

két- vagy háromtagú kötelező bővítményekről ugyanúgy, mint a fakultatív vonzatokról. A nyolcadik fejezet azokat az okokat veszi sorra, melyek lehetővé tették, hogy bizonyos lexikális egységekben jelentésváltozásra kerüljön sor és ezáltal frazeológiai egységek jöjjenek létre. Ilyen változások például az absztrakt jelentésfejlődés, az alaki változás, a névelő elhagyása, a birtokviszony felbomlása vagy az unikális elemek jelenléte.

A kilencedik fejezet rövid kultúrtörténeti kitekintést nyújt, mely a frazeológiai egységek keletkezését és hagyományozódását vizsgálja. A szerző kiemeli, hogy az állandósult szókapcsolatok megelőzték az írásbeliséget és már a legkorábbi írásos dokumentumokban előfordultak. Példákat találunk kultúrtörténetileg fontos művektől kezdve a mai szlengig. A fejezet hátralévő része sorra veszi a régi és új közmondásgyűjteményeket és eredetmagyarázó műveket.

Az utolsó fejezet kontrasztív elemzésre vállalkozik. Ahogy a mű egészére jellemző a német terminológia párhuzamos szerepeltetése, itt is a német vonatkozású elemzések dominálnak, de találunk szép számmal latin, angol, orosz, finn és svéd összehasonlításokat is. A szerző külön tárgyalja a nyelvek közötti teljes és részleges ekvivalenciát, valamint példákat hoz a nulla ekvivalenciára és a pszeudoekvivalenciára is.

A könyvet részletes irodalomjegyzék és tárgymutató zárja, melyek segítik az olvasót az eligazodásban, valamint a tudományterület magyar és főleg német nyelvű forrásműveinek megismerésében.

A szerző által kitűzött célokat (az ismeretanyag összegző bemutatását és széles közönség megszólítását) véleményem szerint a könyvnek maradéktalanul sikerült megvalósítania. Nem nehezen emészthető összefoglaló munka, hanem egy olyan kötet, mely olvasásra és továbbgondolásra ösztönöz. Gördülékeny stílusának, szemléletes példagyűjteményének és átláthatóságának köszönhetően valóban érdekes bevezetést nyújthat a témával most ismerkedő laikus érdeklődőknek vagy egyetemi hallgatóknak. Ugyanakkor az

egy-egy fejezeteket kísérő apró betűs kiegészítők és bőséges lábjegyzetek a nyelvészek és a szűkebb téma kutatói számára is közölnék hasznos, mélyebb ismeretanyagot, és egyben további vizsgálódásokra ösztönöznek.

Doró Katalin

Borgulya Ágnes – Somogyvári Márta
Kommunikáció
az üzleti világban

Akadémia Kiadó: Budapest, 2007. 305 p.

Küllemre és tartalomra egyaránt olvasóbarát az üzleti kommunikáció elméleti és gyakorlati kérdéseibe bevezető kézikönyv. Az izléses borító könnyen áttekinthető, ábrákkal és példaszövegekkel gazdagított lapokat rejt. A fejezetek szerzőivel (Borgulya Ágnes CSc., Somogyvári Márta PhD, Dr. Dévényi Márta, Sümeginé dr. Dobrai Katalin PhD) már az első oldalakon megismerkedhetünk egy-egy rövid szakmai önéletrajzi ismertető formájában. Valamennyien a Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Karának oktatói, ez a mű közös kutatási területük olvasmányos bemutatása. Ahogyan az előszóban is megfogalmazzák, a könyv áttekintést nyújt az üzleti kommunikáció fő jellemzőiről. A megcélzott olvasótábor elsősorban azokból a hallgatókból áll, akik a bolognai típusú képzés keretében tanulják az üzleti és vállalati kommunikáció tárgyait. Másodsorban olyan gyakorló szakembereknek ajánlják a szerzők a könyvet, akik a munka világában sem riadnak vissza attól, hogy szakkönyvekhez forduljanak tudásuk frissítése érdekében. Nem hagyományos, magoltató tankönyvről van szó, ehelyett sokkal inkább helytálló a kézikönyv megnevezés. Nemcsak azért, mert méreténél és súlyánál fogva kényelmesen forgatható, hanem azért is, mert számos gyakorlati példát, sőt személyes tapasztalatot, élményt is beleszóttek a szerzők az üzleti kommunikáció tárgyalásába. A könyvet hasznosnak

fogják találni továbbá azok az oktatók is (bár ez az ajánlásból kimaradt), akik ilyen témájú kurzust vezetnek, mert a példaszövegek és a feladatok jól beépíthetők a tanórák menetébe.

Felépítését tekintve a mű két fő részre tagolódik: az üzleti kommunikáció elméletét és gyakorlatát kifejtő fejezetekre. A fejezetek mindegyike rövid összefoglalóval kezdődik, a téma kifejtését követően pedig egységesen a kulcsfogalmak felsorolásával, irodalomjegyzékkel és elgondolkodtató kérdésekkel zárul. Tanárként legelső reakcióm az volt, hogy a könyv végére lapozva a feladatok megoldásai után keresgéltem, majd csalódottan konstatáltam ezek hiányát. A kérdések alapos szemügyre vétele után viszont rá kellett jönnöm, hogy többségük kreatív válaszadást igényel, olyan megoldásokat, amelyeket tanóra keretében vagy házi feladatként lehet kidolgozni, akár pár- vagy csoportmunka formájában. A kötetet így – nagyon helyesen – nem megoldási kulcs, hanem fogalomtár zárja: a könyvben előforduló, definiálást igénylő kifejezések találhatóak itt (például *horizontális kommunikáció, előítélet, stakeholder*).

A könyv első nagy egysége a vállalati és az üzleti kommunikáció elméleti megközelítéseit foglalja össze. A témák: a főbb elméletek, a kommunikáció kódrendszerei, a kommunikáció pszichológiai vetülete, a vállalati és az üzleti kommunikáció, a kommunikáció hatékonysága és zavarai, valamint a kultúra és a kultúráközi kommunikáció. Az alapfogalmaktól és alapmodellektől kiindulva lépésről lépésre kalauzolják el a szerzők az olvasót a vállalati és üzleti kommunikáció bonyolultabb összefüggéseiig. Az első fejezet összeállításában különösen tetszett, hogy az egyes elméletek és modellek (Shannon–Weaver, Berlo, Laswell, Maletzke) leírását kritikai értékelés követi, amelybe a szerző belefoglalja az adott elmélet üzleti kommunikációban való alkalmazásának lehetőségeit. A téma kibontását a kommunikáció fő faktorainak (kommunikátor, befogadó, üzenet és kód, reakció az üzenetre) bemutatása teszi teljessé. A második fejezet a verbális, a nem verbális

és a metakommunikáció kódrendszereinek a tárgyalása mellett a kommunikáció funkcióit és célkonfliktusait vázolja fel. A megadott feladatok közül ízelítőül szerepeljen itt egy olyan kérdés, amely érzékelteti az egész könyvre jellemző életközeli, gyakorlatias szemléletet: „Ön megvásárolt egy 15 ezer forintos kenyérsütő gépet, amelynek fél év múlva eltört a keverőtárcsája. A boltban, ahol vette a gépet, a garanciális szervizhez küldik, ott viszont azt mondják, hogy nem tudnak alkatrészt szerezni, menjen vissza a boltba és cseréltesse ki. Vázolja fel a lehetséges kommunikációs szituációkat, válassza ki azokat a kódrendszereket, amelyek segítségével az ügyet hatékonyan meg tudja oldani!” (p. 56) A harmadik fejezet behatóan foglalkozik az interakciók pszichikai aspektusaival, többek között az empátiával, az érzelmi intelligenciával és a kommunikációs kompetenciával. A további három fejezet már kifejezetten a vállalati és az üzleti kommunikáció jelenségét helyezi a központba: megismertetik az olvasót a vállalatban belül működő és a kifelé irányuló kommunikáció fő jellemzőivel, a zavarok elsődleges okaival, a sikeres és hatékony vállalati kommunikáció titkáival, valamint az interkulturális kommunikáció néhány vonatkozásával (például sztereotípiák és előítéletek). A hat fejezet egyértelmű erénye a szemléletes témakifejtés: az ábrák mellett a főszöveget rendszeresen példák, esetek, személyes tapasztalatok, érdekességek „szakítják meg”. Az oldalak tördelése és a betűméret is jelzi, hogy a fő gondolatmenetet kiegészítő, illusztráló mondatok következnek. A kommunikáció elméleteit bemutató első fejezetben olvashatjuk például az alábbi sorokat az üzenet befogadóját befolyásoló szociális és társadalmi hatások szerepének a megvilágításaként: „A vizuális kultúra ismerete nagyon fontos akkor, amikor közösséggel kommunikálunk, s ennek alapvető szerepe van a reklámgrafikában is. A múlt század közepén Huxley ír le egy példát a vizuális kultúra felhasználásáról a 'Visszatérés a szép új világhoz' c. művében. Guatemalában az 50-es években az egyetlen

külföldről behozott művészeti termék a színes falinaptár volt, amelyet az indiánoknak termékeiket eladó külföldi cégek ingyen osztogattak. Az amerikai naptárakon kutyák, tájképek és félmeztelen nők voltak. Az indiánoknál azonban a kutyáknak csak használati értékük van. Tájat minden nap látnak, ezért az érdektelen volt számukra, a félmeztelen szőkéket pedig visszataszítónak találták. Az amerikai naptárak ezért népszerűtlenek voltak, ellentétben a német naptárakkal. A németek ugyanis vették a fáradságot és utánajártak az indiánok preferenciáinak.” (pp. 27–9)

A kötet második része a gyakorlat oldaláról közelíti meg az üzleti kommunikációt. A közbeékelte érdekességek, tapasztalatok és magyarázatok továbbra is szerves részei a fejezetek többségének. Jó megoldásnak tartottam, hogy a szerzők külön fejezetet szántak a kommunikációra történő felkészülés lehetséges módjainak a felvázolására. Az anyaggyűjtés megtervezésétől kezdve a könyvtárhatalmon és az internetes kereséssel kereszttel a fogalom- és elmetérképek készítéséig hasznos tippet kaphat az olvasó. Egy-egy fejezet foglalkozik az üzleti kommunikáció szóbeli és írásbeli formáival. Gyakorló üzletemberek is minden bizonnyal érdeklődéssel olvasnak majd a tárgyalási stratégiákról és taktikákról, nem beszélve a sikeres prezentáció legfontosabb ismérveiről. Az egyes írásbeli kommunikációs műfajok (például *álláshirdetés, önéletrajz, üzleti levél, szerződés, jegyzőkönyv*) rövid bemutatását minden esetben példaszöveg kíséri, gazdag mintanyagot biztosítva oktatóknak és diákoknak egyaránt. A gyűjtemény precizitását igazolja, hogy önéletrajzból három formátum is szerepel a könyvben: kronologikus, hagyományos és EU-konform. A szóbeli-írásbeli felosztást kiegészíti az elektronikus kommunikációról szóló fejezet, amelyben olyan fogalmakkal ismerkedhet meg az olvasó, mint például a *virtuális vállalat*, az *elektronikus szerződés* vagy a *mobilroda*. Nem hiszem, hogy magyarázatra szorul, mennyire fontos az üzleti kommunikáció elektronikus formáinak a

megismerése. Örvedetes, hogy az etikett és a protokoll üzleti világban érvényes szabályai is helyt kaptak a könyvben, akárcsak az etikával kapcsolatos kérdések. Gondolatébresztőnek hadd idézzek egy feladatot az utóbbiak közül: „Ön egy vállalkozó, aki egy versenytársa cégét szeretné átvenni. Ahhoz, hogy megállapítsa, mekkora vételi ajánlatot tegyen, megbíz egy tanácsadót. A tanácsadó azután, hogy néhány statisztikát és adatot bemutat, azt mondja, hogy titokban szeretne beszélni a konkurens cég néhány alkalmazottjával, hogy jobban be tudja lőni az ajánlatot. A tanácsadó azt mondja, hogy ez a szokásos eljárás ezekben az esetekben. Engedélyezi Ön ezeket a beszélgetéseket?” (p. 291)

Könnyen áttekinthető, jól szerkesztett, hasznos könyv, érdemes kézbe venni.

Háhn Judit

Fóris Ágota – Pusztay János (szerk.)

Utak a terminológiához

(Terminologia et Corpora – Supplementum 1.)

Szombathely, 2006. 256 p.

A Berzsényi Dániel Főiskola Uralisztikai Tanszékének és a Terminológiai Innovációs Központnak a közös sorozatában megjelent gyűjteményes kötet tizenegy tanulmányt tartalmaz a terminológia témaköréből. A tanulmányok szerzői a pécsi és a veszprémi egyetem nyelvészeti doktori programjának hallgatói. A kötetben szereplő tanulmányok megmutatják, hogy a doktoranduszok személyes érdeklődése és speciális szakismeretei milyen gyümölcsözően alkalmazhatóak nyelvészeti-terminológiai munkájukban.

B. Papp Eszter *Néhány színnév terminológiai vizsgálata* (pp. 7–25) című tanulmányában azt vizsgálja, hogy a különböző optikai tankönyvekben, egy kiadványszerkesztői kézikönyvben és a *Magyar Értelmező Szótárban* található színnevek jelentéstartománya