

A DISKURZUSRÖGZÍTÉS SZEREPE A VÁLLALATI KOMMUNIKÁCIÓBAN

THE ROLE OF DISCOURSE RECORDS IN CORPORATE COMMUNICATION

*Dr. Dobos Csilla**

ABSTRACT

This paper first presents the written and oral genres of corporate communication. The second part analyzes how the oral utterances of corporate communication at various places (e.g. at negotiations, meetings, discussions, etc.) are put down in writing.

1. BEVEZETÉS

Napjainkban a vállalatok külső és belső kommunikációja egyaránt olyan versenyelőnyt biztosító tényezővé vált, amely a vállalatok piaci értékét jelentős mértékben megnövelheti. Ezért – a versenyképesség, az innovációkészség és a nyereségesség mellett – a hatékony kommunikáció is meghatározó szerepet kap a vállalati értékrendben. [1] A gazdasági élet minden szereplőjének fontos feladata az, hogy megfelelő színvonalon és megfelelő eszközökkel alakítsa ki belső és külső kommunikációs hálózatát.

A vállalati kommunikáció egy olyan többszintű interaktív információáramlási folyamat, amelynek színtere a gazdasági élet, célja pedig végső soron az értékteremtés. Az információáramlási hálózatban meghatározó jelentősége van annak, hogy a vállalat – a célcsoportok sajátosságait figyelembe véve – milyen kommunikációs formát választ az üzenetek továbbításához: szóbelit vagy írásbelit. A kommunikáció formájának kiválasztása számos különböző tényező összjátékának és együttműködésének függvénye. Ahhoz, hogy a kommunikáció szóbeli, illetve írásbeli formájában rejlő értékteremtő lehetőségek maximális kiaknázása megvalósuljon, a célcsoportokon kívül figyelembe kell venni az üzenet tartalmát és célját, a kommunikáció típusát (pl. egyirányú, kétirányú, közvetlen, közvetett), a kommunikáció csatornáit (verbális és nem verbális), valamint eszközeit, műfajait, illetve szövegtípusait.

A vállalati kommunikáció célcsoportja több rétegből tevődik össze, ide tartoznak a fogyasztók, az ügyfelek, a vállalat munkatársai, üzleti partnerei, versenytársai, a vállalattal kapcsolatban álló érdekképviseletek, a média, az adóhatóság, a bankok, az önkormányzat stb. Tematikáját tekintve a vállalati kommunikáció szintén rendkívül sokszínű, vonatkozhat a vállalati stratégiára, értékrendre, kultúrára, a vállalat életét érintő változásokra, feladatokra, célkitűzésekre, és végül, de nem utolsónak sorban az irányítással, szervezéssel, munkavégzéssel, termeléssel kapcsolatos kérdésekre. A kommunikáció tárgya a vállalati élet teljes spektrumát felöleli, magában foglalja mindazon tematikai láncszemeket, amelyek a vállalatot valamilyen módon érintik - a globális elvektől kezdődően a napi munkával kapcsolatos problémákig. Ezért minden vállalat irányítása és működése szempontjából döntő jelentősége van annak, hogy eljut-e a megfelelő információ a megfelelő célcsoporthoz, lehetőleg a megfelelő időben, a megfelelő minőségben és mennyiségben, a megfelelő eszközökkel és csatornán, a megfelelő kommunikációs formában.

Az alábbiakban, a szóbeli és írásbeli kommunikációs formák rövid bemutatását követően, azt vizsgáljuk, hogy milyen szerepet tölt be a vállalati kommunikációban a szóbeli megnyilatkozások írásbeli formába történő átalakítása.

2. A VÁLLALATI KOMMUNIKÁCIÓ SZÓBELI FORMÁI

A vállalati kommunikáció különböző szinterekhez kötődik (pl. helyi, regionális, országos, nemzetközi), ahol a szereplők interakciója különböző szinteken valósulhat meg, nevezetesen az egyén, a csoport, a szervezet, a közösség vagy a társadalom szintjén. A kommunikáció végbe mehet a szinteken belül, amikor például az egyén az egyénnel, szervezet a szervezettel kommunikál, vagy a szintek között, amikor az egyén a szervezettel, illetve a csoporttal lép interakcióba. [2]

A vállalati kommunikáció szóbeli formáinak vizsgálatához célszerű figyelembe venni, hogy a különböző szintereken kommunikáló beszédpartnerek

* *egyetemi docens, Miskolci Egyetem Alkalmazott Nyelvészeti és Fordítástudományi Tanszéke*

milyen előzetes ismeretekkel, tudással, kompetenciákkal és elvárásokkal rendelkeznek. Fontos tényező továbbá a beszélők felkészültsége, amely nem csak az adott szituációban releváns általános és szakmai tudást foglalja magában, hanem azokat az információkat is, amelyek a beszédpartnerre vonatkoznak. [3] Ezek érinthetik a beszédpartner témaspecifikus (pl. szakmai ismeretekre vonatkozó) és témainvariáns ismereteit (pl. kommunikatív kompetencia), világlátását, vallását, a gazdaság világában elfoglalt pozícióját, a vállalati hierarchiában betöltött szerepét stb. Ezen információk jelentős mértékben befolyásolják a kommunikáció formájának és műfajának a megválasztását. (Például intranet segítségével nem jut el az üzenet azokhoz a munkavállalókhoz, akik nem használnak számítógépet.) Minél több információval rendelkezünk a kommunikációs partnerre vonatkozóan, annál biztonságosabb alapot teremthetünk a kommunikáció csatornájának és műfajának optimális megválasztásához.

A vállalati kommunikációban az alábbi szóbeli műfajok fordulnak elő a leggyakrabban: telefonbeszélgetések, telefonüzenetek, szóbeli üzenetek, szóbeli utasítások, megbeszélések (értekezletek, tanácskozások, munkamegbeszélések), hivatalos és nem hivatalos beszélgetések, fórumok, meetingek, közgyűlések, tárgyalások (szakmai, üzleti, fehér asztal melletti), beszámolók, beszédek, üdvözlő beszédek (szűk körben, nagy nyilvánosság előtt), fogadások, interjúk (bemutató interjú, állásinterjú), prezentációk, ismeretterjesztő előadások, tudományos előadások, konzultációk, belső tréningek, továbbképzések, szakmai viták, céges termékismertető, sajtóbeszélgetések, tolmácsolás, small talk, pletyka stb. A felsoroltakat egészítik ki a technikai eszközökhöz kötődő szóbeli műfajok, mint például a vállalati rádió, a hangosbemondóban elhangzó közlések, a rádió reklámok és hirdetések, valamint a szkáj. Mindegyik műfajnak egyaránt vannak előnyei és hátrányai. Rendszerint a vezetőkre, vagy a kommunikációért felelős munkatársakra hárul az a feladat, hogy eldöntsék milyen műfaj felel meg a legjobban egy adott kommunikációs szituációban. Kiválasztásuk a már említett alapvető tényezőkhöz kívül (az interakció színhelye, szintje, szereplői, valamint a szereplők tudása és felkészültsége) a kommunikáció lokális és temporális körülményeinek, a közlés témájának, céljának, regiszterének, stílusának, valamint az elérni kívánt hatásnak a függvénye.

3. A VÁLLALATI KOMMUNIKÁCIÓ ÍRÁSBELI FORMÁI

Az információ megőrzésére már a történelmi idők kezdetén is szükség volt, ezért távoli őseinknek valamilyen megoldást kellett találni az információ tárolására. Kezdetben ilyen célt szolgáltak a billog, a rováspálca vagy a csomójelek. Ezek a leleményes közlésmódok az írás előzményeinek tekinthetők, amelyeknek kialakulása éppen olyan fontos mérföldkő az emberi intellektus kibontakozásában, mint magának az írásnak a

megszületése. [4] Az emlékeztetés eszközei közül világszerte a rováspálca volt a legerjedtebb, amely főként a kölcsönadott tárgyak nyilvántartására szolgált: a pálcán megjelölték a megfelelő rovátkákat, majd hosszában kettéhasították és az egyik fele a hitelezőhöz, a másik pedig az adóshoz került. Ez utóbbi műveletre mai gondolkodásunk alapján a vállalati kommunikáció kontextusában azt mondanánk, hogy a szerződés két példányban készül.

A vállalati kommunikáció szempontjából rendkívül fontos, hogy az írás térben és időben kötetlen, ezért alkalmas az információ tetszőleges számú befogadóhoz, nagy távolságban történő eljuttatására. Miután az írás hosszú időn keresztül a kiváltságosak tudománya volt, társadalmi tekintélye ma is jelentős, s mintaként, követendő példaként szolgál az egyén és a közösség számára egyaránt.

A vállalati kommunikációban az alábbi írásbeli műfajok fordulnak elő a leggyakrabban: levelek, rövid üzenetek, emlékeztetők, jegyzetek, memocetlik, feliratok, kérelmek, önéletrajzok, előterjesztések, értesítők, meghívók, jelentések (pl. éves jelentés), pályázatok, szerződések, szabványok, üzleti tervek, kiadványok, hirdetések, hirdetőanyagok, sajtóhátteranyagok, sajtóközlemények, szabályzatok, kézikönyvek, árlisták, katalógusok, termékismertető, nyomtatványok, űrlapok, adatbázisok, jogtárak, rendelkezések, határozatok, honlap, intranet stb. Természetesen a felsorolás nem teljes, és nem tartalmazza az egyes írásbeli kommunikációs műfajok további differenciálását sem (pl. az írott jelek továbbítására szolgáló eszközök szerint megkülönböztethetünk hagyományos, papíralapú leveleket, illetve elektronikus leveleket, e-maileket, a levelek tematikája szerint különbséget tehetünk számos levéltípus között, mint pl. kezdeményező levelek, ajánló levelek, felmondó levelek stb.).

Mint minden írott szövegre, így a vállalati kommunikációban előforduló írott műfajokra is jellemző, hogy felidézhető, felolvasható vagy ismertethető, és ezáltal az adott információra hivatkozni lehet, a tartalma ellenőrizhető. Erre az integrált vállalati kommunikáció bármely láncszemében szükség lehet. Az említett tulajdonságoknak köszönhetően az írás a vállalati kommunikációs hálózatban rendkívül fontos szerepet tölt be, létezik azonban számos olyan szituáció és színtér, ahol a szóbeliség az információkövetítés hatékonyabb eszközének bizonyul.

4. A SZÓBELI KOMMUNIKÁCIÓ ÍRÁSBELI RÖGZÍTÉSE

A vállalati kommunikáció formáinak és műfajainak a vizsgálatok során viszonylag kevés figyelmet fordítanak a szóbeli kommunikáció írásban történő rögzítésének a folyamatára. Ugyanakkor a vállalatok életében rendkívül gyakori feladat a jegyzőkönyvkészítés, ami a tárgyalásokon, az értekezleteken, a megbeszéléseken stb. szóban elhangzottak lejegyzését, írásbeli rögzítését

jelent. Vagyis a jegyzőkönyv egyfajta kapocs a szóbeliség és az írásbeliség között, ezért a vállalati kommunikáció formáinak a leírásakor nem csak szóbeli, illetve írásbeli kommunikációs műfajokat célszerű megkülönböztetni, hanem a kettő közötti átmenetet biztosító műfajokat is. Ezen átmeneti műfajok prototipikus példánya a vállalati kommunikáció különböző szinterein minden kétséget kizáróan a jegyzőkönyv. Mivel az eredetileg írásbeli közlésre szánt szövegek szerkezete és stílusa eltér azoknak a szövegeknek a tulajdonságaitól, amelyek a beszélt nyelv írott nyelvvé történő átalakítása révén jöttek létre, a jegyzőkönyvek nem sorolhatók egyértelműen abba a csoportba, ahol a vállalati kommunikáció tipikus írott műfajai találhatóak.

| TIPIKUS SZÓBELI KOMMUNIKÁCIÓS MŰFAJOK | TIPIKUS ÍROTT KOMMUNIKÁCIÓS MŰFAJOK | SZÓBELI MŰFAJOK ÍRÁSBELI RÖGZÍTÉSE |
|--|--|------------------------------------|
| Pl. beszámoló, konzultációk, megbeszélések, tárgyalások, előadások, értekezletek, interjúk, beszélgetések, small talk, telefonbeszélgetések stb. | Pl. e-mailek, faxok, jelentések, szerződések, szabályzatok, árlisták, katalógusok, kézikönyvek, önéletrajzok, űrlapok, termékmismertető, hirdetések, pályázatok stb. | Pl. jegyzőkönyv |

1. táblázat. A vállalati kommunikáció műfajai

Fercsik Erzsébet és Raátz Judit *Kommunikáció szóban és írásban* c. könyvükben [5] részletesen bemutatják a beszéd és az írás legfőbb tulajdonságait, majd különböző szempontok mentén szembeállítják és összehasonlítják a kommunikáció két alapvető típusának ismérveit. A szóbeli és az írott kommunikáció közötti számos különbség közül az élőbeszéd rögzítése szempontjából az a tényező a legfontosabb, mely szerint az írás nem csak a beszélt nyelv vizuális reprezentációja, hanem önálló kommunikációs csatorna, és ezért a szóbeliséghez képest nem pusztán származékos vagy másodlagos jelenség. [6] „Magában véve minden írásos szöveg igényt tart arra, hogy tisztán önmagából lehessen életre kelteni a nyelvben” – mondja Gadamer. [7] Az írásba foglalás mindig több, mint a kimondott szó rögzítése, hiszen az írott szöveg meg van fosztva a szóbeli interakció közvetlenségétől, kontroll- és korrekciós lehetőségétől, ezért amellet, hogy visszautal az elhangzottakra, kompenzálnia kell az élőbeszéd kommunikatív szituációjából adódó előnyöket is. Az írott szöveg létrehozója sem vissza- kérdésre, sem visszajelzésre, sem magyarázatra, sem a megértést segítő hangsúlyozásra és gesztikulálásra nem számíthat. Így minden írásbeli rögzítés során magában a szövegben kell megjeleníteni a megértéshez szükséges összes információt, mégpedig úgy, hogy közben figyelembe kell venni a

leendő címzetteket. Az írás egyfelől tehát az élőbeszédnek csupán „halovány árnyéka” (Crystal 226), másrészt azonban „értelemautonómiájának” (Gadamer 1984: 276) köszönhetően önálló, komplex és maradandó, ezért gondosan szerkesztett, tömör felépítésű, nyelvilag stilizált. Az elröppenő szót bármikor és bárhol reprodukálhatóvá teszi, térben és időben kötetlen: az információáramlás útjából elhárítja azokat az akadályokat, amelyeket a földrajzi távolság okoz és lehetővé teszi a felhalmozott tudás, ismeret és tapasztalat későbbi nemzedékek számára való átadását is.

A szóbeli üzenetek megfogalmazásának és megragadásának közös kontextusa, valamint a közlés és a befogadás egyidejűsége számos olyan nem verbális támpontot szolgáltat, amelyek hatékony segítséget nyújtanak a beszédszándék felismerésében és megértésében. A befogadó a szóbeli kommunikáció erőteljes kontextusfüggőségének és közös fizikai környezetének köszönhetően az élőnyelvi megnyilatkozásokban gyakran előforduló redundáns elemek, befejezetlen, töredékes, hibás és hiányos grammatikai szerkezetek ellenére is következtetni tud az üzenet tartalmára. A különböző kommunikációs szinterek sajátosságai, vizuálisan észlelhető körülményei jelentéstani komponenssé válnak, amelyek nem szerepelnek a szóbeli közlésekben, amelyeket a beszélők nem verbalizálnak, mivel erre nincs szükség, ezek az információk az interakció részét képezik. A szóbeli megnyilatkozásokban a beszélő nem reflektál a teljes közlési szituációt megjelenítő fogalmi összefüggésekre, mivel azok az interakcióban résztvevők számára adottak: láthatóak, hallhatóak, érzékelhetőek, vagy a vizuálisan, illetve auditív úton nyert információkból kikövetkeztethetők.

A szöveghűség szempontjából a diskurzusrögzítés különböző fokozatokkal jellemezhető, amelyek a szó szerinti lejegyzéstől egészen a szabad parafrázisig terjednek. Az egyik legprecízebb megoldást a beszédelemző transz- kripciók jelentik, míg a parafrázisok, mellőzve a propozíciós tartalmat, gyakran csak az illokúciós erőt jelölik meg. A társadalmi kommunikáció legtöbb színterén elsődlegesen azonban az élőszó szöveghű vagy szöveg közeli rögzítésére mutatkozik igény (pl. tárgyalótermi, vállalati, politikai, orvosi kommunikáció). Minden ilyen intralingvális fordítási folyamattal szemben, amikor a hangzó szöveg vizuális jelekké történő átalakításáról beszélünk, alapvető követelmény a referenciális ekvivalencia bizonyos mértékű megteremtése. Ezért az élőbeszéd vizuális objektívációja szorosan kötődik az értés, az interpretáció és a megértés kategóriáihoz.

A vállalati kommunikációra az alábbi típusú jegyzőkönyvek jellemzőek: szó szerinti jegyzőkönyv, kivonatos jegyzőkönyv, emlékeztető vagy feljegyzés. A kivonatos jegyzőkönyv lehet szöveghű vagy szabad kivonat. Az előbbi a szóban elhangzottak kb. 70-75%-át tartalmazza, míg az utóbbi az eredetileg elhangzottaknak kb. 50%-át. A szó szerinti jegyzőkönyvben mindennek szerepelni kell, ami az értekezleten, tárgyaláson stb. elhangzott, sőt rögzítésre kerül a nevetés, taps és kiabálás is. A szó szerinti jegyzőkönyvek tipikus színtere a parlament, ahol a gyorsírók

az ún. sztenogramok (gyorsírással lejegyzett szöveg) segítségével mindent lejegyeznek, majd az így rögzített anyagot 'átteszik' a közírás nyelvére. A Magyar Köztársaság Országgyűlésének Hárszabálya 65. §-nak (1) és (2) bekezdése értelmében például az Országgyűlés ülésén elhangzottokról szó szerinti jegyzőkönyvet kell vezetni, és a szó szerinti jegyzőkönyvbe az ülésen elhangzott minden nyilatkozatot, felszólalást és közbeszólást fel kell venni, és fel kell tüntetni benne a tetszés és rosszallás hangos kifejezését is.

Az emlékeztetők vagy feljegyzések csupán arról adnak tájékoztatást, hogy mi volt az adott értekezlet, tárgyalás stb. tárgya, időpontja, helyszíne, kik vettek részt rajta és milyen döntést vagy határozatot hoztak, illetve miben állapodtak meg.

A TÁMOP-4.2.1.B-10/2/KONV-2010-0001 jelű kutatás részeként több vállalat bevonásával végeztünk el egy számítógépes kérdőíves vizsgálatot az Evasys rendszer segítségével. A kérdések jelentős része a vállalati kommunikáció vizsgálatának különböző aspektusaira irányult, melyeknek célja többek között annak a feltérképezése volt, hogy melyek a vállalati kommunikáció leggyakoribb és leghatékonyabb írásbeli, illetve szóbeli formái. Ezen kutatás részeként fogalmaztuk meg az alábbi, diskurzusrögzítésre vonatkozó kérdést: *Hogyan kerülnek rögzítésre a fontosabb szóbeli megbeszélések?* A kérdőívben három lehetőséget adtunk meg, nevezetesen:

- Gyorsírás alapján készült jegyzőkönyvben (10%),
- Titkárnői tartalmi jegyzetelés alapján készült jegyzőkönyvben (60%),
- Digitális adathordozó felvétele alapján készült jegyzőkönyvben (30%).

A kérdőívben megadott lehetőségek mögött zárójelben feltüntetett számok azt mutatják, hogy a vizsgált vállalatokban (8 közepes nagyságú vállalat és 2 multinacionális cég) hogyan történik a jegyzőkönyv elkészítése. Az eredmények alapján megállapíthatjuk, hogy a gyorsírás használata kevésbé jellemző, a digitális adathordozó felvétele alapján készült jegyzőkönyv gyakrabban használatos, azonban a legelterjedtebb jegyzőkönyvkészítési eljárás a titkárnői tartalmi jegyzetelésen alapszik. A kérdőívben nem szerepelt, de a vállalatok képviselőivel folytatott interjúkból kiderült, hogy nagyon gyakori a jegyzőkönyvkészítésnek az ún. kombinált formája, amelynek az a lényege, hogy a titkárnő által készített jegyzeteket az ülést követően egybevetik a digitális adathordozó segítségével készített felvételekkel és így pontosítják, illetve kiegészítik a lejegyzett szöveget. A diskurzusrögzítésnek ez a módja lehetőséget kínál arra is, hogy szükség esetén szó szerinti lejegyzés történjen, hiszen a felvétel tetszőleges időpontban és tetszőleges gyakorisággal újra halgatható.

5. ÖSSZEZGÉS

A jegyzőkönyvvezetés rendkívül összetett folyamat, amelynek vizsgálatára a jövőben célszerű több figyelmet fordítani. Ahogyan arra a fentiekben már utaltunk, a jegyzőkönyvvezető tevékenysége szorosan összefügg az előbeszéd megértésével és értelmezésével. A jegyzőkönyvvezető ugyanis nem automatikusan rögzíti az elhangzottakat, hanem szelektál, 'selejtez', és szükség esetén korrigál. A (nem szó szerinti) jegyzőkönyv végső formába öntésekor elhagyható ugyanis minden felesleges ismétlés, minden üres, tartalmatlan frázis, amely nem hordoz a téma szempontjából releváns információt. Az ilyen szemantikailag üres kifejezések elhagyásához, az elhangzottak 70, illetve 50%-ra történő szűkítéséhez, vagyis az előbeszéd bizonyos mértékű átalakításához a szöveg megértése és értelmezése szükséges. A jegyzőkönyvvezető csak akkor végzi megfelelően a munkáját, ha képes arra, hogy értelmezze az élőszót és így helyes irányban haladjon a szóbeliséget az írásbeliséggel összekötő hermeneutikai útvonalon.

6. IRODALOM

- [1] BORGULYA I.-né.: Kommunikációmenedzsment a vállalati értékteremtésben. Budapest, Akadémiai Kiadó, 2010. 41–47. old.
- [2] ROSENGREN, K. E. Kommunikáció. Budapest, Typotex, 2004. 195. old.
- [3] DOMSCHITZ M. – HAMP G. A kommunikáció színtereiről. In: Horányi Özséb (Szerk.) A kommunikáció mint participáció. Budapest, Typotex, 2007. 101–172. old.
- [4] NÁDASDY Á.: Nyelv és írás. In: Kiefer F. (Szerk.): Magyar Nyelv. Budapest: Akadémiai Kiadó, 2006. 907–932. old.
- [5] FERCSIK E.–RAÁTZ J.: Kommunikáció és nyelvhasználat. Budapest: Nemzeti Tankönyvkiadó, 2006.
- [6] SZÉCSI G. *A kommunikatív elme. A nyelvi kommunikáció fogalmi alapjai.* Budapest: Áron Kiadó. 2003. 74–75. old.
- [7] GADAMER, H-G.: Igazság és módszer. Budapest: Gondolat Kiadó, 1984. 276.

KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS

„A bemutatott kutató munka a TÁMOP-4.2.1.B-10/2/KONV-2010-0001 jelű projekt részeként az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg.”

“This research was carried out as part of the TAMOP-4.2.1.B-10/2/KONV-2010-0001 project with support by the European Union, co-financed by the European Social Fund.”