



## Van-e jobb módszer a vezetéstudomány mérésére?

**John Peters, az Emerald Group Publishing Ltd. igazgatója szerint a társutatói hivatkozásnak értékmérőként való használata már nem kielégítő. Olyan alternatívát javasol, amely felméri, hogy melyik az a publikált menedzsmentkutatási eredmény, amely a tényekhez való ragaszkodáson túlmenően még fogódzókat is ad az üzleti élethez.**

Az üzleti főiskolák kutatói kissé skizofrén állapotban élnek: egyik oldalon azok szorongatják, akik szerint döntő a szigorú precizitás-pontosság, a mérés és bizonyítás, a másik oldalon pedig olyan üzleti vezetők, akik szerint a kutatásban inkább a relevanciára, a való élet-beli alkalmazásokra kell helyezni a hangsúlyt.

A tudományos publikálás üzletének szereplői is hasonló dilemmával küzdenek. Kiadóként lényeges elemei vagyunk a legitimáló eljárásnak. Szerzőink és szerkesztőink gyakran jelzik azt a követelményt, hogy minőségi, *A-listás* publikálási fórumot hozzunk létre, amely szigorú, rigorózus elvekre épül, ugyanakkor nagy mennyiségben terjesztik azokat, amelyeknek tekintélye van a „megfelelő” tudósok körében - ezáltal megoldódik a tömeges hivatkozás, vagy legalábbis annak lehetősége.

Az *A-listás*, toplistas kiadási metódus a tudományos kutatás szakbírálati rendszerét követi és a tudományos kutatás világából lett közvetlenül átvéve. Édestestvére a tudóstársi idézettségmérés, a citációmetria, amely a minőségi eredmény zsinórmértéke. A citációs mérésnek köszönhető, hogy a menedzsment stúdiuma vezetéstudomány-ná léphetett elő, amellyel ma teljes értékű diszciplínaként van jelen a tudományok világában.

Az *A-lista* azonban veszélyt hordoz magában – nevezzük ezt *Studio 54-effektusnak*. (A Studio 54, az egykori nagyhírű éjszakai klub New Yorkban annyira vonzó volt a 70-es 80-as évek divatnépsége körében, hogy aki nem volt híresség, annak gyakorlatilag lehetetlen volt bejutni.)

A ma Thomson Scientific márkanev alatt futó ISI citációs indexet a Thomson óriáskonzern adja ki. Az indexben szereplő folyóiratok szigorúan korlátozott listája rendkívül gondos szűrési eljárás után áll össze. A tudóstársak hivatkozási rendszere az értékítélet zárt rendszere, amely pusztán azt méri, hogy egy kutató az index melyik másik folyóiratának melyik cikkét idézi.

Az üzleti tudományok (menedzsment) periodikumainak *A-listáját* főleg amerikai székhelyű elit intézmények kutatói uralják. A *Web of Science* folyóirat-értékelő kiadványa, a *Journal Citation Reports* azt mutatja, hogy a 19 vezető folyóirat USA-béli (bár némelyiküknél, mint a *Research Polycynál*, erőteljes az európai részvétel), s csak a 20. helyen álló *Organization* c. folyóirat az első európai a toplistán (2005. évi adat).

A menedzsmenttudományban a legtöbb közlemény a speciális és empirikusalapú alterületeken jelenik meg: a viselkedéstudományban, technológiamenedzsmentben, valamint kisebb mértékben a stratégiai menedzsment és a vállalatvezetés területén. Az interdiszciplináris és kultúraközi témakörök - pl. nemzetközi üzlet - a lista végén kullognak (bár ilyen nemzetközi üzleti kutatás a legtekintélyesebb általános jellegű lapokban gyakran megjelenik). Érdekeség, hogy üzleti etikával foglalkozó folyóirat nem szerepel az első 70 között.

A tudóstársi idézés mint a minőség mérőeszköze azonban túldimenzionált. Az a rendszer, amelyben a kutatók más kutatóknak írnak, citálják egymás munkáit a reciprocitás vagy viszonyosság jóindulatú ciklusában, megmerevíti a status quot. Kevés esélyt hagynak belépésre olyanoknak, akik a feltörekvő kutatási területeken dolgoznak, illetve második vonalbeli intézmény munkatársai; azoknak általában, akik nem hajlandók vagy nem tudják elfogadni a tudományos publikálás javarészt íratlan szabályait.

A status quonak egy sor ártalmas következménye van. Akár egy Viktória korabeli klub, ajtón kívül tartja a nem odavalókat a tagok által uralt finom, szisztematikus távortartási szabályzattal. Túl sok exkluzivitás azonban rossz magának a fenntartó rendszernek. A tudás és a tudományművelés ökológiája olyan, amelynek motorja a diverzitás, a sokféleség - hasonló tehát bármely más ökoszisztémához. És a tudóstársi hivatkozás mérése a szigort és pontosságot jutalmazza. Ám mi van a relevanciával? Végül is az üzleti tudomány nem lezárt univerzumban, önmagát kiszolgálva létezik. Szolgáltatnia kell az üzleti közösséget és a szélesebb társadalmi igényt.

Van megoldás a kizárólagosság és a belterjesség problémájára. Először is, a minőség mérésének bővítése, ahogyan az az *Emerald Publishing* gyakorlatában látható: a *letöltések* mérésével.

A kiadói ipar berkeiből való anekdota, hogy egy cég munkatársai bementek a könyvtárakba az esedékes előfizetési időszak előtt, kikérték a cégük által kiadott folyóiratokat, meggyűrögették a gerincet meg a lapokat, hogy erősen használt kinézetük legyen. Ma a kiadók más módszerekkel élnek: a könyvtárosokkal karöltve, iparilag elfogadott szabványok alapján, rendkívüli pontossággal tudják mérni a tanulmányok letöltéseit és a folyóirat-honlapok látogatásait. Ez a technológia lehetővé teszi, hogy precízen kövessük egy folyóirat, egy cikk, egy szerző vagy téma népszerűségét. Lehetővé teszi, hogy a könyvtárosok összevegyék az árat a kapott értékkel, az előfizetési árat elosztják a letöltések számával, amely megadja a letöltés szerinti átlagár mérőszámát.

Egy tanulmány letöltése megbízható mutatója a mű olvasottságának, s ez megbízható mutatója a mű hasznosságának. A letöltések mérése több szempontból előnyösebb a tudóstársi idézések mérésénél. Egy jóval szélesebb referenciakörre támaszkodik, diákokra, kutatókra, a tudomány gyakorlati művelőire. A citációs mérés azokra korlátozódik, akik a cikket arra használják, hogy egy másik cikket írjanak. Ezzel szemben a letöltési szempont érvényesítésével a használat nem korlátozódik a folyóiratok szűk körére, és nincs viszonyossági kényszer („te idézel engem, én idézlek

téged”). A használati statisztika a lakossági használók teljes körét tükrözi.

Tömeges tapasztalat igazolja, hogy egy letöltött tanulmány könnyebben érthető a használónak. Egy másik kiadói humor úgy szól, hogy a tipikus, szakmailag lektorált folyóiratcikknek átlagban 1,7 olvasója van, a szerzőt is beleértve.

Az Emerald 2006. évi online kollekciójában szereplő kb. 150 vezetéstudományi folyóiratról (amelyben magas citációs indexértékű és nem jegyzett címek egyaránt vannak) összesen 14 millió letöltést regisztráltak. A friss, az elmúlt 12 hónapban publikált cikkek mindegyikének átlagban 1000 letöltése volt, a világ minden egyes országában. Ez rengeteg olvasót jelent.

Ám a döntő lépés akkor következik be, amikor a tudományos közösség, a tudományos intézmények vezetése hozzá kezd a rendszer átalakításához.

Általában véve minél tekintélyesebb az orgánus, annál korlátozottabb a terjesztése. Minél tekintélyesebb a folyóirat, annál specializáltabb. De a menedzsment sok tudományos területet átfogó funkció. S a problémák ritkán funkcióspecifikusak.

Tanárok, kutatók, kiadók, senki sem foglalkozik közülünk vezetéstudományi kutatással csak azért, hogy egymáshoz beszéljünk. Sikeres szervezetek jó menedzserei, akár üzleti, akár közigazgatási, akár társadalmi vállalkozás élén állnak, a tudományos cikkekből nyert tudással felvértezve nagyobb hozzáértéssel tudnak foglalkozni a társadalmi kérdésekkel, a szegénység és egyenlőtlenség kérdéseivel. Az elérendő cél nemesebb, mint a status quo fenntartása. Olyan közös munkát képzelünk el, amelyben részt vesz az elit és a többiek is, olyan kutatási output létrehozása és terítése érdekében, amely átfogó, nemzetközi, hasznos, precíz és releváns. Ezt a kiadók önmagukban nem képesek megtenni.

John Peters e-mail címe:

[peters@emeraldinsight.com](mailto:peters@emeraldinsight.com)

(Bánhegyi Zsolt)  
Peters, John