

KÖNYVSZEMLE

Borgulya Istvánné Vető Ágnes Ágota **Kulturális távolságok** Vállalatokon belüli és országok közötti interakciókban

Budapest: Typotex Kiadó, 2014. 261 p.
ISBN: 978-963-2798-19-6

Borgulya Istvánné Vető Ágnes Ágota CSc a Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kara egyetemi magántanára, az MTA Gazdálkodástudományi Bizottsága Kommunikációmenedzsment Munkabizottságának elnöke. Kutatási területe a szervezeti, a vállalati, a vezetői, a kultúrák közti kommunikáció és kooperáció, a gazdasági és a vállalati kultúra. Személyében a szakterület elismert szakértője foglalja össze napjaink gazdasági kommunikációs gyakorlatának legfontosabb kérdéseit.

A kötet a multikulturális és a nemzetközi tevékenységet folytató vállalat kultúrák közti és nemzetközi kommunikációját tárgyalja gazdálkodástudományi, kommunikációtudományi és alkalmazott nyelvészeti nézőpontból. A szerző célja hozzájárulni a gyakorlatban sokasodó problémák és a nemzetközi vállalati kommunikációmenedzsment hazai kutatása közötti szakadék áthidalásához.

A könyv felépítését tekintve két fő részre tagolódik. Az első négy fejezet az elméleti keretet vázolja fel, a következő három gyakorlati kérdéseket tárgyal.

Az első fejezet bemutatja a vállalatot, a vállalati kommunikáció színterét, és értelmezi a vállalati kommunikáció fogalmát. A vállalat fogyasztói igények kielégítésére létrejött gazdálkodó szervezet. Az emberi tényezőre fókuszáló szemlélet képviselői kimutatták, hogy a munkatársak közötti kommunikáció kihat a termelékenységére. Az emberi erőforrást középpontba állító megközelítés szerint minden egyes munkavállaló a vállalati célok elérésének fontos kelleke. Az 1970-es években megnőtt a szervezeti kommunikáció iránti érdeklődés. Az 1980-as évektől beszélhetünk

integrált vállalati kommunikációról, ami a marketingkommunikáció és a PR közeledéséből jött létre. A stakeholdert (a vállalat tevékenysége által érintett egyén vagy szervezet [257]) középpontba állító elmélet szerint a vállalat felelősséggel tartozik valamennyinek, és folyamatos kétirányú kommunikációra van szükség köztük és a vállalat között. A vállalat alapvető célját csak úgy érheti el, ha folyamatosan kapcsolatban áll a tevékenysége által érintett csoportokkal. A vállalat megjelenik mint szakmaközösség, mint tudásközösségek együttese, mint szociális és kultúrák közti közösség és mint kommunikációs közösség. A vállalati kommunikáció mint tudományos diszciplína sokat változott az évtizedek során, változását a vállalat és a szervezet értelmezésének és a rokon társadalomtudományoknak a fejlődése határozza meg. A szerző megállapítja, hogy a vállalati kommunikáció működése egyetlen konzisztens modellben nehezen képezhető le, erre csak egy multidiszciplináris modell alkalmas; az érintett diszciplínák nem elszigetelten, hanem egymást áthatva érvényesülnek a vállalati kommunikáció kutatásában.

A második fejezet azt vizsgálja, milyen lényegi sajátságokkal bír a kommunikáció, ha gazdasági, szociológiai, illetve kulturális aspektusból vizsgáljuk a vállalatot. Több rendező elv is alkalmas a kommunikáció modellezésére. Közülük a stakeholderek alapján felállított modell tűnik a legalkalmasabbnak a kommunikációs helyzetek és üzenettartalmak differenciált bemutatására. A vállalatok belső kommunikációját „sűrű” szöveg jellemzi, ami nagy fokú tartalmi koncentrátságot, implicitást jelent. A vállalatok belső kommunikációjában nagy jelentősége van a tevékenység-specifikus szaknyelveknek. Ezt a szerző egy gyógyszergyár kommunikációja alapján mutatja be. A kommunikációmenedzsment feladata a vállalaton belüli részrendszerek kommunikációjának összehangolása.

A harmadik fejezet rendszerbe foglalja az elmúlt ötven év kultúráközi kommunikációkutatásának nézőpontjait és modelljeit a kultúra és a kommunikáció kapcsolatából kiindulva. A nyelvészeti-kommunikációtudományi megközelítés a kommunikáció eszközének használatát vizsgálja. A pszichológiai kutatások is értékes adalékokkal járulnak hozzá a kultúráközi interakciók kutatásához. A kulturális orientációs minták alapján történő megközelítés képviselői azt feltételezik, hogy az egyének szocializációjuk során olyan mintákat sajátítanak el, amelyek viselkedésük vezérlő elveivé válnak. E tudományterületek együttesen teszik lehetővé a kultúráközi interakciók pontos leírását.

A negyedik fejezet arra a kérdésre keresi a választ, milyen mértékben különböznek a kultúrák egymástól, és hogyan lehet ezeket a különbségeket számszerűsíteni. Az egyes kultúrák közötti különbségeket kulturális távolságként érzékeljük. Minél nagyobb a távolság két kultúra között, annál nagyobb az esélye annak, hogy zavarok keletkeznek az interakciókban. A kulturális intelligencia segít az egyénnek abban, hogy hatékonyan tevékenykedjen egymástól eltérő kulturális kontextusokban. Végül arra is választ kapunk, mi állhat a kulturális konfliktusok és zavarok hátterében. Érdekes megkülönböztetni a sikertelenség fokozatait kezdve az egyszerű kommunikációs zavaroktól egészen a meghíúsult kommunikációig.

Az ötödik fejezet gyakorlati példákon keresztül teszi szemléletessé a felvázolt elméleti keretet. Napjaink vállalata kiterjesztheti üzleti kapcsolatait a nemzeti határokon túlra is, és üzlettársakat találhat idegen kultúrák képviselőiben. A multikulturális vállalat személyi állománya eltérő kultúrákban szocializálódott dolgozókból áll. A vállalatban belül az alábbi három tényező nehezíti a kommunikációt: a nyelvi problémák, a munkatársak személyiségét formáló értékrendi és viselkedési sémák, munkamódszerek, valamint a vállalatok kommunikációs gyakorlata. A vállalat kommunikációjában kiemelt

szerepet játszik az a környezet, amelybe beágyazottan működik. A szerző megkülönbözteti a vállalat és külső stakeholderei közötti és a vállalatban belüli kommunikációt. A kulturális konfliktusok kezelése magas szintű kulturális intelligenciát követel a vezetőktől. A kulturális diverzitás kezelése napjaink egyik új menedzsmentfeladata.

A hatodik fejezet a nemzetközi tevékenységet folytató vállalatokra összpontosít. Fő témája az anyavállalatok és külföldi leányvállalataik közötti kommunikáció. A nemzetközi tevékenységet folytató vállalatok nemzeti határokat átlépő kommunikációs tevékenységét nevezi a szerző a vállalat nemzetközi kommunikációjának. A vállalat kommunikálhat külső stakeholdereivel, de lehetnek belső stakeholderei is, tehát beszélhetünk nemzetközi intern kommunikációról is. A politikai, a jogi, a gazdasági, a technikai és technológiai, az ökológiai és a szocio-kulturális környezet egyaránt hatással van a kommunikációra. „A nemzetközi vállalati kommunikációmenedzsment nemzetközi, multinacionális, globális és transznacionális vállalatok kommunikációjának menedzsmentjét foglalja magában” (188). A nemzetközi vállalati kommunikációmenedzsment egyik legfontosabb kérdése a nyelvpolitika. Melyek legyenek a munkanyelvek? Legyen-e az angol az üzleti lingua franca?

A hetedik fejezet arra a kérdésre keresi a választ, milyen stratégiákat követnek a Magyarországon működő nemzetközi tevékenységet folytató vállalatok. A választ egy 2011-ben és 2012-ben végzett kutatás adja meg, melynek címe: *A nemzetközi vállalatok kommunikációja*. A huszonkét vállalatot elemző kutatásban a *glokális* jelző illik a legtöbb vállalatra. Három csoport különül el egymástól: az elsőt a rugalmatlan centralizálás, a másodikat a centralizálás bürokratikus adaptációval, a harmadikat a centralizálás rugalmas adaptációval jellemzi. A magyar kommunikációs szakemberek szerint központilag készített, összvállalati kommunikációs stratégiára van szükség. A tartalom

legyen a helyi döntéshozók szabadsága. Fontosnak tartják, hogy személyesen megismerhessék a nemzetközi központ munkatársait. Azt javasolják, hogy legyen a központokban személyi felelőse egy-egy országnak.

A kötetet gazdagon illusztrálták. Az olvasó dolgát megkönnyíti, hogy minden fejezet végén összegzést találunk. A továbbgondolkodást, a tanulást segíti a könyv végén található 504 tételből álló irodalomjegyzék, a függelék, az idegen szavak értelmezésére szolgáló glosszárrium és a műben hivatkozott saját kutatási projektek címe és rövid leírása.

A könyvet ajánlom azoknak a hallgatóknak, akik üzleti és vállalati kommunikációt tanulnak, főként pedig az ezeket a tárgyakat tanító oktatóknak. Haszonnal forgathatják azok is, akiknek munkájuk során kell megoldaniuk a multikulturalitásból eredő konfliktusokat.

Csatlós Krisztina

Budai László

Élő angol nyelvtan
Rendszeres kontrasztív
grammatika sok példával

Budapest: Osiris Kiadó, 2007. 752 p.

ISBN: 978-963-389-968-7

Élő angol nyelvtan
Kezdőknek és középfeladókknak

Budapest: Osiris Kiadó, 2007. 398 p.

ISBN: 978-963-389-967-0

Élő angol nyelvtan
Gyakorlókönyv

Budapest: Osiris Kiadó, 2008. 329 p.

ISBN: 978-963-389-972-4

Budai László – Budai Andrea

Élő angol nyelvtan
Tesztkönyv

Budapest: Osiris Kiadó, 2008. 207 p.

ISBN: 978-963-389-973-1

Az itt következő recenzió kissé rendhagyónak mondható abból a szempontból, hogy tárgya nem egyetlen, az elméleti, avagy az alkalmazott nyelvészet egyes kérdéseit boncoló tanulmánykötet, esetleg valamilyen egy- vagy többnyelvű szótár, netán nyelvi tankönyv. Ilyen írásokkal éppen a jelen, *Modern Nyelvoktatás* címet viselő folyóirat hasábjain is nagy számban találkozhatunk. Az alábbi sorok egyszerre négy, egymással a legszorosabb kapcsolatban álló munkát mutatnak be párhuzamosan: az angol nyelvi tudásukat bővíteni és rendszerezni kívánó magyarok számára összeállított két leíró nyelvtant, valamint a hozzájuk kapcsolódó nyelvtani gyakorlókönyvet, illetve tesztkönyvet. Ami a gyakorlást szolgáló tesztkönyvet illeti, ezeket – fontosságuk ellenére – csak ritkán mutatják be írások, és még ritkábban születnek róluk értékelések.

Ahogy a szótárakról elmondható, hogy nem „elejétől végéig” való olvasásra szánják őket, hanem az éppen szükséges információ kikeresésére, ugyanígy a különböző nyelveket bemutató nyelvtanokat és gyakorlókönyveket is ez jellemzi. Nemigen vall az átlagolvasóra, hogy a kezdő (rendszerint a 7.) oldalon felütne egy leíró nyelvtant, s azt az utolsó oldal végigolvasása után tenné vissza a könyvespolcra. Kivételt képezhetnek persze például a különféle nyelvvizsgára, egyetemi megmérettetésre készülők. Most a recenzió szerzője is ilyesmire vállalkozott, alapos elemzésnek kívánván alávetni a címben jelzett munkákat, néhol egy-egy javaslatot téve esetleges módosításokra.

A 2007–2008-as évek folyamán dr. Budai László újabb négy könyvével gazdagodott az angol nyelv tanításának magyar nyelvű irodalma. Ekkor jelentek meg ugyanis tanár úrnak a címben felsorolt könyvei, a jelzett időrendben. Az *Élő angol nyelvtan – Rendszeres kontrasztív grammatika sok példával* vaskos kötete nyomán hamarosan megszületett az előbbinek nagyjából a felére szűkített változata. Míg e kisebb terjedelmű nyelvtan