 165.
12. Uo. 166.
13. Lásd Lawrence M. Fisher: i. m.
14. Margaret Mark – Carol S. Pearson: *The Hero and the Outlaw: Buildig Extraordinary Brands Through the Power of Archetype*. McGraw-Hill, New York, 2001. 11.
15. Uo. 40.
16. Uo. 38.
17. Charles Handy: *Éhező szellem. A kapitalizmuson túl – új cél keresése a modern világban*. Ford. Szász Balázs. Manager Könyvkiadó, Bp., 2008. 12–13.
18. Uo. 13.
19. Uo. 107.
20. Uo. 110.
21. Uo. 110.
22. Uo. 109.
23. „Confronted by the growing array of cereal packets in the supermarket, most of us do not take time to compare calorie and sugar counts but go straight to the old familiar ones. In life’s new supermarket of abundant choices of how to live and what to do, we either dither hesitantly or, again, go for the old familiar ways and habits when we could be questioning, searching, making the world work for us rather than the other way round. You cannot, however, chose between all those cereal packets unless you have some criterion, some way to sort out the food from the bad. It is no different in the rest of life.” (Handy: *Myself and Other More Important Matters*. 131.)