

Falkné Bánó Klára

KULTÚRAKÖZI KOMMUNIKÁCIÓ

Nemzeti és szervezeti kultúrák, interkulturális menedzsment aspektusok

Napjainkban a kultúraközi kommunikáció és az interkulturális menedzsment témakörei és problematikája jogosan vált a nemzetközi kutatások egyik fő célterületévé. A világgazdaság és a világkereskedelem globalizációs tendenciái, vagy a ma már a kelet-közép-európai térséget, így Magyarországot is egyre közelebből érintő európai uniós egységesítési törekvések is kiemelkedően fontosabbá teszik számunkra e témakör tanulmányozását.

Az amerikai japán társadalomkutató, FRANCIS FUKUYAMA szerint „...*akár összeütközéshez, akár alkalmazkodáshoz és haladáshoz vezet a kultúrák találkozása, életbevágóan fontossá vált, hogy jobban megértsük, mi teszi a kultúrákat sajátossá és hatékonyá, mivel a nemzetközi versennyel kapcsolatos kérdések, legyenek bár politikaiak vagy gazdaságiak, egyre inkább kulturális formát öltenek.*”

A szeptember 11-én lezajlott rettenetes terrortámadás a New York-i Világkereskedelmi Központ és a Pentagon ellen, valamint az azóta zajló események is drámai aktualitással hívják fel a figyelmet a különböző civilizációk egymás iránti toleranciájának és az egymás kultúrájának jobb megértését célzó interkulturális tanulmányok folytatásának szükségességére.

Nem véletlen, hogy nem csak Európában, az egész világon egyre több felsőoktatási intézmény tantervébe vezetik be a fiatal diszciplína oktatását és ez alól Magyarország sem kivétel, nálunk is ma már számos egyetemen és főiskolán tárgy az interkulturális kommunikáció.

A kultúraközi kommunikáció témaköre jól feldolgozott a nemzetközi szakirodalomban, de a magyar nyelven olvasható irodalom feltűnően hiányos. Ezért is hiánypótló, fontos ez az elsősorban tankönyvnek készült munka, amely megkísérli – a teljesség igénye nélkül – áttekinteni a kultúraközi kommunikációs tanulmányok egy részének elméleti kereteit és bemutatni a szerző témakörrel kapcsolatos magyarországi kutatásának eredményeit.

A könyv három fő részre tagolódik. Az első részben alapos nemzetközi irodalomfeldolgozás alapján a téma elméleti hátterének, a legfőbb nemzetközi kutatási eredményeknek, a legismertebb kultúraközi kommunikációs modelleknek, HOFSTEDE, KLUCKHOHN és STRODTBECK, TROMPENAARS és HALL kulturális orientációinak, dimenzióinak, illetve koncepcióinak a bemutatása, illetve elemzése található, külön hangsúlyozva a magyar kulturális sajátosságok helyét a magyar adatokat többnyire nem tartalmazó modellekben.

Ez a rész a kultúra és a kommunikáció néhány jellemző definíciójának elemzésétől a kultúra természetének és sajátosságainak ismertetésén, valamint a nemzeti és a szervezeti kultúrák legfontosabb modelljeinek bemutatásán keresztül a kulturális sztereotípiák és a kulturális sokk folyamatának elemzéséig felöleli a téma legfontosabb elméleti aspektusait. Ugyanakkor a gyakorló menedzserek, a nemzetközi vállalatoknál dolgozó vezetők és alkalmazottak is találhatnak munkájukat segítő hasznos gyakorlati útmutatásokat ebben a részben, különösen a nemzeti és a szervezeti kultúrák összefüggéseit elemző negyedik fejezetben.

A második, jóval rövidebb rész esettanulmányokat és feladatokat tartalmaz az első rész elméleti ismereteinek gyakorlati életben történő megjelenítésére, illetve az interkulturális menedzsment tevékenység tanulmányozására és elemzésére. Ebben a részben az olvasó aktív résztvevőjévé válhat a tanulási folyamatnak. A feladatok és esettanulmányok feldolgozása önállóan is történhet, de hasznosabb a szemináriumon vagy interkulturális kommunikáció tréning keretében, csoportos formában végzett elemzés, mely lehetőséget ad az interaktív munkára, az elméletek és a hallgatók saját ismereteinek, tapasztalatainak ütköztetésére. Ezt a részt érdemes tovább bővíteni, az oktatók és trénernek a helyi igényeknek megfelelően célirányos feladatokkal maguk is kiegészíthetik, bővíthetik a második részben található anyagot.

A harmadik rész a szerzőnek a magyarországi multinacionális, elsősorban amerikai-magyar és brit-magyar, de olasz, holland, német és japán vállalatok, illetve szervezetek interkulturális kommunikációjának területén is folytatott empirikus kutatását és az 1994 óta folyó terepmunka eddigi eredményeit mutatja be. A felmérés a magyar üzleti kultúra sajátosságainak, illetve a nemzetközi vállalatok munkáját nehezítő kultúraközi kommunikációs konfliktusok okainak és a konfliktusok kezelési stratégiáinak feltérképezésére irányul, eddig harmincnégy vállalat több mint háromszáz szervezeti vezetőjével és alkalmazottaival készített interjúk alapján.

A kultúraközi kommunikáció témakörében végzett kutatás különböző aspektusait és a kutatási folyamat fázisait bemutató néhány tanulmány, illetve előadás összegező képet nyújt a kutatás jelenlegi eredményeiről.

Sokak számára ajánlható ez a könyv: a felsőoktatási intézmények, kiemelten a Budapesti Gazdasági Főiskola Külkereskedelmi Főiskolai Kara hallgatóinak számára, de a témában tartott bármely kurzus vagy interkulturális menedzsment tréning során is jól használható anyagot nyújt tréner és résztvevő számára egyaránt, ugyanakkor javasolt olvasmány a nemzetközi cégek, vegyes vállalatok vezetőinek és alkalmazottainak, valamint minden a kultúraközi kommunikáció iránt érdeklődő olvasó számára is, annak reményében, hogy segítségükre lehet tanulmányaik folytatásában, illetve a mindennapok kultúrák közötti kommunikációs gondjainak megoldásában.

*(PÜSKI KIADÓ Kft. Budapest, 2001.)
(A könyv kiadása a
Budapesti Gazdasági Főiskola
Külkereskedelmi Főiskolai Karának
támogatásával történt.)*