

MILYEN PROBLÉMÁK ADÓDNAK A KULTURÁLIS KÜLÖNBSÉGEKBŐL A VÁLLALATI KOMMUNIKÁCIÓ SORÁN?

WHAT PROBLEMS OCCUR IN CORPORATE COMMUNICATION DUE TO CULTURAL DIFFERENCES?

*Dr. Bajzát Tünde**

ABSTRACT

Nowadays it is quite common for companies to employ workers brought up and socialized in different countries and cultures. Therefore workers have to face several linguistic and cultural differences at their workplaces every day, which might result in miscommunication, problems or even conflicts. Therefore the aim of this paper is to show some of the problems that occur in corporate communication due to cultural differences. This paper first presents the theoretical background, the aims, methods and participants of the research. The second part describes the multicultural environments of the researched workplaces and six problems of corporate communication due to cultural differences.

1. BEVEZETÉS

Napjainkban világszerte mind gyakoribb, hogy a vállalatok különböző országokban, kultúrákban szocializálódott munkatársakat foglalkoztatnak. Egyre gyakoribb az is, hogy a vállalatok nemzetközi hálózatokban működnek együtt. Egy repülőgép vagy egy személygépkocsi gyártásához több ország gyárai szolgáltatják az alkatrészeket. Nemzetközi nagyvállalatok ismérve, hogy különböző országokban létesítenek tervező, fejlesztő, gyártó vagy szolgáltató leányvállalatokat. Az ilyen munkakörülmények kultúrák közötti kommunikáció szükségességét hozzák magukkal.

A különböző kultúrák között zajló kommunikáció, a kultúrák különbségei miatt, nagyobb információ torzulásának, félreértésnek van kitéve, mint amikor ugyanazon kultúrához tartozó személyek között folyik a kommunikáció. Az egyén gondolkodását, alapfeltevéseit és viszonyulásait befolyásolja saját kultúrája, ezért különböző elvárásokat támaszt a másik kultúrával és azok képviselőivel szemben. Mivel a kommunikációs partnerek elvárásai eltérnek egymástól ez a kommunikációban

zavart okozhat. A zavar oka lehet „... a megismerési folyamat és tudásbázis különbözősége, az idegen nyelv használata, a nyelven kívüli elemek eltérő értelmezése, és valamennyi a közösségi hovatartozásból eredő, a különféle szerepekhez kötődő előfeltevés, előítélet és klisé”. [1]

Ebből következően a tanulmány célja az, hogy a vállalati kommunikáció során a kulturális különbségekből adódó problémákat feltárja. A tanulmány első része a kutatás elméleti háttérét, célját, módszerét és résztvevőit mutatja be. A második rész a kutatás eredményeit ismerteti.

2. A KUTATÁS BEMUTATÁSA

2.1. A kutatás elméleti háttere – A vállalati kommunikáció ismérvei

A vállalat létének alapvető feltétele a kommunikáció, mert ez tartja össze a vállalat tagjait és teszi lehetővé, hogy a kitűzött cél elérése érdekében együttműködhesenek az alkalmazottak. A kommunikáció kapcsolja össze a vállalatot más vállalatokkal, a környezettel. A vállalati kommunikáció irányát tekintve lehet belső és külső. A belső (intern) kommunikáció a vállalat tagjai között zajlik: a vezetők és a beosztottak közti, illetve a vezetők és beosztottak egymás közötti kommunikációja képezi fő típusait. A vállalat belső kommunikációja következtében képes a vezetési funkciókat betölteni, amelyek a tervezés, a szervezés, az irányítás és az ellenőrzés. Az intern kommunikáció formális és informális csatornákon keresztül zajlik. [2]

A külső kommunikáció (extern) a vállalat és annak külső környezete között megy végbe. A vállalat a gazdaság egészébe beágyazódva működik, léte függ a környezettel (a más vállalatokkal, a gazdaság más szereplőivel, a társadalommal, megrendelőivel) kialakított kapcsolatától, ezért a vállalat külső kommunikációjának egyrészt az a célja, hogy begyűjtse, elemezze, feldolgozza és hasznosítsa a vállalatot érintő információkat,

* egyetemi adjunktus, Miskolci Egyetem Idegennyelvi Oktatási Központja

másrészt, hogy önmagáról információt szolgáltatson. [3]

A vállalat kapcsolatot tart fenn a tulajdonosokkal, a kormányzattal, a helyi közösségekkel, a médiával, a versenytársakkal, a hatóságokkal, a szakmai szervezetekkel, a környezetvédőkkel, a beszállítókkal, a szolgáltatókkal, a fogyasztókkal, és számos más érdekcsoporttal. [4]

A vállalati kommunikáció használ írásbeli és szóbeli műfajokat egyaránt. Ilyen szóbeli műfaj többek között az üzleti tárgyalás, a nyilvános beszéd (előadás, prezentáció), az ügyféltanácsadás, az állásinterjú és az értekezlet. [5]

Írásbeli műfaj többek között az álláshirdetés, az állaspályázat, az önéletrajz, az ajánlólevél, a munkaköri leírás, az üzleti levél, az üzleti terv, a beszámoló, a szerződés, a jegyzőkönyv, a feljegyzés, az emlékeztető, a termékismertető, a cégismertető, a használati utasítás, a hirdetés, a vállalati hírlevél. [6]

A vállalati kommunikációt környezeti és a vállalatból eredő tényezők sokasága befolyásolja. A környezeti tényezőkhöz tartozik az a társadalom, az a nemzeti és gazdasági kultúra is, amelyben a vállalat működik. A külső környezeten kívül a vállalat egyedi sajátosságai is fontosak, mivel a kommunikációt alapvetően meghatározza a vállalat célja, mérete, a szervezeti struktúrák, a vállalat kultúrája, a vállalat vezetésének stílusa és a vállalatot alkotó egyének kvalifikációja. [7]

Tárgyunk szempontjából az utóbbi tényező: a vállalatot alkotó munkatársak képzettsége, tudása, kompetenciái döntő fontosságúak. Mivel a vállalat kommunikációjától nagy mértékben függ a vállalat eredményessége, tehát a vállalat dolgozóinak kulturális különbségekből adódó problémája közvetlenül hat a vállalat sikerességére. A kultúrák közötti különbségek jelentős része az értékrendekben fennálló eltérésekből ered. Az élet fontos komponenseivel kapcsolatos értékek (így például a család, mint érték) a munkavállalásra és a munkavégzésre is nagy hatással vannak.

Az hogy a család, a barátok és ismerősök, a szabadidő, a vallás, a politika milyen szerepet játszik és mennyire fontos az egyén életében, jelentősen befolyásolja a munkában érzett motiváltságát és a munkahelyéhez való kötődését. A különböző kultúrákban ezek az értékek különböző fontossági sorrendet képviselnek és különbözőek az élet komponensein belüli értékpreferenciák is. Ezért a multikulturális munkahelyek értékrendi különbségeiből számos kommunikációs konfliktus származik. [8]

2. 2. A kutatás célja

A 2011 őszen és telén elvégzett kutatás egyik célja, hogy bemutassa a vállalatok nyelvi és interkulturális környezetét, és a vállalatok idegen nyelvi és interkulturális elvárásait. Másik célja az, hogy megvizsgálja az észak-magyarországi régió vállalatainak idegennyelvhasználatát, interkulturális kommunikációját és az ezekből adódó eltéréseket, problémákat. Jelen tanulmány a

vizsgálat egyik aspektusát és azok eredményeit mutatja be, nevezetesen, hogy milyen problémák fordulnak elő a kulturális különbségek miatt a vállalati kommunikációban. A kapott eredmények alapján megállapításokat, következtetéseket és javaslatokat tehetünk arra, hogy mit és hogyan érdemes megváltoztatni az oktatásban azért, hogy a tanulók jobban megfeleljenek globalizálódó világunk elvárásainak és sikeresebb munkavállalók legyenek.

A jelen kutatás célját tekintve alkalmazott kutatás, mert felhasználja korábbi kutatások eredményeit, eszközeit, módszereit, de ugyanakkor az új kutatások révén új ismeretekkel is bővíti azt. [9]

2. 3. A kutatás módszere

A tanulmány következtetései egy empirikus felmérés részeredményei. A vizsgált minta Earl Babbie terminológiájával élve „nem valószínűségi minta”, azaz „a könnyen elérhető személyekre hagyatkozunk” [10], jelen esetben az észak-magyarországi régió vállalatainak dolgozóira.

Az adatgyűjtés módszerei közül a kérdőíves adatfelvételt választottuk. A magyar nyelvű kérdőív zárt, nyitott kérdéseket és Likert-skálát tartalmazott. A kérdőíves adatfelvétel választásának egyik okát a nagy minta, az egységesség, a könnyebb feldolgozhatóság indokolta. A választás másik oka az, hogy a jelen kutatás egy felderítő kutatás és a kérdőíves adatfelvétel alkalmas ilyen célra. Főként olyan kutatásokban használják, amelyekben az elemzési egység az egyes ember, illetve az adatközlők egyes emberek. Továbbá, a standardizált kérdőívek minden válaszadóról ugyanolyan formában nyújtanak adatokat. [11]

A kutatás során használt kérdőív öt részből állt és rákérdezett a dolgozók általános adataira, nyelvtudására, munkahelyi nyelvhasználatára, külföldi munka tapasztalataira és kulturális tapasztalataira. Azonban a jelen tanulmány az összeállított kérdőív csupán a kulturális tapasztalatok rész néhány eredményét elemzi.

A kérdőíves adatgyűjtés során az önkitöltős módszert alkalmaztuk, amelyet az EVASYS internetes rendszeren keresztül online töltöttek ki a válaszadók. A válaszadók kiválasztását mindig a vállalatok végezték. A kérdőív kitöltése önkéntes volt és a megkérdezettek megőrizték anonimitásukat.

2. 4. A kutatási minta

A vizsgálatban 14 észak-magyarországi vállalat vett részt. A 14 vállalatból 8 Kft és 6 Zrt. A 14 vállalatnál összesen 46 dolgozó töltötte ki a kérdőíveket. A vizsgálatban részt vevő dolgozók 1 év és 40 év közötti időtartamban állnak alkalmazásban a vállalatoknál, átlagban 11,02 éve (szórás:10,06). A szórás magas értékéből látható, hogy az adatok szórtabbak, vagyis nagy eltérés mutatkozik az egyes dolgozók alkalmazási ideje között.

A vizsgálatban résztvevők általános adatait az 1. táblázat tartalmazza. Megfigyelhetjük, hogy a megkérde-

zettek nagy része (69,5%), 32 fő nő, kis része (30,5%), 14 fő pedig férfi. Figyelemre méltó a fiatal korosztály (12 fő, 26,09%) és a középkorúak (21 fő, 45,65%) igen magas létszáma, a dolgozók 71,74 százaléka (33 fő) 24 és 40 éves kor közötti. Az életkor emelkedésével csökken a megkérdezettek száma, mert 41-50 éves kor közötti 10 fő (21,74%), és 51 és 62 éves kor közötti 3 fő (6,52%) van. Az életkor szórás értéke magas (8,64), mert nagy a korkülönbség a legfiatalabb (24 év) és a legidősebb (62 év) dolgozó között. A táblázatban látható, a vizsgálatban részt vettek jelenlegi munkahelyi beosztása is. A táblázat adatai alapján elmondható az is, hogy a vizsgálatban a beosztottak (19 fő, 41,30%) vettek részt a legnagyobb számban, őket követik a válaszadók sorában az alkalmazottak (12 fő, 26,09%). A vállalatok vezetősége kis mértékben képviselte magát a kutatásban, 4 alsószintű vezető, 8 középszintű vezető, és 3 felsőszintű vezető töltötte ki a kérdőívet. Megfigyelhető az is, hogy a részt vevők több, mint fele (25 fő, 54,35%) egyetemet végzett, a válaszadók sorában őket követik a főiskolát végzetek (15 fő, 32,61%), a doktori fokozattal rendelkezők (4 fő, 8,70%), és végül a szakközépiskolát (1 fő, 2,17%) és a gimnáziumot (1 fő, 2,17%) végzetek.

kategória	fő	százalékos érték %
nem	nő: 32 fő	69,5
	férfi: 14 fő	30,5
életkor	átlagéletkor: 36,41 év (szórás: 8,64)	–
	24-30 év: 12 fő	26,09
	31-40 év: 21 fő	45,65
	41-50 év: 10 fő	21,74
	51 év és felette: 3 fő	6,52
beosztás jelenlegi munkahelyén	alkalmazott: 12 fő	26,09
	beosztott: 19 fő	41,30
	alsószintű vezető: 4 fő	8,70
	középszintű vezető: 8 fő	17,39
	felsőszintű vezető: 3 fő	6,52
legmagasabb iskolai végzettség	szakközépiskola: 1 fő	2,17
	gimnázium: 1 fő	2,17
	főiskola: 15 fő	32,61
	egyetem: 25 fő	54,35
	doktori: 4 fő	8,70

1. táblázat. A vizsgálatban részt vevő dolgozók általános adatai (n=46)

3. AZ EREDMÉNYEK ÉRTÉKELÉSE

Az eredményeket két szempontból értékeli a jelen tanulmány. Elsőként bemutatja azt a nyelvi és kulturális környezetet, ahol a vizsgálatban részt vevők dolgoznak. Majd a tanulmány ismerteti a kulturális különbségekből adódó problémákat és leírja azt is, hogy az egyes problémák milyen mértékű gondot okoznak a dolgozóknak.

Végezetül a kapott eredményekre támaszkodva javaslatot tesz a változtatás lehetséges módjára.

3.1. Munkahelyi környezet

A vizsgált 14 vállalat esetében a vizsgálatban részt vevő 46 dolgozó közül 39 fő (85%) válaszolt igennel, arra a kérdésre, hogy együtt dolgoznak-e külföldiekkel. Ez azt jelenti, hogy a megkérdezett munkavállalók nagy része az idegen nyelvet napi munkaeszközként használja, egyben azt is, hogy interkulturális interakcióknak naponta résztvevői. Az eredmények azt is megmutatták, hogy a vizsgálatban részt vevők 13 különböző anyanyelvű kollégával dolgoznak együtt. Ezek az anyanyelvek (csökkenő százalékos értékben) a következők: német (31,82%), angol (14,78%), kínai (11%), lengyel (9,09%), cseh (6,82%), orosz (6,82%), szlovák (4,55%), francia (3,4%), olasz (3,4%), spanyol (3,4%), román (2,27%), belga (1,14%) és portugál (1,14%). A 13 különböző anyanyelvűből a német, az angol és a kínai anyanyelvűek száma és aránya a legjelentősebb. A megkérdezettek fele (51,3%) közvetítő nyelven, kevesebb, mint fele (46,2%) külföldi kollégája anyanyelvén, és csupán nagyon kis részük (2,5%) saját anyanyelvén kommunikál külföldi főnökeikkel, kollégáikkal. Ez alapján elmondható, hogy a dolgozók jelentős része minden nap interkulturális kommunikációt folytat kollégáival és a kulturális és nyelvi eltérésekből adódóan problémákkal szembesül.

3.2. Kulturális különbségekből adódó problémák

Az előzőekben láttuk, azt a multikulturális környezetet, ahol a vizsgálat alanyai mindennapi munkájukat végzik. Azt is megfigyelhettük, hogy a vizsgálatban részt vevők 13 különböző anyanyelvi kollégával dolgoznak együtt és nagy részben (97,5%) idegen nyelven kommunikálnak. Külföldi kollégájukkal történő kommunikáció során különböző problémákkal szembesülnek. A következőkben a tanulmány hat ilyen probléma csoportot mutat be a kutatás eredményeire támaszkodva és leírja azt is, hogy melyik milyen mértékben okoz gondot a dolgozóknak.

Az első vizsgált csoportba, az eltérő kulturális szokásokból adódó különbségek tartoznak, amely a megkérdezett 46 fő közül csupán 5 főnek (10,87%) okoz nagy gondot, a válaszadók több mint felének (24 fő, 52,17%) csak kevésbé jelent ez problémát, a válaszadók harmadának (17 fő, 36,96%) pedig egyáltalán nem okoz problémát. A második csoport az értékrendbeli különbségekből adódó problémákat kutatja. Az elsőhöz képest ez kevésbé jelentett problémát, mivel csak 3 főnek (6,52%) okoznak az eltérések nagy mértékben gondot, a válaszadó közel két harmadának (29 fő, 63,05%) kevésbé, egy harmaduknak (14 fő, 30,43%) pedig egyáltalán nem. A harmadik csoport, a munkához való hozzáállás különbsége, még kevesebb gondot jelent a dolgozóknak, mint az előzőekben tárgyalt két csoport, mivel csupán 3 fő (6,52%) számára okoz nagy mértékben problémát, 18

főnek (39,13%) kisebb mértékben, a dolgozók több, mint felének (25 fő, 54,35%) pedig egyáltalán nem jelent problémát. A negyedik csoport az eltérő mentalitásból és gondolkodásmódból adódó különbségeket vizsgálta. Ez a különbség csak 6 főnek (13,04%) jelent nagy problémát, a válaszadók közel felének (21 fő, 45,65%) kevésbé okoz gondot és a megkérdezettek közel felének (19 fő, 41,31%) egyáltalán nem jelent. Azonban az ötödik csoport, a határidők betartása jelentősebb problémát jelent a vizsgálatban részt vevő dolgozók számára az előzőekben említettekhez képest. A 46 válaszadó közül 8 fő (17,39%) nyilatkozott úgy, hogy számukra nagy gondot jelent a határidők betartása, a megkérdezettek harmada (17 fő, 36,96%) válaszolt úgy, hogy számukra kevésbé jelent ez gondot, a válaszadók közel felének (21 fő, 45,65%) pedig egyáltalán nem. Ehhez hasonló eredményeket mutat a hatodik csoport, ami a beosztott munkaidőn túli idejével kapcsolatos eltérő elvárásokat elemzi. A válaszadók közül 6 főnek (13,04%) nagy mértékű, a válaszadók közel felének (20 fő, 43,48%), kisebb mértékű, a válaszadók közel felének (20 fő, 43,48%) pedig egyáltalán nem jelent ez gondot.

A kulturális különbségekből adódó problémákat összegezve elmondható, hogy a vizsgálatban részt vevőknek leginkább a határidők betartásában, az eltérő mentalitás illetve gondolkodásmódból, és a beosztott munkaidőn túli idejével kapcsolatos eltérő elvárások során jelentkező kulturális különbségek jelentenek gondot mindennapi munkájukban. Az eltérő kulturális szokásokból és az értékrendbeli különbségekből származó problémák kevesebb gondot okoznak a válaszadóknak. A munkához való hozzáállás különbségében tapasztalták a megkérdezett dolgozók a legkevesebb problémát.

A kutatás eredményei alapján elmondható, hogy mivel a dolgozók egy multikulturális környezetben dolgoznak és interakcióik során a másik fél anyanyelvét, azaz idegen nyelvet vagy legtöbb esetben egy közvetítő nyelvet használnak, ez számos nehézséghez, félreértéshez, konfliktushoz vezethet. Ebből következően szükséges a hallgatókat a vállalati kommunikáció nyelvi és kulturális aspektusaira, különbségeire, konfliktushelyzeteire felkészíteni, különös tekintettel a határidők betartásában, az eltérő mentalitás illetve gondolkodásmódból, és a beosztott munkaidőn túli idejével kapcsolatos eltérő elvárások különbségeire a különböző kultúrákban.

4. ÖSSZEZGÉS

A tanulmány első része röviden bemutatta, a vállalati kommunikáció ismérveit, amely a kutatás és a tanulmány elméleti háttéréül szolgált. Ezt követően a tanulmány bemutatta a TÁMOP projekt keretein belül zajló kutatás célját, módszerét és a kutatási mintát. A kutatás eredményei alapján elmondható, hogy a dolgozók multikulturális környezetben dolgoznak. Ebből következik, hogy a különböző kultúrák reprezentánsainak kommunikációját számos körülmény nehezíti, ami félreértésekhez, problémákhoz, konfliktusokhoz vezethet. Az ered-

mények rávilágítottak arra is, hogy a határidők betartásában, az eltérő mentalitás illetve gondolkodásmódból, és a beosztott munkaidőn túli idejével kapcsolatos eltérő elvárások során jelentkező kulturális különbségek jelentenek gondot a dolgozóknak.

Az empirikus kutatás további eredményeinek tárgyalása és elemzése meghaladja e tanulmány kereteit.

5. IRODALOM

- [1] BORGULYA Iné.: Üzleti kommunikáció kultúrák találkozásában. Janus Pannonius Tudományegyetem, Pécs, 1996. 24. old.
- [2] BORGULYA Á.: A vállalati és az üzleti kommunikáció. In: BORGULYA Á., SOMOGYVÁRI M.: Kommunikáció az üzleti világban. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2007. 86. old.
- [3] BORGULYA Á.: A vállalati és az üzleti kommunikáció. In: BORGULYA Á., SOMOGYVÁRI M.: Kommunikáció az üzleti világban. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2007. 87. old.
- [4] BORGULYA Iné., BARAKONYI K.: Vállalati kultúra. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest, 2004
- [5] BORGULYA Á.: Üzleti kommunikáció előszóban. In: BORGULYA Á., SOMOGYVÁRI M.: Kommunikáció az üzleti világban. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2007. 168-192. old.
- [6] DOBRAI K.: Az írásbeli üzleti kommunikáció. In: BORGULYA Á., SOMOGYVÁRI M.: Kommunikáció az üzleti világban. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2007. 193-230. old.
- [7] BORGULYA Á.: A vállalati és az üzleti kommunikáció. In: BORGULYA Á., SOMOGYVÁRI M.: Kommunikáció az üzleti világban. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2007. 91-92. old.
- [8] BORGULYA Iné. V. Á.: A munkával kapcsolatos értékek Közép-Kelet-Európában – Nemzetközi felmérések tükrében. Vezetéstudomány, XXXVIII. évf. 7-8. szám. 2007. 51-66.
- [9] FÓRIS Á.: Kutatásról nyelvészeknek. Bevezetés a tudományos kutatás módszertanába, Nemzeti Tankönyvkiadó. Budapest, 2008
- [10] BABBIE E.: A társadalomtudományi kutatás gyakorlata. Balassi Kiadó, Budapest, 2001. 205. old.
- [11] BABBIE E.: A társadalomtudományi kutatás gyakorlata. Balassi Kiadó, Budapest, 2001. 274. old.

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.”