

nek – akkor is csupán „morzsákat szórva” (45) – ezeknek a nyelveknek (Deixonne-törvény, 1945; Giordan-jelentés, 1982; Savary-törvények, 1982). Az ötödik fejezet végén – némi biztatásul – a regionális nyelveknek az ún. két tanítási nyelvű programokban való megjelenéséről olvashatunk (50–52). A méltán jelentős sikereket elkönyvelő pedagógiai program a „belemerítés” módszerét vallja, s Franciaországban (tegyük hozzá: kanadai, pontosabban québeci előzmények után) a 80-as évek első felétől terjedt el.

Az utóbbi fejezetek jól bizonyítják, hogy a nyelvpolitika az újabb időkben nagymértékben – ha nem is elsősorban – nyelvoktatáspolitikai.

A befejező, hatodik fejezet (53–64) a bemutatott jó példák ellenére sem pozitív kicsengésű. Bár az ezúttal François Bayrou-tól származó mottó: „Egy nyelv ismerete gazdagít. Ha többet ismerünk, az nem válik a többi nyelv kárára”, bizakodásra adhatna okot, e szavak nem minden – s főként nem minden politikusi – agyban találnak visszhangra. Franciaország viszonya *A Regionális vagy Kisebbségi Nyelvek Európai Kartájához* az 1999-es aláírás óta (amely már maga is hétévnnyi késlekedést jelentett annak megszületéséhez képest) semmit nem változott, hiszen különböző okokra hivatkozva napjainkig sem került sor a ratifikációjára. A félelem a nemzeti egység megbontásától, ha úgy tetszik: a nemzetállami eszme újra és újra megakadályozza e kiemelkedően fontos dokumentum franciaországi ratifikálását. A nyelvpolitikai küzdelem könnyen éles politikai küzdelemmé válhat napjaink Franciaországában. Abban, hogy *A Regionális vagy Kisebbségi Nyelvek Európai Kartájához* csatlakozni fog Franciaország, az olvasottak alapján csak reménykedhetünk. Összegezőként elmondható, hogy Ortutay Katalin könyve világos képet rajzol a francia nyelvpolitika több évszázados történetéről. Am a kis könyv – a francia vonatkozásokon túlmenően – hatékonyan szolgálhatja a nyelvpolitikai ismeretek elmélyítését, egyes fogalmainak tisztázását. Ahogyan az ismertetés

első soraiban már utaltam rá, segítheti az eligazodást akár a magyar nyelvvel kapcsolatos nyelvpolitikai kérdésekben is, ráadásul mindent direkt utalások nélkül. A kötetet a logikus gondolatvezetés, a problémaérzékenység jellemzi. Elolvasását valamennyi, a nyelvpolitika iránt érdeklődő személynek, tanároknak, diákoknak egyaránt ajánljuk.

Csetneki Sándorné Bodnár Ildikó

**Borgulya Ágnes – Deák Csaba (szerk.):
Vállalati kommunikáció
a 21. század elején**

Miskolc: Z-Press Kiadó, 2011. 327 p. ISBN
978-963-642-430-5

Hiánypótló munkát vesz a kezébe az olvasó. Az előszóban Noszkay Erzsébet már joggal utal bizonyos unikális jellemzőkre. Úgy általában a kommunikáció és ennek változatos, a vállalati életben is mindennapos formái számos szakma kompetenciakörébe tartozóan jelennek meg a különböző munkákban és kiadványokban. Itt és most vállaltan egy kísérletbe vonnak be bennünket az alkotók: egyetlen kötetben nagyszámú – ismert és kevésbé ismert – szerző munkáját jelentetik meg, szándékuk a tartalmi szempontok mellett a szakmai sokszínűség bemutatása.

A szerkesztők ismert elméleti és gyakorlati szakemberek, az a vállalásuk, hogy az MTA Vezetés- és Szervezéstudományi Bizottsága Kommunikációmenedzsment Albizottságának konferenciaanyagából válogatva mutassák be a hazai munkák egy gyűjteményét, mindenképpen sikeres és szerencsés.

A kommunikációkutatás hazai útja nem válik el a nemzetközi trendektől. A filozófiai, nyelvészeti, később viselkedéstudományi megközelítés lassan, de biztosan találja meg azokat a diszciplináris jellemzőket, melyekkel részévé válik a kommunikáció tudományos igényű vizsgálatának. Ebbe a trendbe illeszkedik a kötet is. A harminc szerző (felsorolá-

suktól eltekintenek, hiszen, munkájukon keresztül ismerhetjük, megismerhetjük őket) öt nagyobb témakörbe rendezetten számol be kutatásairól. A vállalati belső kommunikáció témakörét három, az etika témakörét hét, a nemzetközi kitekintést három, az információ világát hat, míg a kultúrközi kommunikáció oktatása, kutatása témakört négy tanulmány reprezentálja.

Dobrai Katalin a tudásmenedzsment fogalomkörébe illesztve elemzi a tudáskommunikáció kérdéskörét, a kommunikáció szerepét (15–28). A tudásmegosztás számos kérdéséveti fel, meghatározónak tartja a kultúra és a vezetés szerepét. Karoliny Mártonné a belső kommunikáció változásait vizsgálja viszonylag nagy mintán (29–46). A dolgozat a HR-szakma számára is érdekes adatokkal szolgál. Németh Tamás munkájában a kommunikáció kohéziós tényezőként történő felfogása, stratégiai szemléletű bemutatása jelenik meg (47–56).

Az etikai szempontok vizsgálata Angyal Ádám dolgozatával indul (57–68). A szerző elsősorban a szervezet külső kommunikációját elemzi, mintegy ellenpontozva az előzőeket. Döntő kategóriának a hitelességet tartja. A tudásmegosztás etikai problémái állnak Bencsik Andrea tanulmánya középpontjában (69–88). Különösen fontos eleme a dolgozatnak a játékelméleti alapvetés, illetve ennek következetes alkalmazása. Deák Csaba a CSR (társadalmi felelősség) hazai gyakorlatát elemzi (89–100), Marcsa Attila az üzleti tisztesség érveit és ellenérveit sorakoztatja fel (101–110), míg Szabó Gábor a Shell olaj- és a Chiquita banáncég stratégiáját mutatja be, krimiírókat megszegényítő, izgalmas formában (111–124). Szántó Richárd munkája akár az IT-fejezetben is helyet kaphatott volna, hiszen az előbb már említett társadalmi felelősség témakörét vizsgálja az online szintéren (125–138), míg Szegedi Krisztina elemzésének tárgya a hazai tulajdonú MOL-csoport etikai kódexe (139–156).

A vállalatok nemzetközi kommunikációjára című fejezet váratlan módon nem a Borgulya-tanulmánnyal kezdődik, de nem ettől érdekes

számunkra. A szociális párbeszéd kérdése András István és Rajcsányi Mónika dolgozatában (139–156) jól mutatja az átalakulás, a kulturális különbség szülte problémákat az ISD Dunaferr, a Hankook, a Hamburger Hungaria és a Ferrobeton nevű cégek esetében. Ezt követi az előbb hiányolt, a fejezetcímmel azonos, izgalmas és kiválóan megírt tanulmány Borgulya Ágnestől (171–188), majd Hidasi Judit globalizációról és „nemzetköziesedésről” szóló írása zárja a fejezetet (189–200).

Az *IT vívmányai* (amelyek egyébként leginkább alkalmazások) a *vállalati kommunikációban* című fejezet tanulmányainak sorát Háhn Judit webergonómiáról szóló munkája nyitja meg (201–216). A cikk elemzi a vizsgált cégek honlapjait, és kritikai észrevételeket tesz. Kiváló megállapításokkal lát el bennünket Kollár Csaba a digitális nemzedékek vonatkozásában, mintegy tipológiát alkotva, csoportosítja a jelen egyetemi-főiskolai hallgatói nemzedék fontosabb jellemzőit (217–232). Koncosné Szombathelyi Márta és Keller Veronika a közösségi média európai–magyar jelenségekörének megragadását kísérli meg a PR-eszköztár gazdagításának reményében (233–246). Németh Erzsébet, Kiss Beatrix és Körömdi Gábor az ÁSZ-hírporthat a 21. századi külső-belső kommunikáció megoldásaként mutatja be (247–256). Smuck Roland a hatékony vállalati kommunikáció „netes” hátterét, annak sikerét és kudarcát elemzi mélyrehatóan (257–268). Sebők Viktória és Turcsán Tamás az alternatív közösségi kommunikáció új útjait vizsgálja, bizonyítva a „like-korszak” végét (269–286).

A *kultúrközi kommunikáció oktatása és kutatása* című fejezetet Abloncziné Mihályka Livia és Tompos Anikó *Optimisation of Intercultural Communication and Collaboration (OPTICOM)* projektről szóló beszámolója indítja (287–294). Majd, talán a nyelvoktatók számára az egyik legérdekesebb kérdést, az idegennyelv-tudás és az interkulturális kompetencia vállalati elvárásait mutatja be Bajzáth Tünde az interkulturális kompetencia kontextusában (295–304). Új tréningformával ismer-