

Pázmány Péter Katolikus Egyetem
Bölcsészet- és Társadalomtudományi Kar
Kommunikáció- és Médiatudományi Intézet
Kommunikáció és Médiatudomány BA

A pletyka mint kulturálisan öröklődő replikátor a belső vállalati kommunikációban

Témavezető tanár:
Dr. Görföl Tibor
egyetemi tanársegéd

A dolgozat készítője:
Csizmadia Katalin
Kommunikáció és médiatudomány BA

Piliscsaba, 2014.

Nyilatkozat

„Kijelentem, hogy a jelen munkát önállóan készítettem, és semmilyen más segédeszközt nem használtam a feltüntetetteken kívül. Kijelentem azt is, hogy munkám részben vagy egészben eddig sehol meg nem jelent, és hogy azt más intézményben szakdolgozatként nem nyújtották/nyújtottam be.”

Budapest, 2014. október 23.

.....

Csizmadia Katalin

TARTALOMJEGYZÉK

BEVEZETÉS	3
1. ELMÉLETI HÁTTÉR.....	4
1.1. A MÉEMLÉLET	4
1.1.1. <i>Mém, mint új replikátor</i>	<i>5</i>
1.1.2. <i>Mit értünk tágabb értelemben vett utánpótlás alatt?</i>	<i>6</i>
1.1.3. <i>Mi a mém?</i>	<i>6</i>
1.1.4. <i>A sikeres mém receptje</i>	<i>7</i>
1.1.5. <i>A biológiai és kulturális evolúció: evolúciós és nem evolúciós modellek</i>	<i>7</i>
1.2. A PLETYKA.....	12
1.2.1. <i>A pletyka meghatározása, a pletykaképződés okai</i>	<i>12</i>
1.2.2. <i>Miért pletykálunk?</i>	<i>13</i>
1.2.3. <i>A pletyka fogalma</i>	<i>13</i>
1.2.4. <i>Pletyka, mint kommunikáció.....</i>	<i>14</i>
1.2.5. <i>Rokonműfajok, műfajbeli tévedések.....</i>	<i>15</i>
1.2.6. <i>A pletyka transzformációja.....</i>	<i>16</i>
1.3. A PLETYKA, MINT MÉM.....	17
2. A PLETYKA SZEREPE A BELSŐ VÁLLALATI KOMMUNIKÁCIÓBAN.....	19
2.1. A VÁLLALATI KOMMUNIKÁCIÓ FORMÁI.....	19
2.1.1. <i>A belső PR értelmezése.....</i>	<i>20</i>
2.1.2. <i>Szervezeti kultúra.....</i>	<i>21</i>
2.2. A PLETYKA SZEREPE A VÁLLALATI KOMMUNIKÁCIÓBAN.....	22
2.2.1. <i>A vállalati pletyka negatív hatása</i>	<i>23</i>
2.2.2. <i>A vállalati pletyka pozitív hatása</i>	<i>24</i>
2.2.3. <i>A pletyka szerepe a Győri Nemzeti Színház belső kommunikációjában</i>	<i>25</i>
2.2.4. <i>Vállalatokra jellemző pletykatípusok és a résztvevők szerepe.....</i>	<i>29</i>
2.3. PLETYKAFUNKCIÓK A SZERVEZETEKBE.....	30
2.3.1. <i>A pletyka formális szervezetekben is tartós jelenség lehet</i>	<i>30</i>
2.3.2. <i>Pletyka-szigetek: helyszínek és pletykafészek</i>	<i>30</i>
2.3.3. <i>A pletyka krízishelyzetekben (átstruktúrázás, tömeges elbocsátás, összevonás) felerősödik ...</i>	<i>31</i>
2.3.4. <i>A szervezeti pletyka megelőzheti a formális tájékoztatást</i>	<i>31</i>
2.3.5. <i>A hierarchia szabályozza a pletyka útvonalát és a pletykálók körét</i>	<i>32</i>
2.3.6. <i>A pletyka a feszültség levezetésének eszköze</i>	<i>32</i>
2.3.7. <i>A pletyka elhatárolja a régi és új csoportokat.....</i>	<i>32</i>
2.3.8. <i>A pletyka, mint a formális kommunikáció szűrője.....</i>	<i>32</i>
ÖSSZEFOGLALÁS	32
FELHASZNÁLT IRODALOM	35
SZAKIRODALOM	35
INTERNETES FORRÁSOK	38
MELLÉKLETEK.....	39
KÉRDŐÍV	39

BEVEZETÉS

A pletykához mindenkit fűz valami viszony. Iránta való eredendő fogékonyságunk abban az egyszerű tényben gyökeredzik, hogy az emberi közösségi lény. Ebben a dolgozatban arra vállalkozom, hogy két olyan elméletet vessek össze, melyek látszólag nagyon messze állnak egymástól, de a későbbiekben látni fogjuk, hogy talán közelebb állnak egymáshoz, mint gondoltuk. Kiindulópontom, hogy a pletyka – a korábbi kutatások fő csapásirányával ellentétben – nemcsak negatív jelenség lehet. Igyekszem majd rámutatni a pletyka pozitív aspektusaira, általánosságban és legfőképp egy szervezet életében. Az első elmélet, amit segítségül hívok Richard Dawkins 1976-ban útjára indított mémelmélete. Az elmélet szerint a mémek (amely elnevezés a gén analógiájaként jött létre) úgy terjednek, hogy „agyból agyba” költöznek olyan folyamat révén, melyet tág értelemben utánzásnak nevezhetünk.” (Dawkins 2005: 179). Így a mémek nem mások, mint replikátorok, egyetlen feladatuk önmaguk másolása, továbbörökítése. Első hipotézisem éppen az utánzáshoz kapcsolódik, mint kommunikációs jelenséghez. Ahhoz, hogy jobban megértsük a pletyka, mint kulturális jelenség és mémelmélet közötti összefüggést, áttekintünk néhány – a kultúrát utánzásként felfogó – elméletet. Az elméletekkel azt igyekszem alátámasztani, ami Dawkinst is foglalkoztatta: az ember nemcsak önző génekből áll, hanem tudatunkat, viselkedésünket meghatározza a kultúra, ami körülvesz minket. Ezek az eszmék, gondolatok aztán az emberek közötti interakciók révén terjednek, így a biológiai evolúció mellett figyelembe kell vennünk a kulturális evolúció emberre gyakorolt hatását. Az első megválaszolandó kérdés, hogy a tág értelemben vett utánzás kommunikációnak tekinthető-e. Amennyiben igen, akkor arra következtethetünk, hogy a mémek végső soron kommunikációval terjednek. Mivel a dolgozat témája a pletyka, kommunikációelméleti szempontból Lasswell 1948-as transzmissziós modelljével próbálom megragadni és alátámasztani. Azért ez a modell tűnik a legalkalmasabbnak, mert a középpontjában nem az üzenet szemantikai megformáltsága, hanem a kiváltandó hatás áll (Lasswell, 1948). Ez a hatás megfigyelhető és mérhető. Ha az egyik elem változik, akkor a hatás is változni fog. A második kérdéskör, amivel foglalkozik a dolgozat, hogy mitől mém a mém, és e feltételek alapján a pletykát mémnek nevezhetjük-e. Azaz mém-e a pletyka? A dolgozat végén gyakorlati szempontok alapján elemzem a pletyka szervezetek életében betöltött funkcióját, elsősorban arra vagyok kíváncsi, hogy rossz társadalmi megítélése ellenére milyen hozzájárulása lehet egy vállalat belső kommunikációjához, mennyire gyakori jelenség és mennyire megbízható, milyen tipikus

pletykahelyszíneket azonosíthatunk, és ki a pletykafészek. A végső kérdés, hogy hasznosítható-e a vállalati kommunikációban ez az agyból agyba másolódó mém?

1. ELMÉLETI HÁTTÉR

1.1. A mémelmélet

A memetika tudománya Richard Dawkins 1976-ban kiadott, *Az önző gén* c. könyvével született meg. Dawkins evolúciós biológus, etológus, jelenleg az Oxfordi Egyetemen tanszékvezető. Művében az evolúció génszemléletű felfogásának kifejtésével igyekszik elmagyarázni a laikus olvasók számára is érthető módon, hogyan lehetséges az önzésben az önzetlenség, vagyis az, hogy „a látszólagos önzetlenség valójában leplezett önzés” (Dawkins 2005: 18). A dolgozat szempontjából a könyv utolsó fejezete érdekes igazán, hiszen ezzel alkotta meg a memetika tudományát, ugyanis itt veti fel először a mémek létezésének lehetőségét, a gének analógiájára. Ugyanitt használja először a *mém* szót, amit a gén és a francia *mème* (utánzás) szavakból képzett. Ahogyan a könyv címe is mutatja, a gén az első önző replikátor. Dawkins így érvel: „... mindennek – ami természetes szelekció útján fejlődött ki – önzőnek kell lennie.” (Dawkins 2005: 17). Önző, mert a körülményektől függetlenül lemásolódik, ha van rá lehetősége. „Azt gondolhatnánk, hogy egyedül a terjedés érdekében végrehajtott terjedésnek nincs semmi haszna, a természetet azonban nem érdeklik sem a hasznosságról, sem az egyebekről alkotott emberi ítéletek. Ha tehát egy kódarabban adott az, ami szükséges a terjedéshez, el is fog terjedni.” (Dawkins, 2005). A mém tehát a második ilyen replikátor, de Dawkins számára itt a gén csupán analógia, nem több. „Az én tézisemben a gén csupán analógia, nem több. Végül is, mi olyan különleges a génekben? Az, hogy replikátorok.” (Dawkins 2005: 178). A mém egyfajta kulturális csomag, amely képes magát reprodukálni azáltal, hogy egyre több agyat „fertőz” meg. A mém lehet egy szokás, dallam, de alapvetően magát az *információt*, mint legkisebb gondolati és kulturális egységet jelenti. Az elmélet megalkotója így ír a mémekről, mint új replikátorokról:

„A mi bolygónkon uralkodó replikálódó egység történetesen a gén, a DNS-molekula. Elképzelhetők mások is. [...] Én azt hiszem, hogy nemrégiben egy újfajta replikátor bukkant fel éppen ezen a bolygón. Itt van, és belebámul a képünkbe. Még gyermekcipőben jár, még esetlenül sodródik ide-oda öslevesében, de máris oly gyors evolúciós változáson megy át, hogy mögötته a jó öreg gén messze lemaradva liheg.

Az új leves az emberi kultúra leve-se. Az új replikátornak nevet kell adnunk, olyan nevet, amely a kulturális átadás egységének vagy az utánzás, az imitáció egységének gondolatát

hordozza. A »miméma« szónak tetszetős görög származása van, de olyan egy szótagú nevet szeretnék találni, amely egy kicsit úgy hangzik, mint a »gén«. Remélem, klasszikus műveltségű barátaim megbocsátanak nekem, ha a mimémát mémre rövidítem. A mém lehet egy dallam, egy gondolat, egy jelszó, ruhadivat, edények készítésének vagy boltívek építésének módja.

Éppúgy, ahogy a gének azáltal terjednek el a génkészletben, hogy spermiumok vagy peték révén testből testbe költöznek, a mémek úgy terjednek a mémkészletben, hogy agyból agyba költöznek olyan folyamat révén, melyet tág értelemben utánzásnak nevezhetünk.”
(Dawkins 2005: 178-179.)

Összefoglalásként elmondhatjuk, hogy az elmélet lényegét Susan Blackmore, napjaink híres memetikusa ragadja meg a legjobban: minden mém, ami egyik agyból a másikba adódik át utánzás révén. (Blackmore, 2001)

1.1.1. Mém, mint új replikátor

Dawkins a mémek evolúciójáról ír, így egészen az evolúcióelmélet kidolgozójáig, Charles Darwinig kell visszanyúlnunk. A *fajok eredete* c. könyvében kifejti, hogy három tényezőre van szükség az evolúcióhoz: variációra, szelekcióra és öröklődésre. Ha ezek az elemek megvannak, akkor az evolúció elkerülhetetlen. A gének esetében ez a három mindenképpen adott, de a dolgozat szempontjából azonban az érdekes kérdés az, hogy a mémek esetében beszélhetünk-e variációról, szelekcióról és öröklődésről?

A *variációra* könnyen találhatunk példát, akár a mindennapi életből, akár a tudományos életből. Ha egy tudós hall egy jó gondolatot egy konferencián (például Darwin elméletéről) és azt továbbadja kollégáinak vagy tanítványainak, akkor majdnem biztos, hogy nem pontosan úgy fogja továbbadni, ahogyan azt hallotta, mert minden egyén a maga módján értelmezni Darwin gondolatait. Az alaptétel természetesen ugyanaz, de mindenkinek egy kicsit másként épül be a gondolati struktúrájába. Ez egyúttal azt is jelenti, hogy a mémek átvitele folytonos mutációnak, keveredésnek van kitéve (Dawkins 2005: 181). A kiválasztódás, azaz a *szelekció* a mémek esetében azt jelenti, hogy vannak mémek, amelyek elég sikeresek, tehát elég figyelemfelkeltőek ahhoz, hogy megragadják a figyelmünket. Ez a természetes szelekciónak felel meg, az emberi agy kapacitása véges, az elmesélt történetek versenyeznek egymással, és a rengeteg történet közül azok raktározódnak el, amelyek érdekesebbek, viccesebbek a többinél. Az *öröklődés*nél megkülönböztetünk vertikális és horizontális átadást, azaz a mémek

terjedhetnek horizontálisan és vertikálisan. Vertikális terjedés esetén a mém több generáción keresztül adódik át, míg horizontálisnál nem időben, hanem térben terjed.

Mivel az evolúció három feltételének megfelelnek a mémek, megállapíthatjuk, hogy a mémek replikátorok.

1.1.2. Mit értünk tágabb értelemben vett utánzás alatt?

Dawkins így fogalmaz: „Az utánzás tág értelemben véve a mémek replikációjának módja.” (Dawkins 2005: 180). Az ember fejlődése során átlépett egy küszöböt, amikor megszületett a második replikátor. Blackmore (2001) ezt a küszöböt tekinti az utánzás csak emberre jellemző fajtájának. A szerző megkülönbözteti egymástól az utánzás három típusát: a fertőzést, a társas tanulást és a valódi utánzást. A *fertőzés* esetén nem beszélhetünk tanulási folyamatról, hiszen az adott cselekvésformát már ismerjük (például amikor a hozzánk közel állók testtartását felvesszük), ezért a memetikusok nem is vizsgálják. *Társas tanulásról* beszélünk akkor, ha a tanulás a másik megfigyelése révén vagy a vele való interakció során megy végbe. Blackmore ezeket „nem valódi utánzásoknak” nevezi (Blackmore 2001: 85). Példaként többek közt a dél-angliai cinegék hozza fel, amik megtanulták felnyitni a tejesüvegeket, és nemsokára az egész országban megfigyelhető lett a jelenség. Eredményét tekintve nem beszélhetünk valódi utánzásról, hiszen a cinegék nem a csipkedést tanulták el, csak azt, hogy most éppen a tejesüvegeket kell csipkedniük. Ezért sorolja Blackmore a társas tanulóhoz ezt a viselkedésformát. Kielégítő választ azonban még ő sem tud adni arra, hogy mit értünk akkor valódi utánzás alatt, úgy érvel, hogy a kultúra csak az emberekre jellemző. Ezzel szemben áll Dawkins azon gondolata, miszerint a kulturális átadás nemcsak az emberre jellemző, erre példaként a nyereghátú madár dalát hozza. Mint mondja, nemcsak emberi jellemző a kulturális átadás, de a mi fajunk képes legjobban illusztrálni, hogy mire is képes a kulturális evolúció (Dawkins 2005: 177).

1.1.3. Mi a mém?

Dawkins definíciója szerint „A mém lehet egy dallam, egy gondolat, egy jelszó, ruhadivat, edények készítésének vagy boltívek építésének módja.” Az „idea-mémet” úgy határozta meg, hogy alkalmas legyen arra, hogy az egyik agyból a másikba másolódjon (Dawkins, 2005). Ehhez nagyon hasonlít Blackmore mém-fogalma, miszerint minden mém, ami az egyik agyból a másikba adódik át valódi utánzással (Blackmore, 2001). N.K. Humphrey a mémeket „élő struktúráknak” tekinti.

1.1.4. A sikeres mém receptje

Dawkins a gén-mém analógia mintájára azt írja a sikerességről, hogy nem minden replikálódásra alkalmas gén lesz sikeres, ugyanez igaz a mémekre is. Ez a folyamat a természetes szelekciónak felel meg. Egyes mémek átmenetileg sikeresek lehetnek, és gyorsan terjedhetnek, de nem lesznek tartósak. Mások (például bizonyos vallások) évezredekig képesek fennmaradni a mémkészletben. A sikerességhez három tényező kell: *hosszú élettartam, termékenység, és másolási megbízhatóság*. Ezek járulnak hozzá ahhoz, hogy a mém túlélési értéke nagy legyen. A termékenység sokkal fontosabb tényező, mint a hosszú élettartam, ugyanis a jó termékenység azzal jár, hogy a mém könnyen másolódik, költözik át másik agyba, így egyre több lesz belőle. A másolási megbízhatóságnál azonban ingatag talajon állunk Dawkins szerint. A mémek megváltozott formában jutnak el hozzánk, a mémátvitel során a mém mutációnak van kitéve. Összességében elmondhatjuk, hogy azok a mémek a legsikeresebbek, amelyek kevesebb hibával terjednek, így sokáig megőrizhetők, és sok példánya van a mémállományban (Dawkins 2005: 180).

1.1.5. A biológiai és kulturális evolúció: evolúciós és nem evolúciós modellek

Ami az emberben különleges, az egy szóban összegezhető: kultúra. E. T. Hall, Franz Boas antropológustól kölcsönözte *Rejtett dimenziók* c. könyvének nyitó gondolatát, miszerint a kultúrának, sőt az életnek a lényege a kommunikáció (E. T. Hall 1980: 23). Hall továbbmegy, és egy új dimenzióról ír, kulturális dimenzióról, melyet az ember teremtett. Kultúra és ember kölcsönösen alakítják, formálják egymást, olyannyira, hogy az ember „képtelen levetközni kultúráját [...] mert az beette magát idegrendszerének gyökeréig.” (E. T. Hall 1980: 251). Ez a kultúra nagyobb részt rejtve van előttünk és kívül esik a tudatos cselekvés területén. A gondolatort a következőképp zárja: „... az ember kizárólag a kultúra közegén keresztül képes értelmesen cselekedni és kapcsolatot teremteni másokkal.” (E. T. Hall 1980: 251) Csányi Vilmos saját tanulmányában kifejti, hogy a kulturális evolúció annyira sikeres tulajdonságunk, hogy az ember meghódította az egész bolygót és megteremtette a saját mesterséges környezetét (Pléh Cs., Csányi V., Bereczkei T. 2001: 70). Dawkins felhívja a figyelmet rá, hogy a biológusok a genetikai evolúció eszméjének súlya alatt hajlamosak elfelejteni, hogy ez csak egyike az evolúció sok lehetséges fajtája közül. Emellett létezik kulturális evolúció is (a kulturális átadás analóg a genetikai átadással), ami nagyságrendekkel gyorsabban fejlődik, mint a genetikai evolúció (Dawkins 2005: 176). Nánay Bence *Elme és evolúció* c. könyvének utolsó fejezete a kulturális evolúcióval foglalkozik, ahol kiemeli, hogy az egyik legkényesebb pontja az emberi elme evolúciós megközelítésének a kultúra, mert ez

„úgy tűnik csak az emberre jellemző jelenség” (Nánay 2000: 172). A kultúra állítása szerint „egyes elmék közötti kapcsolatokból, hatásokból, illetve ezek intézményesült formáiból áll”. (uo. 174.)

A kulturális és genetikai evolúció közti analógiára sokan rámutattak korábban is. A kulturális elterjedés nem teljesen új keletű gondolat, Gabriel Tarde francia gazdaságpszichológus már az 1890-ben megjelent *Az utánzás törvényeiben* hangsúlyozta, hogy a kultúra és a társas érintkezések tulajdonképpen utánzás révén valósulnak meg az egyének között, az utánzás tehát „az egyének közti átvitel megszámlálhatatlan eseményének összessége” (Sperber 2001: 13). Azóta számos szerző igyekezett a kultúrát a darwini szelekciós modellel megmagyarázni, köztük Donald Campbell, Cavalli-Sforza, William Durham és Richard Dawkins. A Pléh Csaba által szerkesztett *Lélek és evolúció* c. tanulmánykötetéből kölcsönözve összehasonlítást kapunk a biológiai és kulturális evolúció különbségeiről (Pléh Cs., Csányi V., Bereczkei T. 2001: 42).

Szervezeti fejlődés	Kulturális fejlődés
lassú folyamat	gyors folyamat
cél intenció nélkül	cél intencionalitású folyamat
szerzett tulajdonságok nem öröklődnek	szerzett tulajdonságok öröklődnek
genetikai típusú információ	intellektuális információ
az információfeldolgozás testen belüli folytonossága (genetikai átadás)	az információfeldolgozás testen kívüli folytonossága (értelmi átadás)
számos faj létrejötte	egy faj számos kultúrát eredményez
nincs kölcsönzés a származási vonalak között	van kölcsönzés a származási vonalak között

1. táblázat: Biológiai és kulturális evolúció összehasonlítása

A kultúrával foglalkozó modellek között találhatunk *evolúciós* és *nem evolúciós* mechanizmuson alapuló modelleket is. A kultúra *nem evolúciós modelljének* képviselője Dan Sperber, aki ugyan kulturális antropológus, de egészen újszerű magyarázatot ad a kultúra működésére. Könyvét egy igazán dawkinsi gondolatkörrel kezdi, miszerint az egyén agyát gondolatok lakják, és e gondolatok továbbadásakor mások agyában megszülető gondolat

hasonló lesz az eredetihez, így a gondolatok átvihetők és képesek terjedni. Elmélete Dawkins alternatívájaként jelent meg, de a biológiai analógia helyett ő a járványtanból merített ihletet. Dawkinshoz hasonlóan kiemeli, hogy néhány gondolat sikerebben és tartósabban terjed másoknál, például vallásos hiedelmek, amik népeket hatnak át. A kultúrát tehát nagyrészt ilyen gondolatok alkotják. „A kultúra magyarázata [...] annak magyarázata, hogy bizonyos gondolatok hogyan és miért fertőzőek. Ez a reprezentációk epidemiológiájának kidolgozását igényli.” (Sperber 2001: 12). Értelmezése egyszerre naturalista, kognitív és epidemiológiai (Sperber 2001: 14). A naturalisták szerint a világ nagy része megmagyarázható a természet törvényei alapján. A problémát az okozza, hogy a naturalista felfogás a természettudományokban teljesen elfogadott, míg alkalmazása kérdéses a társadalomtudományokban, hiszen tárgya minden olyan kulturális elem, ami a társadalomtudósok szerint nem vezethető vissza biológiai alapokra (például rítusok, vallások). Sperber a két tudományág közt kívánja megteremteni az átjárhatóságot (Mund, 2001). Sperber a járványokhoz hasonlítja a gondolatok terjedését, de az epidemiológiai megközelítés nem korlátozódik a fertőző betegségekre, ahogyan azt az elnevezés mutatja, itt azt értjük alatta, hogy ezzel leírható és magyarázható egy tulajdonság megoszlása a népességben (Sperber 2001: 12). Sperber háromféle reprezentációt különböztet meg, mentális, nyilvános és kulturális reprezentációt. Mentális reprezentáció például az egyén preferenciája, vélekedése valamiről, így az egyén számára képviselnek valamit, míg a nyilvános reprezentációkhoz szükség van valamilyen nyelvre vagy kódra, mivel a nyilvános reprezentáció nem más, mint a mentális reprezentáció kommunikálódása, azaz a közlő által nyilvánossá tétele. Ezeknek a nyilvános reprezentációknak egy része aztán újra és újra kommunikálódik, így terjednek a populációban. Sperber szerint így jönnek létre a kulturális reprezentációk (Sperber 2001: 41-43). Végeredményben e háromlépcsős folyamat által terjednek a gondolatok. Sperber szerint azonban nem elég megérteni ezeket, hanem értelmezni is kell őket, az interpretáció elengedhetetlen. „A kultúra egy emberi populációban a megismerés és a kommunikáció üledéke” (Sperber 2001: 136).

A kultúra Sperber szerint független az evolúciós és genetikai folyamatoktól, míg a szociobiológusok szerint a kultúra függ mindezeketől, azaz a „génnek pórázon tartják a kultúrát” (Nánay 2000: 175) (Wilson, On Human Nature 1978: 167). A szociobiológia a társas viselkedés biológiai alapjait tanulmányozza, hangsúlyozva, hogy minden egyes kulturális jelenség hozzájárul az egyén túléléséhez. Ez az irányzat egyén-központú modellből indul ki, aminek hiányossága, hogy az egyéneket, mint ösztönlényeket írja le, akiknek egyetlen célja a

túlélés, és ehhez csak ideiglenesen veszik igénybe a kultúra által nyújtott lehetőségeket. A két szélsőséges állásfoglalás közül érdemes az arany középutat választani, azaz a kultúra függ a genetikai alapoktól, de képes attól elszakadni. A szociobiológusok igyekeznek a kultúrákra univerzálisan jellemző vonásokat hangsúlyozni, ezért szerintük minden kultúra szerkezetében egyforma, míg az ezzel ellentétes álláspontot képviselő járványtani modell szerint radikális különbségek fedezhetők fel kultúrák között (Nánay 2000: 176). A biokulturális modellek ezzel szemben egyszerre képviselik az ember biológiai és társadalmi meghatározottságát, tehát az ember fejlődésében egyaránt szerepe volt a biológiai és kulturális evolúciónak. Tomasello kulturális evolúciós modellje szintén individualista, de igyekszik nem elválasztani egymástól az ember biológiai és kulturális evolúcióját. Szerinte a kulturális evolúció biológiai adaptáció eredményeképpen jön létre, azaz a kulturális hagyományokban felhalmozódnak az egyének által végrehajtott változtatások, és így egyre összetettebbé válnak (Tomasello 1999/2002: 45). Nála az evolúciónak két fő hajtóereje az újítás és az utánzás. Az újítás a mutációnak feleltethető meg, ami annyit tesz, hogy a generációk során valamennyire megváltozva öröklődnek át kulturális hagyományok. Az utánzás pedig magát az átörökítést jelenti. Bereczkei kultúra-definíciója szerint a kultúrában nem genetikai eredetű információ cseréje és átadása történik, és ezek hatással vannak viselkedésünkre (Bereczkei 1992: 148). Ebben az esetben az ismeretek átadása a nyelv, az utánzás és a tanulás segítségével történik. Bereczkei hozzáteszi, hogy a genetikai fejlődés sebessége elmarad a kulturális fejlődés sebességétől, így a biológiai evolúció nem képes azt követni (Bereczkei 1992: 148). Ahogyan a genetika képtelen lekövetni azt a változékonyságot is, amit az egyes kultúrákat jellemzi (pl. szokások, viselkedések).

Dawkins mémelmélete a leghíresebb kulturális modell, amely alapját az evolúcióelmélet adja, de mégis képes a kultúrát és a kulturális jelenségeket kezelni. Dawkins szerint „a kultúra működése evolúciós folyamat”, de ebben a folyamatban nem a géneké a főszerep, hanem az általa megalkotott mémeké, mely egy második replikátor, egy új „evolúciós egység”. A mém egy „mentális reprezentáció”, amelynek a génhez hasonlóan egyetlen célja van, hogy minél több példánya létezzen, azaz akkor sikeres, ha sok elmébe írja bele magát. A mémeknek azonban versenybe kell szállniuk a többi gondolattal, mert az emberi agy kapacitása véges (Nánay 2000: 177). Az elmélet arra a különbségre igyekezett rávilágítani, miszerint az állatoknak azért nincs saját akaratuk, mert őket csak az önző gén parancsa határozza meg, mely kimerül a túlélésben és szaporodásban. Ezzel szemben az ember esetében az előrelépés az új replikátor, a mém megjelenése, így az emberi elmét már nemcsak a gének önző

játszmája határozza meg, hanem a gének és mémek együtt küzdenek az egyén túléléséért (Nánay 2000: 178). Geertz szerint az ember „meghatározott biológiai és pszichológiai tulajdonságokkal vesz részt a kultúra teremtésének és elsajátításának folyamatában. Ez a kultúrára való képesség (capacity for culture)” (Berezkei 1992: 149). Wilson és Lumsden alkották meg a gén-kultúra evolúciós elméletét, és bevezették a *kultúrgének* fogalmát. A kultúrgének „a viselkedés atomi egységei” (Berezkei 1992: 160), ahol a biológiai és kulturális evolúció keresztezik egymás útját. Ezek olyan rituálék, tabuk, fogalmak, szimbólumok, melyeket a rendelkezésre álló társadalmi készletből sajátítunk el társadalmi cselekvés során, és egész életünk során adjuk és vesszük őket (Berezkei 1992: 160). Lumsden és Wilson szerint tehát a kultúra „olyan rendszer, amelyben a kultúrgének szakadatlan adásvétele folyik.” (Berezkei 1992: 165). Csányi Vilmos kulturális evolúcióelmélete értelmében a kultúra egy olyan szabályrendszer, amit a „szociális vonzódás, a kommunikációs kényszer és a tárgyszeretet által” működtetünk. Csányi felhívja rá a figyelmet, hogy nem szabad azt a hibát elkövetni a kultúra tanulmányozásakor, hogy nem az egész kulturális rendszert elemzik, csak kiemelik néhány komponensét, például bizonyos szokásokat. A kulturális evolúció első fázisának a csoporttársadalmak korát tekinti, a kulturális evolúció a csoportlénnyel kezdődött. Csányi szerint a szelekció az egész kultúrát érintette, nem csak bizonyos részét, ezért koevolúcióról beszél, gének és kultúra egymásra hatásáról. Ahogyan korábban Lumsden és Wilson is hangsúlyozták, nem állja meg a helyét az a leegyszerűsítő nézőpont, miszerint a biológiai evolúció hozta létre a kulturális evolúcióra való készségünket, és onnantól kezdve megszűnt létezni. Erre bizonyíték a szemöldökráncolás, ami egy olyan kulturális jegy, aminek bizonyíthatóan van genetikai alapja (Csányi 1999: 260).

Az evolúcióbiológia egyik kérdése, hogy mit tekinthetünk a szelekció egységeinek. Alapvetően három szintről beszélhetünk: a gének, az egyedek és a csoportok szintjéről. Darwin az evolúcióelméletben elsősorban az egyedi szintre vonatkozóan fogalmazta meg téziseit, a 60-as évek közepéig a csoportok szintje dominált, majd Dawkins mémelmélete emelte be a géneket a listába. Dawkins úgy tartotta, hogy a szelekció alapegysége csakis a gén lehet, mert csak ez replikálódik elég hűségesen, hogy megfeleljen a feltételeknek. A mai elméletek szerint azonban ez a három erősen összekapcsolódik, és mindhárom szinten egyszerre működnek (Pléh Cs., Csányi V., Berezkei T. 2001. 83-84).

1.2. A pletyka

1.2.1. A pletyka meghatározása, a pletykaképződés okai

Donald E. Brown olyan egyetemes jellemzőket keresett az emberiségre nézve, amik az eltérő viselkedési formák ellenére valamiféle mintázatot jelentenek. Összeállított egy listát az összes addig dokumentált kultúrában megfigyelhető viselkedésekből, és a kapott eredmények alapján az emberre egyetemesen jellemző viselkedésformák közül ugyan első helyen a „tagolt beszéd mint érték” szerepel, de a második helyet a pletyka szerezte meg. A dolgozat szempontjából nem fontosak a lista további helyezettjei, de érdekességgént megemlíthető, hogy harmadikként a hazugság szerepelt. A humánetológus Csányi Vilmos így határozza meg a pletykát: „... a humánetológia már egy ideje felismerte, hogy a pletyka valami olyanfajta kommunikáció, amely alapvető emberi jellegzetesség. [...] pletyka nélkül a modern társadalmak sem maradnak fenn. Ma egy ember sokféle különböző csoport tagja, sokféle csoportaktivitásban vehet részt, és ha jól belegondolunk, akkor érezzük magunkat igazán egy adott csoport tagjának, ha a csoport tagjait minden oldalról jól ismerjük. Az ismeretek nagy részét pletykákból szerezzük be. A pletyka [...] tulajdonképpen egy embercsoport gondolkodási folyamata.” (Csányi 2002: 11-12). A pletyka tere a létező természetes csoport (Gluckman 1963:313, Elias 2001), emiatt a legfőbb jellemzője a lokáltság, amely nélkül nem is értelmezhető a pletykaalanyokra nézve. A legtöbb elmélet a pletyka negatív jellegét emeli ki, de a legutóbbi kutatások közt már találhatunk olyat, ami igyekszik a pozitív jellegét hangsúlyozni. Noon és Delbridge szerint a pletykával a csoportok elősegítik a csoport fennmaradását, kifejezik a közös értékrendet, és képesek a csoport belső konfliktusait kezelni. (Noon, Delbridge, 1993). Gluckman különbözteti meg először a rágalomtól, és írja le a pletyka pozitív hatásait. Az antropológia és az etnográfia kétértékűnek nevezi a pletykát, de Szvetelszky Zsuzsa inkább az „értékváltó” kifejezést javasolja. Kiindulópont, hogy a pletyka se nem jó, se nem rossz, hanem értékváltó jelenség. Az értékváltó itt annyit jelent, hogy különböző helyzetekben különbözőképp viszonyulunk hozzá, mint például egy járványhoz. Ha megfertőződünk rossz, de végeredményben mégiscsak a bolygó túlnépesedését akadályozza meg, fenntartva az egyensúlyt az erőforrások és az élővilág között. A pletyka általános emberi jelenség, ami minden társadalomban megtalálható, függetlenül a kortól és a földrajzi elhelyezkedésétől. Elias a pletykát egyetemes jelenséggént kezeli, kimondja, hogy napjainkban ugyanolyan érvényű a csoportszintű értékelés hatása, mint az archaikus közösségekben. Elias az elsők egyike, aki felismeri és leírja a pletyka jelentőségét és funkcióit

egy társadalom életében. Pletyka nélkül egyszerűen néhány dolgot képtelenek lennénk megérteni a bennünket körülvevő világból (Szvetelszky 2002: 65).

A kommunikáció első alaptétele, hogy „nem lehet nem kommunikálni”, ugyanez igaz a pletykára is: „nem lehet nem pletykálni”. A különbség a két tevékenység társadalmi megítélésében van. Szvetelszky Zsuzsanna „tiltott gyümölcsként” utal rá, hiszen a pletykálkodás bár létező hajlamunk, a legtöbb vallás és maga az erkölcs sem nézi jó szemmel. Mindenkit fűz valamilyen viszony hozzá, de tény, hogy azok vannak kevesebben, akik kellemesnek vagy szükségesnek gondolják. A pletykálkodásra való hajlam úgy magyarázható, hogy az ember társas lény, egyszerűen tudni akarjuk, hogy mi történik a körülöttünk élőkkel, állandóan figyeljük társaink viselkedését. Az információnak ugyan számos forrása lehet, de a pletyka biztosan egy közülük. „A pletykák leküzdhetetlen tartozékai a hétköznapi életnek, s ez nem is baj addig, míg a pletykáknak nem tulajdonítunk nagyobb jelentőséget, mint amit megérdemelnek: sózza életét ily módon az, akinek sótlan az élete.” (Csepeli 2005: 191).

1.2.2. Miért pletykálunk?

A pletykának két kiindulópontja lehetséges: az információhiány (szerezni) vagy információtöbblet (leadni) - állapítja meg a hazánk leghíresebb pletykatutatója, Szvetelszky Zsuzsanna. A helyzet egy kicsit paradox, mert sokan csinálják, de kevesen szeretik igazán. A kialakulásának lehetősége már abban a pillanatban benne van, amikor feltesszük valakinek a kérdést: Hogy vagy? Mi újság? Erre nagyon kevesen tudnának úgy válaszolni, hogy csak önmagukra vonatkoztatják a választ, és kihagynak belőle mindenkit és mindent, ami másokkal történt. Szvetelszky Zsuzsa Wallace Craig viselkedéskutató megállapítása után arra jut: a pletyka célja az, hogy elhangozzon és meghallgassák, és tovább is mondják, azaz terjedjen (Szvetelszky 2002: 203). Valószínűleg azt az ősi szükségletet elégíti ki, hogy tudnunk kell, mi van a másikkal, a környezetünkkel, erről szolgál információval. Ha mindenki minden pillanatban átlátná a közösséget érintő történéseket, nem lenne szükség pletykára. Az ősi csoporttársadalmakban valószínűleg nem létezett még a pletyka, mert ezek a csoportok annyira kis létszámmal működtek, hogy biztosítva volt az információs jelenidejűség. Ebből kiindulva valószínűleg akkor jött létre, amikor a csoportméret már meghaladta azt a létszámot, amivel ez a jelenidejűség biztosítva lehetett volna.

1.2.3. A pletyka fogalma

„A pletyka ismerhető szereplőről szóló, lokális összefüggésekben értelmezett, nem publikus információ, melynek legfőbb attribútuma a terjedés. A pletykák összessége olyan

információhalmaz, amely minden pillanatban felülírja önmagát. A pletykálás az emberi faj egészére jellemző, kisebb közösségekben kialakuló, többszintű (polihierarchikus) szerveződésű kommunikációs hajlam.” (Szvetelszky 2002: 35).

Azért fontos, hogy a témaszemély *ismerhető* legyen, mert a róla szóló pletyka jobban terjed, akit mindenki ismer, arról mindenki tudni akar valamit. A pletykáló csoporttag lesz a pletyka elhangzásakor. Az, hogy *lokálisan értelmezett* arra utal, hogy fontos az érintettség, az információ minél inkább kötődik az adott közösséghez, annál jobban terjed és transzformálódik. A pletykálás *kommunikációs hajlamnak* tekinthető, egyetemesen jellemző az emberi fajra. A pletyka elérhetőségét nem a származás, az egészségi állapot, a tudás vagy a rang biztosítja, hanem az, hogy tartozik-e az egyén egy csoporthoz. Az a pletyka, mely senkit nem érdekel, nem terjed. (Szvetelszky, 2002)

1.2.4. Pletyka, mint kommunikáció

Bár a pletyka leírható az alapvető kommunikációs modellek segítségével, igazán erre illő modell kidolgozására még nem került sor. A jelenség leírásához a legalkalmasabb modellnek Lasswell 1948-as transzmissziós modellje tűnik, amely alapvetően a tömegkommunikáció magyarázatára jött létre, de a lasswelli 5 kérdés miatt remekül leírható vele a pletyka jelensége is: Ki mondja? Mit mond? Milyen csatornán? Kinek? Milyen hatással? Lasswell szerint azt tekinthetjük kommunikációnak, amikor valaki valamit valamilyen csatornán valakinek valamilyen hatással elmond. A modell így lineáris felépítésű, a középpontban pedig nem az üzenet szemantikai megformáltsága, hanem az általa kiváltott hatás áll, a hatást a befogadói oldalra helyezi. A modell előnye, hogy megmutatja, hogy van hatás, ami a befogadóban mérhető és megfigyelhető változást eredményez. Kérdés, hogy a pletyka kommunikációs műfaj-e. Ha a kommunikációt itt a szimbólumok segítségével történő üzenetváltásként definiáljuk, akkor is nehézségekbe ütközünk. Pletyka ugyanis önmagában, letisztult formában nem létezik, nehéz olyan emberi megnyilvánulást találni, ami tisztán, csak pletyka (Szvetelszky 2002: 34). Csányi Vilmos humánetológus szerint csak az valódi kommunikáció, amiben felfedezhető a szándék, az intencionalitás. „... az adó szándéka, hogy a vevő elmeállapotát valamiképpen befolyásolja, és a vevő szándéka, hogy odafigyel, miről is van szó.” (Csányi, 1999) Ehhez hasonló intencionalitást állapít meg Tomasello elmélete is (Tomasello 1999), ami szerint a nyelv és a kultúra létrejötte is annak köszönhető, hogy az emberek egymás közt átadnak és vesznek gondolatokat, odafigyelnek a másokra. Norbert Wiener az információelmélet egyik szülőatyjaként a közösséget információn alapulónak tekintette olyannyira, hogy szerinte a közösség csak addig terjedhet, ameddig van tényleges

információátvitel. Ezekből aztán következtetni lehet a csoport méretére, összetételére. Nem sokkal később szellemi örököse, Paul Watzlawik arra jut, hogy minden kommunikáció (Szvetelszky 2002: 34-35). A pletyka történet, történetet mond el, a történet pedig jelentéssel bír. Walter Fisher narratív paradigmája szerint az emberek mesemondó állatok. Meggyőződése szerint mindannyian narratív lények vagyunk, „véget nem érő történetek, konfliktusok, [...] kezdetek, közepek és végek soraként éljük és értelmezzük az életet.”, ezért az emberi kommunikáció valamennyi formája történetként értelmezhető (Griffin 2001: 303).

1.2.5. Rokonműfajok, műfajbeli tévedések

A pletykával rokon műfajokat Szvetelszky három csoportba sorolja: Az első csoportba tartozóknál a szándéktulajdonítás a megkülönböztető jelleg a pletykától, ide tartozik a *rágalom*, *intrika*, *mobbing*, és a *bullying*. A *small talk* és a *fecsegetés* alkotja a második csoportot, itt a narratívum szerkezete és időtartama tér el a pletykáétól. A *rémhír*, *pánik* kerül a harmadik csoportba, ahol a narratívum elemei egyszerűsödnek, a variációk száma is csökken.

A szociológiában a pletyka fogalma gyakran keveredik rokon műfajaival (például a rémhírral, a manipulációval, a rágalommal, és a mobbinggal) és a különbség köztük egyelőre nincs pontosan tisztázva. A szociológia szerint *rémhír* keletkezéséről akkor beszélünk, amikor az információ iránti kereslet meghaladja az intézményes csatornák által szolgáltatott hírek mennyiségét (Shibutani 1966:57, idézi Hankiss 1982:171). A rémhírképződéskor az adott közösség működésében valamiféle zavar lép fel, az ezzel járó bizonytalanság azonban még nem elégséges oka a rémhírrobbanásnak, ehhez információhiánynak is kell társulnia (Hankiss 1982: 170). Ezzel ellentétben pletyka bármelyik emberi közösségben keletkezhet (de legalább százötven fős csoportnál), nincs szüksége bizonytalanságra vagy információhiányra, elegendő másik három komponens: a közlő, a befogadó, és akiről pletykálnak. Az emberi kíváncsiság miatt a pletyka túllép a rémhíren, hiszen mindig tudni akarjuk, mi történik embertársainkkal. Csepeli szerint abban kimutatható bizonyos hasonlóság, hogy a nyilvánosság előtt mindkettő elporlad, illetve mindkettő a személyek közötti közlésben terjed. (Csepeli 2005: 189.) A pletyka célja a *rágalom* céljával ellentétben közvetett. A pletyka során alaposan kibeszélünk valakit, rágalom esetén alaptalanul beszélünk ki valakit. A rágalom képződésének sohasem a kíváncsiság az alapja, míg a pletykának igen. Rágalmazás során valakit alaptalanul vádolunk, vagy becsületsértő kijelentéseket teszünk róla, amik természetesen nem igazak. Mivel azonban a pletyka témaszemélye, tárgya sosem vesz részt az interakcióban, nincs jelen a pletyka elhangzásakor, a pletyka maximum a rágalmazás kategóriáját merítheti ki, de a

becsületsértést már nem, hiszen ahhoz szükséges a jelenléte a rágalmazott személynek. A *mobbing* munkahelyi vagy egyéb intézményi konfliktusból kialakuló és tovább burjánzó pszichoterror, amiből aztán tudatos vagy nem tudatos jogsértések származhatnak. A kialakulásáért nem a pletyka a felelős, hanem a rágalom. A rágalom valamit meg akar semmisíteni, míg a pletyka célja, hogy valamit fenntartson, megőrizzen. A *fecseges*nek nincs becsmérő jelentése, és éppen a másik oldalról közelíti a problémát. A fecsegő nem hallgat meg senkit, mindig csak beszél, beszél és beszél (Szvetelszky, 2002).

1.2.6. A pletyka transzformációja

Ha megértjük a pletyka alakulásának útját, nehezen hozzáférhető ismereteket szerezhethünk a közösségről, amiben terjed. Ha mindenki tudna mindent, ami zajlik körülötte, akkor nem lenne szükség pletykára. A transzformáció több szinten megy végbe: a *pletyka témája* nem igazán változik, ez a legstabilabb egység. Az *intraperszonális szint* a pletykáló saját hozzáállását jelenti a pletykához, míg *interperszonális szinten* az egymás közti viszony befolyásolja. Végül a *csoportközi szint* azért jelentős, mert a csoportkonszenzus hatással van a pletyka átalakulására. A transzformáció során a befogadó a pletykát lehámozza egészen a magváig, hogy az előző közlő véleménye helyére a saját véleménye kerülhessen, és így adja tovább a következő befogadónak. Az információ másolódásához azonban nem elég, ha a pletyka alkalmas a terjesztésre, a közlőnek személyiségének is változnia kell, hozzá kell idomulnia átmenetileg a befogadó személyiségéhez és a szituációhoz (Szvetelszky, 2010). Így az ember belső transzformációja gyakran fontosabb, mint a pletyka transzformációja.

A pletyka veszélye azonban éppen a transzformációjában rejlik. Az átalakulás a következő folyamatokkal jellemezhető Szvetelszky gyűjtése alapján: (Szvetelszky, 2010)

- *kombináció*: a pletyka egyes elemeinek módosítása. Ilyenkor a közlő saját személyisége, véleménye, hozzáállása megváltoztatja a pletykát.
- *rekombináció*: a kombinált pletyka korábbi változatának részleges helyreállítása (mert például új összefüggésbe kerül a pletyka)
- *kivetítés*: a közlő a saját személyiségében „megmártva” mondja tovább a pletykát
- *egyszerűsítés*: a pletyka redukálódása (például feledékenység, egyéni vélemények, értelmezési különbségek miatt). Három típusát különböztetjük meg: *intraperszonális szinten* az egyén kiemeli a számára fontos elemeit a pletykának, *interperszonális*

szinten a közlő és a befogadó viszonya a döntő, a közlő a viszony minősége alapján dönti el, hogy mely részeit emeli ki a pletykának, míg *csatorna szintű* redukciónál a csatorna adottsága miatt történik az egyszerűsítés, például ha üzenetben továbbítják a pletykát, akkor nincs mimika, vagy testbeszéd.

- *torzítás*: a pletyka belső összefüggéseit változtatja meg.
- *polarizálódás*: az egymásnak ellentmondó álláspontok a pletyka köré rendeződnek, de ezt csak közösségi szinten lehet értelmezni, egyéni szinten nem.
- *szelekció*: ami az egyik közösségnek pletykának számít, az lehet, hogy egy másikban nem információ. Az átalakulás helyszíne a csoport, közösség. Az átalakulás az eltitkolással kezdődik. Az átalakulásra a hatás-ellenhatás jelensége jellemzi, hatunk a pletykára, de az is hatással van ránk.

1.3. A pletyka, mint mém

A kulturális evolúció során a sokszorozódásból és másolódásból eredően számos műfaja születik az emberi kommunikációnak. A pletyka jól magyarázható a mémelmélettel, fontos szervezőelem a mindennapokban. Gyorsan terjed, rövid ideig marad fenn, de rendkívül életképes és meghatározó jelentőségű a személyes interakciókban. A pletyka időben és térben is körkörös pályán mozog. A terjedés az epidemiológiai elméleteknek is központi fogalma, kötődik a pletyka jelenségéhez: a kulturális evolúció új naturalista elmélete járványtani hasonlattal magyarázza a terjedést. Tomasello és Sperber modern epidemiológiai analógiái segítséget nyújtanak a pletyka terjedésének megértéséhez, ugyanis a pletyka háló nélkül nem terjed. Allport és Postman rámutat, hogy a pletyka terjedése során a nem világos, bizonytalan információ úgy alakul, hogy értelmet nyer a csoport szemszögéből (Allport, G.W., Postman, L.J., 2007). A terjedés gyorsabb és pontosabb olyan emberek között, akiknek hasonló a foglalkozása vagy az érdeklődése (Szvetelszky 2002: 93.). A pletykálás nem kizárólag kulturális, hanem biológiai tény is. Ilyen értelemben a pletyka, akár csak a fül, alkalmazkodás eredménye: evolúciós adaptáció. A természetes szelekció bármely létformát érint, mely bír a replikáció (többszöröződés), a variáció és az örökletesség jellemzőivel (Szvetelszky 2002: 39). Bár az evolúciós algoritmus teljes mértékben nem alkalmazható rá, hiszen öröklődésről nem beszélhetünk, variációról és szelekcióról igen. „Az örökletesség a pletyka esetében azt jelenti, hogy egy másolási hibából eredő pletykavariáns egymást követő elbeszélésekben újra megjelenik, végül a csoport vagy közösség életének elfogadott és jóváhagyott része lesz, akár

igaz, akár nem. [...] a pletyka is valamiféle identikus replikáció, amelynek segítségével az ember bonyolult kommunikációs modelleket alkot az őt körülvevő világról.” (Szvetelszky 2002: 40.) A pletyka a közlőt és a befogadót is beleágyazza a külvilágba, a jelenbe, egyensúlyt hozva létre ezzel. Az ember az, aki változik a transzformáció során. „A másolódó információ csak úgy tudja magát replikálni, ha bennünket is olyanná formál, hogy továbbadhassuk.” (Szvetelszky 2002: 215). Általában a legvalószínűbb változat él tovább, ami nem mindig jó, mert nem mindig ez az igaz. A pletyka elhangzása után létrejövő kapcsolat a közlő és a befogadó között csak egy a sok kapcsolódási pont közül. A pletyka továbbadásakor ez a kapcsolódási pont is másolódik, azaz a közlő témaszemélyhez fűződő viszonya is másolódik (Szvetelszky 2002: 227).

A pletyka önmozgásának három legfontosabb folyamata a *terjedés*, a *gerjedés* és az *erjedés*. (Szvetelszky 2002: 153.) A *terjedés* mérhető jelenség, „olyan önmozgás, amely a közösségek hálózatán belül gyengítheti, erősítheti a kötéseket, illetve újakat hozhat létre”. (Szvetelszky 2002: 211.) A terjedéssel a közösség minél több egyede tud a pletykáról. „Közvetlen célja önnön létfenntartása, másolódása, a terjedés, a replikálódás, ezzel pedig a közösségi háló stabilitásához való hozzájárulás. Az út maga a cél.” (Szvetelszky 2002: 207.) Számos terjedéstudomány (Dawkins 1976, Dennett 1983, Sperber 1996) áll rendelkezésünkre és ezek közül pár már megemlítésre került az elméleti résznél. A pletyka egyszerre magyarázható információátadással és hajlammal. A kulturális evolúció új naturalista elméletét kidolgozó Sperber a járványtánt hívta segítségül a terjedés magyarázatára. Amint azt említettem, Sperber szerint agyunkat számos gondolat lakja, amelyek közül néhányat megosztunk másokkal, aminek hatására a másik agyában többé-kevésbé hiteles másolat keletkezik az eredeti gondolatról. Fontos azonban, hogy Szvetelszky szerint a pletyka háló nélkül nem terjed, nem elég továbbadni, nem elég, ha terjed, olyan helyre kell továbbadni, ahol értelmezhető a befogadó által. Vagyis a lokális beágyazottság szükségszerű és elengedhetetlen. Sperber terjedéstudományának előnye a pletyka magyarázatok, hogy már foglalkozik az átalakulás kérdésével. Dawkins mémelmélete a kultúrában a génekhez hasonló replikálódó egységeket, azaz mémeket feltételez. Dawkins analógiája biológiai, Sperberé viszont antropológiai és pszichológiai. Evolúciós algoritmus (öröklődés, szelekció, variáció) használható a pletyka terjedésének értelmezésekor. A *gerjedés* fokozatos, a pletyka elhangzásakor és meghallgatásakor nagyító mechanizmust lép életbe. Az *erjedés* arra a folyamatra utal, hogy a pletyka további külső információk nélkül is, csak a befogadó fejében is változhat. Az *erjedés*

jelöli ki annak a határait is, hogy az aktualitáson kívül volt-e más hozadéka a közösség számára a pletykának (Szvetelszky 2002: 208).

Kérdés, hogy a pletyka szolgálja-e fejlődésünket. A pletyka kulturális értelemben sikeresebbé tehet, a nagyobb másolásra alkalmas információmennyiség birtokában a megismerésre és modellezésre törekvő egyedek hamarabb jutnak el a magasabb fejlettség szintjére. „Nemcsak a közlők segítik a terjedést a pletyka adott szituációhoz és befogadóhoz történő alkalmi alakításával, hanem a pletyka is módosítja a potenciális közlő személyiségének egyes részleteit – mégpedig úgy, hogy alkalmasabbá váljon a továbbmondásra, terjesztésre. A másolódó információ csak úgy tudja magát replikálni, ha bennünket is olyanná formál, hogy továbbadhassuk.” (Szvetelszky, 2010). A kulturális egységeknek ugyanaz a funkciója, mint a géneknek. A mémek azzal biztosíthatják replikációjukat, ha az őket használó embereket kulturális értelemben sikeresebbé teszik (Berezkei 1992: 223).

2. A PLETYKA SZEREPE A BELSŐ VÁLLALATI KOMMUNIKÁCIÓBAN

Ebben a dolgozatban a belső vállalati kommunikációban megjelenő számos műfaj közül a pletykára koncentrálok. A pletyka fogalmát és alapvető funkcióit a korábbi fejezetben már meghatároztam, mielőtt a kérdőíves kutatással kapott eredményeket elemzem, rövid vázlatát adom a vállalati kommunikáció típusainak, különösen a belső kommunikáció fontosságát kiemelve. Elsősorban a pletyka előfordulási gyakoriságára, a közösségben betöltött szerepére és hiteles információként való kezelésére vagyok kíváncsi. Cél, hogy minél több hasznos funkcióját tudjam azonosítani egy szervezet működésében, hiszen a legtöbb kutatás a pletyka negatív hatására koncentrált.

2.1. A vállalati kommunikáció formái

A vállalati kommunikációban két fő színteret különíthetünk el: külső és belső kommunikációt. Míg a külső kommunikáció főleg a vállalat ismertségének és elismertségének növelését célozza azért, hogy elérjék és informálni, meggyőzni tudják a számukra fontos célcsoportjaikat, addig a belső kommunikáció a szervezet tagjaival és tagjai közti kommunikációt jelenti. A két színtéren egészen más kommunikációs formák különíthetők el, ezen a következők:

2. táblázat: A vállalati kommunikáció formái (Borgulya, 2010)

	Írott	Szóbeli
Külső	▪ E-mail ▪ Jelentés ▪ Űrlap ▪ Pályázat ▪ Hirdetés ▪ Levél ▪ Szerződés	▪ Telefonbeszélgetés ▪ Megbeszélés ▪ Beszámoló ▪ Tárgyalás ▪ Konzultáció ▪ Előadás
Belső	▪ Üzenet, emlékeztető ▪ Körlevél ▪ Szabályzat ▪ Jegyzőkönyv ▪ Belső hírlevél ▪ vállalati újság ▪ Kérelem ▪ Faliújság ▪ Intranet	▪ Telefonbeszélgetés ▪ Beszámoló ▪ Feladatok kiosztása ▪ Értekezlet ▪ Prezentáció ▪ Tréning, továbbképzés ▪ Beszéd ▪ Fórum

A pletyka nem jelenik meg a hivatalos felsorolásban, és nem is tekinthetjük egyenrangúnak a hivatalos vállalati kommunikációs formákkal, de nem tekinthetünk el tőle, hiszen jelen van a szervezetek mindennapjában.

2.1.1. A belső PR értelmezése

A PR területén minden a belső kommunikációval kezdődik. Az MPRSZ Gárdonyi Nyilatkozata szerint a belső kommunikáció lényege a „szervezet vezetőinek és munkatársainak, illetve csoportjainak egymás közötti szervezeti információcseréje.” (Barát 2001: 177). A public relations gyakorlatában általában a belső PR is csak egy a szakterületek közül. Valójában viszont ennél többről van szó: a vállalat hírnevét megalapozó területről. A belső kommunikációt legtöbbször nem veszik komolyan, ehelyett inkább a külső kommunikációra helyezik a hangsúlyt. „*PR begin at home*”- ha ezt az egy mondatot jegyeznék meg minden PR-rel foglalkozó ember (sajnos nem feltétlenül szakember), máris kevesebb fejtörést okoznának maguknak, és másoknak egyaránt. A PR házon belül kezdődik, amíg a vállalatban, cégen belül nincs rend, egyetértés a vállalat filozófiáját és kifelé sugallni kívánt üzenetet illetően, addig külső szemlélőkkel sem tudja elhitetni azt, hogy egy jól működő vállalatról van szó. Ugyanaz igaz a vállalatokra nagyban, mint az emberre kicsiben. Ha valaki nincs összhangban magával, akkor nem tud jól teljesíteni, folyamatos küzdelem az élete sikere helyett, ráadásul mindenki inkább elkerüli, ahelyett, hogy közeledne felé. Hogy elkerüljék ezt

az ördögi kört, kommunikációra van szükség, elsősorban belső kommunikációra. A jól tájékozott dolgozó eléri a céljait, hozzásegíti a vállalatot a nagyobb sikerek elérésében, ezzel pedig hozzájárul a versenyképesség növeléséhez. Mivel a munkahelyek általában mesterséges képződmények a családdal ellentétben, az emberek nehezebben, vagy egyáltalán nem kezdeményeznek beszélgetést munkatársaikkal. Olyan légkört kell teremteni számukra, amiben érzik, hogy bizalommal fordulhatnak a másik iránt, legyen az alá vagy fölérendelt pozícióban, vezető vagy beosztott. Ebben a légkörben a munkavállaló nem fél kérdezni, és nem fél segítséget kérni. Nem retteg a határidőtől és attól, hogy magára van utalva. Az ilyen munkavállaló megosztja a tudását, és rendszeresen konzultál a közvetlen felettesével. Egy ilyen munkahely nem hanyagolja a személyes kontaktust, és nemcsak egyirányúan tájékoztat, hanem megválaszolja a miértet, és lehetőséget ad a véleményformálásra. És ami a legfontosabb, egy ilyen vállalatnál a munkavállalók elsajátítják a vállalati kultúrát, kialakítják bennük a vállalathoz való tartozás érzését, amit aztán ők maguk hitelesítenek a külső szemlélők felé. Egy vállalat sikere vagy bukása múlhat azon, hogy jó kapcsolat alakul-e ki az alkalmazottak között, illetve a vezetők és beosztottak között. Ez is indokolja a belső PR, mint önálló szakterület létezését. A belső kapcsolatok minősége közvetlenül befolyásolja a külső kapcsolatokat. (Nyárády, 2005).

A legfontosabb kulcsszavak a következők: őszinte, folyamatos, nyílt kommunikáció, egészséges és biztonságos munkafeltételek, bizalom a munkaadó és a munkavállaló között, igazságos jutalom (fizetés), konfliktus nélküli munkavégzés, büszkeség a vállalat iránt, a munkaidő élvezetessége. Ha mindezen feltételek biztosítottak, csak utána térhetünk rá a külső kommunikációra. Ha elértük, hogy azok, akik alkotják a vállalatot, azaz a munkavállalók, jól érzik magukat, és jó hírért viszik a cégnek, az már fél siker (Barát, 2001).

2.1.2. Szervezeti kultúra

A szervezet a benne tevékenykedő emberek tartós együttműködésének részben kerete, részben eredménye. A szervezeti kultúrát úgy határozhatjuk meg, mint a tudati tényezőknek (hiedelmek, attitűdök) és magatartásmintáknak olyan rendszerét, amely a szervezet tagjainak egymáshoz való viszonyát szabályozza. A szervezeti kultúra az összetettsége miatt csak többféle módszer és technika együttes alkalmazásával tárható fel. Az egyik csoportot a megkérdezést nem igénylő módszerek alkotják, míg a másik csoport a megkérdezésen alapul. Az első csoportba tartozik a megfigyelés, amikor a kutató személyes jelenlétével gyűjt be információkat pusztán azzal, hogy részt vesz a szervezet életében. A másik csoportba természetesen többek közt az interjú és a kérdőív tartozik. Míg a megfigyeléssel kevésbé

mérhető stílusjegyekről és vélekedésekről kaphatunk információt, a kérdőívvel uniformizáltabb, számokban mérhető adatokhoz juthatunk.

Az emberek a szervezet célja érdekében működnek együtt, de ennek a közös célnak egyúttal a tagok által elfogadottnak is kell lennie. (Perrow 1994: 77-78.) Az informális csoportok garantálják a motiváció és megértés meglétét azokon a területeken, ahol a formális szervezet nem bizonyul hatékonynak. A modern társadalmak „szervezetek társadalmi”, az életnek keretét adják, nemcsak a munkaidővel töltött órákra van hatással, de a magánéletben hozott döntéseinkre is (Kieser 2005: 1).

2.2. A pletyka szerepe a vállalati kommunikációban

Az információhiánynak az előnye Hankiss szerint, hogy fokozza az emberek kreativitását, megindítja a képzelőerőt. Ha nem tudunk hozzájutni szükséges és megbízható információkhoz, mert „a hírközlés intézményes csatornáit ki sem épültek vagy tönkrementek”, ha nem tudjuk, mi van, ki kell találnunk, hogy mi lehet (Hankiss 1982: 171). Az emberek mindenáron tájékozódni akarnak, és ha nem kapnak megbízható és ellenőrizhető információkat, akkor nekik kell kitalálniuk, ezért interakcióba lépnek egymással és megindulnak a híresztelések. Az ember minden percben információra éhes (Nógrádi 2004: 35). Angelusz Róbert szerint információszükségletéről akkor beszélhetünk, ha hiányérzet alakul ki az információ iránt, illetve ha a hiányérzettel összefüggő feszültség tájékozódás útján csökkenthető (Angelusz 1983: 10). Az amerikai Opinion Research Corporation (ORC) közvélemény-kutató intézet által 1983-ban, 200 cég körében végzett felmérés eredményei szerint az alkalmazottak arról számoltak be, hogy a számukra a hasznos szervezeti információkat a folyosói „pletykából”, a közvetlen főnököktől, és a vezetőkkel való találkozásokból és a különböző kiadványokból szerzik. A dolgozók számára a leggyakoribb és leginkább megbízható információs forrást a közvetlen főnökük jelenti. Viszont ha ez a csatorna nem elérhető, akkor felértékelődik az ellenőrizhetetlen informális csatorna szerepe (Nyárády 2005: 23).

A pletykát a szervezetek életében, működésében egészen napjainkig negatív jelenségnek tekintik (Michelson és Mouly 2004: 196), sőt a felsővezetés helyzetét veszélyeztető aktivitásként tartják számon. Mint mondják, a pletyka időpocsékolás, aláássa a produktivitást, és alapjaiban gyengíti meg a munkamorált. Robinson és Bennett (1982) deviáns munkahelyi magatartásként jellemzik, ahogy Hollinger és Clark (1982) sincs róla jobb vélemény, amikor azt mondják, hogy a pletyka kontraproduktív munkahelyi magatartás. Emler, aki sokat

tett a pletyka hírnevének helyreállításáért, a reputáció, a társas adaptáció és a funkcionalitás felől közelíti meg, hozzá hasonlóan tesz Baumeister, Zhang és Vohs (2004) is. Kurland és Pelled (2000) a pletyka pozitív híreket terjesztő hatásmechanizmusát vizsgálják. Hannerz szerint a pletyka segítségünkre van akkor, amikor a környezetünket próbáljuk feltérképezni, aktualizálni (Hannerz 1967), míg Baumeister úgy hiszi, a pletyka segíti a beágyazódásunkat abba a közegbe, amelyikben mozgunk. Wert és Salovey (2004) egyenesen a pletyka személyiségfejlesztő funkciójáról beszél, Eder és Enke pedig a csoportkohéziót növelő hatását hangsúlyozza. A pletyka ereje abban rejlik, hogy létrehoz és fenntart egy hálót, elősegíti az önérdék és a közérdek összehangolását, segít a csoporton belüli tájékozódásban (Szvetszky 2002: 226). Az emberek úgy érzik, tartoznak valahová, aminek a jelentősége különösen felerősödik a mai világban, ahol a mobilitás és a globalitás rendre kiszakítja az embereket a hagyományos közösségekből. Erősíti a csoporttudatot azáltal, hogy lehetőséget ad a korábbi események együttes újraéléséhez. Geertz szerint „az ember a jelentések maga szötte hálójában függő állat.” (Geertz 2001: 196.) Geertz a kultúrát tekinti e hálónak, Michael Pacanowsky ugyanezt a szemléletet a szervezeti élet vizsgálatára alkalmazza. Szerinte, ha a kultúra az emberek által közösen szőtt jelentésháló, akkor nem elég az eredménnyel foglalkoznunk, a szövés folyamatával is kell. Ez a folyamat szerinte a kommunikáció. Pacanowsky számára a szervezeti kultúra hálója az alkalmazottak viselkedésmintáiból áll, azon tettek összessége, „amelyekkel a tagok létrehozzák és kifejezésre juttatják kultúrájukat maguk és mások számára”. Pacanowsky vizsgálatai elsősorban az adott kultúra tagjai által használt nyelvet, az általuk elmesélt történeteket, szokásaikat érintik. Ezek elemzésének és értelmezésének segítségével képet kaphatunk az adott szervezet közös, belső jelentérendszeréről (Griffin 2001: 254-257). Pletykálni csak pletykát lehet, egy egyszerű hírből, adatokból még nem lesz pletyka. Ehhez szükség van arra, hogy a csoportban, ahol a pletyka keletkezik, meglegyen a bizalom, azonos értékrendszer és az információk visszacsatolásának lehetősége. (Szvetszky 2002: 47.)

2.2.1. A vállalati pletyka negatív hatása

A manipulatív híresztelések rossz hatással lehetnek a munkahelyi kapcsolatokra, ami végeredményben a termelékenység csökkenéséhez vezethet. A pletyka értékes időt vesz el a munkaidőből, megkerüli a hivatalos kommunikációt, így felesleges aggodalmakra ad okot az alkalmazottakban. A pletyka sokféle értelmezhetősége és nem kanonikus jellege miatt gyakori a pontatlan terjedés, így gyakran hamis illetve megbízhatatlan információtartalommal bír. Sokan felesleges időtöltésnek tekintik, és rosszindulatot társítanak hozzá. Ha az a cél, hogy

valamelyik munkatársat becsmérelje, akkor nem pletykáról beszélünk, ez az eset közelebb áll a rágalmazáshoz. A rágalmazást azért szükséges megkülönböztetni és azonosítani vezetői szinten, mert homlokzatfenyegető beszédaktusnak minősül. A rágalmazás megalázó és emberi méltóságot sért, ez pedig az emberi kapcsolatokra negatív hatással van, ami végeredményben kihat a szervezet teljesítményére, hiszen alapjaiban lehetetleníti el az együttműködést. Ha a munkatársak nem járulnak hozzá a vállalat versenyképességéhez, akkor az a vállalat nem lesz sikeres. (Kaposi, 2004)

2.2.2. A vállalati pletyka pozitív hatása

A pletyka által olyan információkhoz lehet hozzáférni, ami a hivatalos csatornákon nem elérhető. Ha informatív, kiegészíti és segíti a formális tájékoztatást. Csökkenti a feszültséget, mert társadalmi összetartó erőt jelent, az alkalmazottak pedig lehetőséget látnak benne, hogy hangot adhassanak aggodalmaiknak vagy kifejezhessék véleményüket. Ha az alkalmazottak nem kapnak megfelelő mennyiségű és minőségű információt a szervezettől, akkor felerősödnek az informális csatornák és az innen kapott információra támaszkodnak. A pletyka ilyenkor természetes elosztórendszerként működik, ami időben eljuttatja a szükséges információt a szervezetben. Segíti a dolgozókat a vállalati filozófia elsajátításában, és a beilleszkedésben, az új dolgozók számára kijelöli a feladatokat és integrálja őket a közösségbe. A pletyka lehetőséget teremt a párbeszédre, a problémák megvilágítására és a kapcsolatépítésre (Kaposi, 2004). Az informális kommunikációt kiirtani nem lehet, mert mindenképpen része annak a környezetnek, ahol emberek dolgoznak együtt. De megtanulhatják kezelni és kiaknázni a benne rejlő lehetőségeket (Magyari, 2011). A pletyka csapatépítő hatású, hozzájárul a bizalom kiépítéséhez, ezáltal a feladatok sikeres kivitelezéséhez. Segíthet a munkahelyi konfliktusok feloldásában (elnézőbbek vagyunk, ha valakiről kiderül, hogy beteg). A pletyka formájában olyan dolgok fogalmazódnak meg, amiket a hivatalos csatornákon az alkalmazottak nem mernének felhozni (Almási, 2013).

A vezetőnek minden esetben fel kell ismernie a pletykát és kezelnie kell azt (Filius, 2011). A pletykát felhasználhatja a maga javára, ugyanis a pletyka működhet korai jelzőrendszerként, ha nehéz döntést kell meghoznia, előtte tesztelheti a dolgozókat úgy, hogy ő maga indítja el a pletykát az útjára (például leépítésről), így visszajelzést kaphat a végleges döntés meghozatala előtt az alkalmazottak reakcióiból. Így van lehetőség felmérni a következményeket, és változtatni a bejelenteni kívánt információon (Kaposi, 2004).

A pletykából ötletet is meríthetnek, hogy dolgozói szinten milyen igények vannak a szervezeti folyamatok javítására. Tudásmegosztásban is szerepet kap, hiszen a baráti beszélgetések,

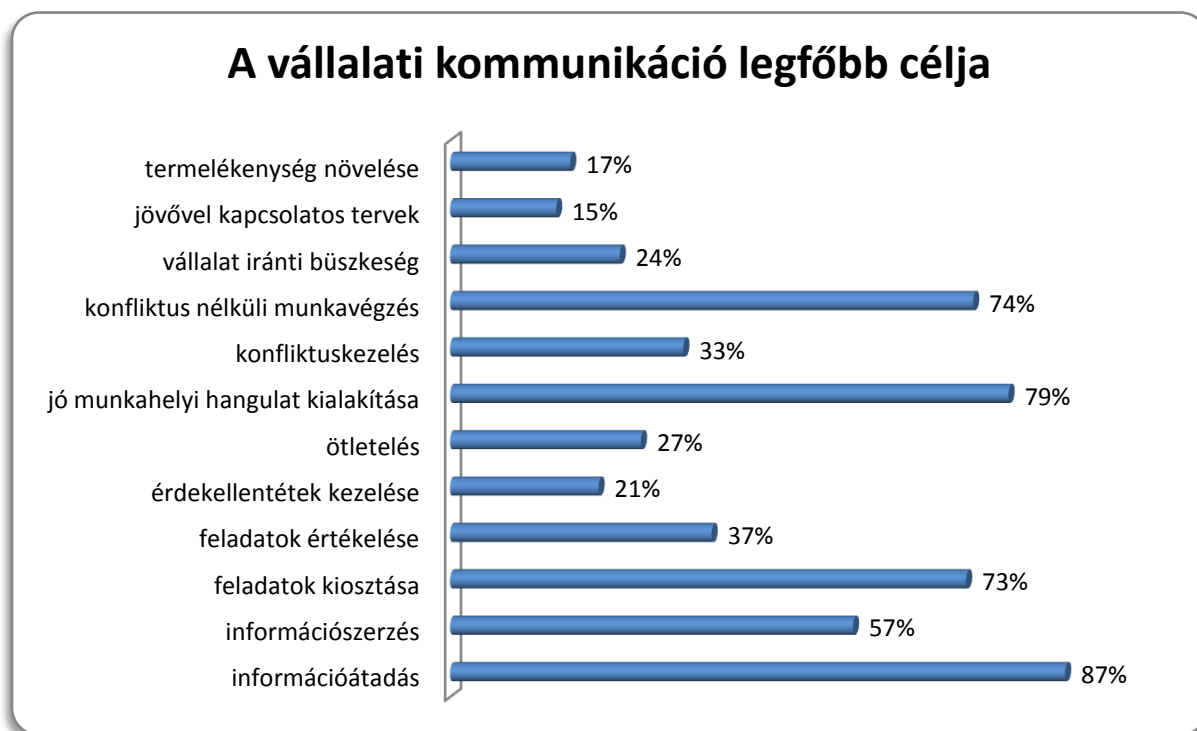
munkavégzés közbeni csevejek elősegíthetik a produktívabb munkavégzést (például ha tippeket, trükköket osztanak meg egymással a tapasztaltabbak és az újoncok). A pletyka áthidalhatja azt a gátat, amit a hierarchia emel a zavartalan kommunikáció elé. A vezetők és a beosztottak a pletyka által közelebb kerülhetnek egymáshoz (Filius, 2011).

2.2.3. A pletyka szerepe a Győri Nemzeti Színház belső kommunikációjában

A kérdőíves kutatást a Győri Nemzeti Színház alkalmazottainak körében végeztem. A felmérés a színház belső kommunikációjának hatékonyságát célozta, ugyanis az információhiány következménye lehet a pletykák, és rosszabb esetben akár rémhírek elterjedése. Ez a dolgozat a pletykára, mint szóbeli kommunikációs műfajra koncentrálna, nem témája az írásban terjedő, vagy az elektronikus pletyka. A színházban 225 fő dolgozik közalkalmazottként, ők azok, akik az intézmény mindennapi működéséért felelnek. Csupán 3 olyan színész van, aki szintén közalkalmazott, a többiek mind egyéni vállalkozók és szerződéssel vannak a színháznál. A belső PR feladata a színházban a vezetők és az alkalmazottak közötti kommunikáció kialakítása és fenntartása, a munkatársak tájékoztatása és a jó munkakapcsolat kialakítása. Az alkalmazottak tájékoztatása hagyományos módszert követ a színházon belül, egyrészt úgynevezett próbatáblán írásos formában teszik közzé a heti, illetve a napi teendőket, emellett egy másik táblán a havi beosztás látható, hogy melyik nap milyen előadás van műsoron. Másrészt a szóbeli tájékoztatás is jelentős szerepet kap, hiszen a színházban a szervezeti egységek tárakat jelentenek, és a kommunikációt a tárak között kell megoldani. Minden második héten tárvezetői értekezletet tartanak, amelyen a vezetés egy órában tájékoztatja a tárvezetőket a következő két hét feladatairól, majd a táraknak a tárvezetők mondják el személyesen az értekezleten hallottakat (munkaidő beosztása, feladatkielölés). Mivel a színházon belül családias a hangulat, a személyes kapcsolatok erősítése a színházon belül nem okoz problémát a vezetés számára. A színház egy olyan zárt intézmény, amelyben a dolgozók egymásra vannak utalva, így elengedhetetlen a jó munkakapcsolat. Nagyon kevés az állandó társulati tag (körülbelül 20-25 fő), így a szerződéssel dolgozó színészek, valamint a vendégművészek integrálása a csapatba kiemelt helyen szerepel. A színészek és a színházi dolgozók számára a személyes kapcsolatok építésére kitűnő helyszínt ad a színházi büfé. A premierek, évadnyitó és évadzárók után bevett szokás pezsgővel, esetleg állófogadással ünnepelni az előadás megszületését, illetve végét, melyre mindig sor kerül. Az új darabok próbálása alatt állandó a személyes kapcsolat, a rendező asszisztens és az ügyelő miatt a kommunikáció általában zökkenőmentes. A kulturális menedzser felel a belső kommunikációért, de a sajtókapcsolatokért is ő a felelős.

Elmondható tehát, hogy a belső PR alapvetően működik a színházban, ugyanakkor vannak még kiaknázatlan területei. Az egyik ilyen terület lehetne a pletyka feltérképezése és elemzése.

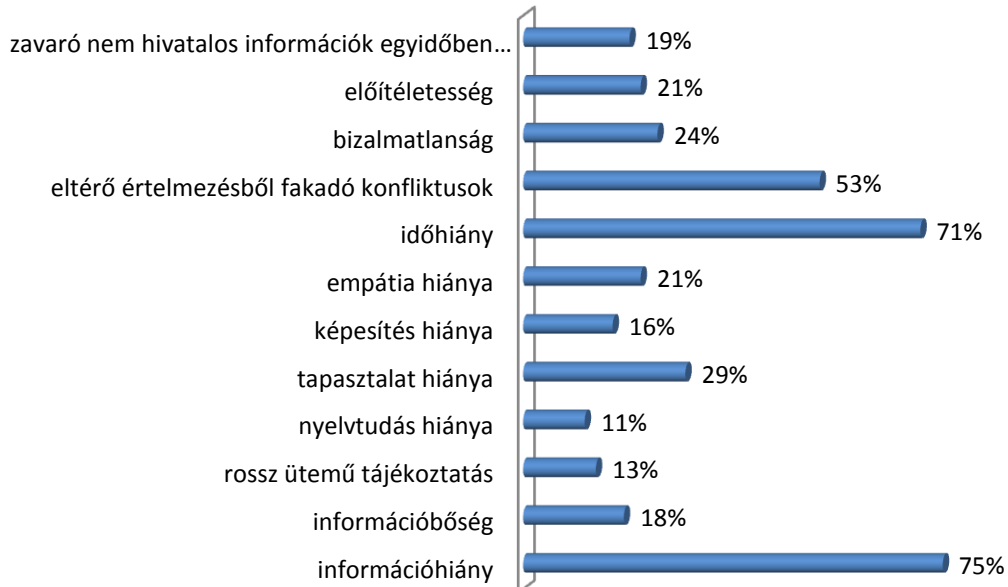
Az megkérdezett 29 fő közül 18 volt nő és 11 férfi.



3. táblázat: A vállalati kommunikáció céljai a Győri Nemzeti Színházban

A válaszadók közül 87% jelölte meg az információ átadását a legfontosabb kommunikációs célként a szervezet életében. A kommunikáció legfőbb célja az információ áramlás biztosítása, hiszen ezzel szüntethető meg az információhiány. Az információ egyik átadásának módja egy szervezetben a pletykálás is lehet. A jó munkahelyi hangulat és a konfliktusmentes környezet szerepel a második és harmadik helyen, ami jól mutatja, hogy a színház elég kis közösség ahhoz, hogy a legkisebb konfliktus is zavart okozzon az intézmény működésében. A feladatkijelölés lett a negyedik legfontosabb (73%), amit arra vezethetünk vissza, hogy a feladatokban napi szinten eltérés lehet, és ha nem informálják a dolgozókat a napi célokról (ki melyik darabon fog dolgozni, ki mit segít az előkészületekben), akkor eltérhetnek az ütemtervtől.

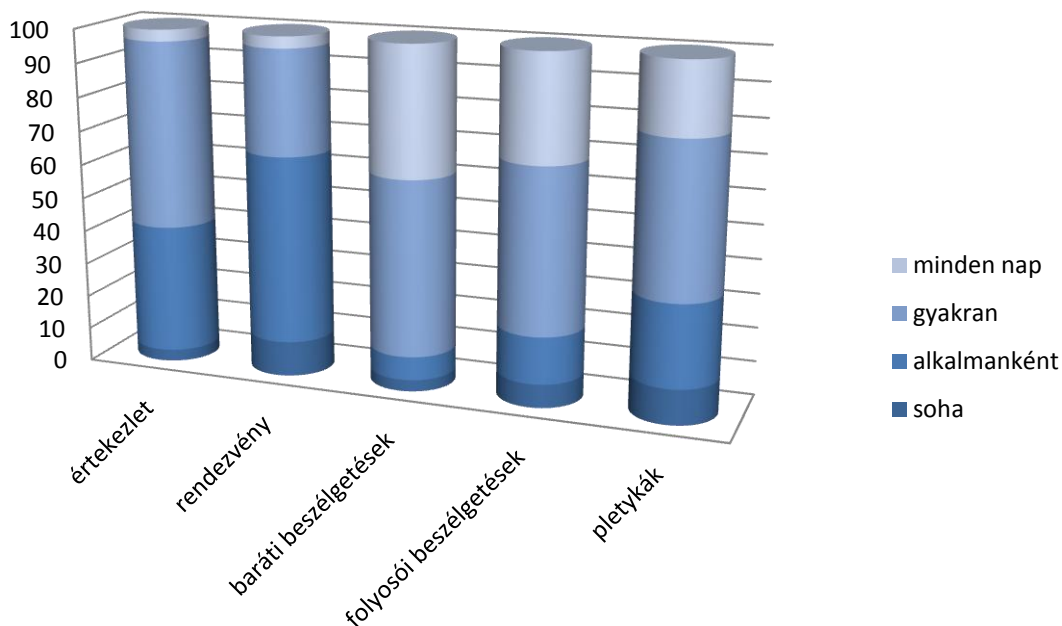
A vállalati kommunikáció legfőbb hibaforrásai



4. táblázat: A vállalati kommunikáció legfőbb hibaforrásai a Győri Nemzeti Színházban

Legfőbb hibaforrásként 75%-ban az információhiányt jelölték meg legtöbbször, de rögtön második helyen 71%-kal az időhiány szerepel. Az információhiány zavart okoz az egyébként jól működő rendszerben, ezért a formális belső kommunikáció mellett megindul egy informális fórum, azaz megindulnak a híresztelések és a pletykák a feszültségcsökkentés érdekében. A konfliktusok megoldása szerepel a harmadik helyen 53%-kal, amiből arra következtethetünk, hogy egy körülbelül 200 főt foglalkoztató szervezet még igyekszik a családi hangulatot megőrizni, és a rendszerben rögtön fennakadást okoz, ha valamilyen megoldatlan probléma nehezíti a munkavégzést. Az információbőség itt nem okoz gondot, hiszen a dolgozóknak nem kell napi több száz e-mailre válaszolniuk, nincsenek napi szinten több órás értekezletek, hanem 5-10 fős csoportokban zajlik a munkavégzés, az ügynevezett tárakban (öltöztetők, díszítők, hangosítók stb.), akiket a közvetlen felettesük (a tárvezetők) tájékoztat a közeljövőben teljesítendő feladatokról.

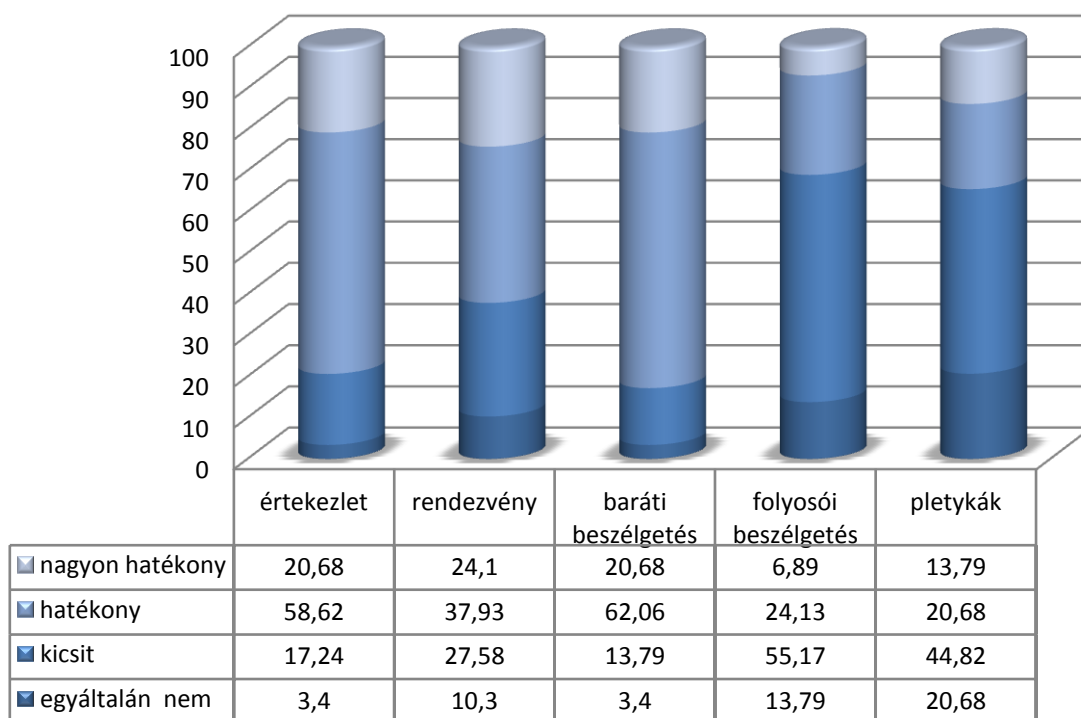
A pletyka gyakorisága



5. táblázat: A pletyka előfordulási gyakorisága a Győri Nemzeti Színházban

A pletykáról a megkérdezettek egynegyede gondolta úgy, hogy alkalmanként van csak jelen a szervezet mindennapjaiban, 3 fő, azaz 10,34%-uk szerint soha, miközben 44,82% (13 fő) gyakori tevékenységnek minősítette. Csupán 6 fő (20,48%) mondta azt, hogy mindennapos a pletyka a színház falain belül. A pletyka gyakorisága így megközelíti a folyosói beszélgetéseket (48,27%), de felülmúlja a rendezvényekét (31,03%). A legmagasabb százalékot (55,17%) természetesen az értekezlet kapta, hiszen ez számít a legtöbb intézményhez hasonlóan a színházban is hivatalos fórumnak.

A pletyka hatékonysága



6. táblázat: A pletyka hatékonysága a Győri Nemzeti Színházban százalékos megoszlásban

A két diagram alapján megállapíthatjuk, hogy a pletykák előfordulási gyakorisága és a hatékonysága között nincs összefüggés egy szervezet életében. Míg a válaszadók 44,82%-a (13 fő) ítélte gyakorinak a pletykálást, hatékornak már csak 20,68%-uk (6 fő) gondolta. 44,82% (13 fő) kissé hatékornak ítélte, míg 20,68% (6 fő) szerint egyáltalán nem az. A leghatékonyabbnak az értekezlet bizonyult 58,62%-kal, ebben 17 fő értett egyet. Meglepően magas értéket kapott a baráti beszélgetés (62,06%), ami arra enged következtetni, hogy a színház belső kommunikációjában a hivatalos fórum mellett ez a kommunikációs forma dominál. Ez persze nem jelenti azt, hogy a baráti beszélgetések közben ne lehetne pletykálni...

2.2.2. Vállalatokra jellemző pletykatípusok és a résztvevők szerepe

Kant szerint a pletyka alaptémái a nemiség, a pénz és a hatalom. A színházban ez tökéletesen megfigyelhető, a három központi téma, ami körül a pletyka forog, a fizetés (vagy a jutalmak), a kapcsolatok (ki kivel van kapcsolatban), és a hatalom, azaz a felsővezetés kritikája. Ezen kívül gyakori téma még a kompetencia, az integritás (ki mennyire tudott beilleszkedni a közösségbe), illetve a devianciák (drog, alkoholizmus, lopás). A szervezetekben a három leggyakoribb pletykatípus a navigációs pletyka, a portrépletka, és a gyógypletka. A

navigációs pletyka általában új munkatárs érkezésekor kerül elő, ez felel azért, hogy a csoportba újonnan érkezők is tájékozódni tudjanak a hatalmi viszonyokról, a hierarchiáról, a szokásokról, a szervezeti kultúráról és be tudjanak illeszkedni. Eközben lehetőségük nyílik az új munkatárs megfigyelésére, hogy aztán reakciói alapján őt is elhelyezzék a céges hierarchiában. A portrépletyka témája az ember, általában a „harmadik személy”, aki a témaszemély. A gyógypletyka rehabilitál valakit, ilyenkor az egyik fél jellemzően valamilyen munkahelyi, szakmai kudarcélményéről mesél, amire a másik fél a saját vagy mások életéből vett példával, hasonlóan rossz élménnyel próbál vigaszt nyújtani. Ez a fajta munkahelyi pletyka segít a feszültség csökkentésében segít.

Kaposi szerint azok aránya, akik aktívan részt vesznek a pletykálásban, 10 százalékra tehető. A résztvevők szerepe alapján három csoportot különböztethetünk meg: a *bridger* (hídépítő), aki a pletyka terjesztője, a *bagger* (bezsebelő), aki nem terjeszti tovább, de meghallgatja a pletykát, és a *beaner* (tartózkodó), aki nem is értesül róla. (Kaposi, 2004.)

2.3. Pletykafunkciók a szervezetekben

Szvetelszky két, 2008 és 2009 között zajló, belső kommunikációra vonatkozó szervezetkutatásának eredményeit veszem alapul a pletyka színház életében betöltött szerepének elemzéséhez (Szvetelszky, 2011). A kutatás következő pletykafunkciókat azonosította:

2.3.1. A pletyka formális szervezetekben is tartós jelenség lehet

Korábban már utaltunk a pletyka „tiltott gyümölcs” jellegére, ettől függetlenül jelen van a szervezetek mindennapjában, és bár segíti és kiegészíti a formális kommunikációt, a belső kommunikáció ideális modellje nem tekinti a szervezeti kultúra részének, sőt, legtöbb esetben mindenáron meg akar szabadulni tőle, el akarja nyomni azt. A pletyka könnyen intézményesülhet azonban, ha a hivatalos csatornán nem érhetők el a szükséges információk.

2.3.2. Pletyka-szigetek: helyszínek és pletykafészek

A pletyka helyszíne mindig a mikroklíma: a munkahely, a fodrászat, kozmetika, piac. A színház esetében több pletykahelyszínről is beszélhetünk, sőt, gyakorlatilag az egész színház egy nagy pletykahelyszín. A pletyka terjedése ebben az esetben a portáról indul, ahol a portás egyrészt mindent lát a bekamerázott terek segítségével, illetve látja, hogy ki jön, és ki megy (még fontosabb, hogy mikor jön, és kivel megy), itt tehát a helyszín szolgáltat okot a pletyka elindulására, a porta, azaz a művészbejáró a pletyka kapuja. A második pletykafészek a

hivatalsegéd, aki a leveleket kézbesíti irodáról irodára, így természetesen bejárása van mindenkihez. Itt elsősorban a pozícióból fakadó pletykafészekről beszélhetünk, ugyanis a beosztásából fakad a lehetősége a pletykálásra (hiszen mindenhová eljut). A harmadik, és egyben legfontosabb pletykafészek a belső ellenőr. A belső ellenőr feladata, hogy a színház könyvelését ellenőrizze, a darabok utókalkulációját végzi. Mivel az ott dolgozók munkáját ellenőrzi, mindenkivel kapcsolatban áll. Itt egyrészt a pozíció adja a lehetőséget a pletykálásra, de a kutatás alapján egyértelmű, hogy a személyiség is hozzájárul. Így tehát három fő pletykafészt különböztethetünk meg: egyet a helyszín miatt, a portást, egyet a pozíciója miatt, a hivatalsegédet, és a belső ellenőrt, aki leginkább személyiségével vívta ki magának ezt a titulust. A pletyka egyetemes helyszíne a folyosó, mert a folyosó senkié és a folyosó köti össze a hatalmi viszonyokat. A színházban azonban nem állnak meg a folyosónál: pletykahelyszín a fodrásztár, a próbatermek, az irodák, az öltöztetőtár, a díszítőtár, az étkező és a konyha, a színházi büfé, a titkárságok, a zenekari árok, sőt a zsinórpaddás és az öltöző, mert a vetkőzés segíti a pletykák feltárását is. A pletyka nem áll meg a színház falain belül, a darabokhoz az anyagbeszerzést az anyagbeszerző és a gépkocsivezetők végzik, és a hosszú utak során adódik lehetőség az otthon maradtak kibeszélésére. A pletyka terjedésében az alagsorban, a színpad alatt helyet kapó karbantartók és műszaki stáb összekötőként funkcionálnak az irodisták és a színészek között.

2.3.3. A pletyka krízishelyzetekben (átszervezés, tömeges elbocsátás, összevonás) felerősödik

A Győri Nemzeti Színház esetében nem igazán beszélhetünk krízishelyzetekről, hiszen sem átszervezésre, sem tömeges elbocsátásra nem került sor még, hiszen önkormányzati finanszírozású intézményről van szó. Elméletben azonban a színház számára is elkerülhetetlen lenne az a kommunikációs űr, amit a tájékoztatás hiánya okozna egy ilyen esetben, ezért valószínűsíthető, hogy a pletykák krízishelyzetben itt is felerősödnének.

2.3.4. A szervezeti pletyka megelőzheti a formális tájékoztatást

A pletyka hamarabb juttatja el a megfelelő helyre a megfelelő információt, mint a formális kommunikáció. A pletyka ereje a spontaneitásban és gördülékenységben rejlik. A pletyka spontán, bárhol, bárkinek, bármikor elmondhatjuk. A pletyka ezen kívül nemcsak ezért nagyobb és erősebb, mint a besúgás, a manipuláció, vagy a félreinformálás. A pletyka nincs megfizetve, ezért független, ez pedig növeli a hitelességét.

2.3.5. A hierarchia szabályozza a pletyka útvonalát és a pletykálók körét

Vannak olyan tartalmak, amik egy szervezeten belül kizárólag pletyka formájában terjedhetnek, mert idegenek a formális kommunikációtól, ilyen a nemiség, hatalmi harcok, fizetések, elbocsátások. Itt szerepet kap, hogy a szervezeti hierarchiában ki milyen szinten van, ki kinek mit mondhat vagy mer elmondani, mennyire bizalmas a viszony.

2.3.6. A pletyka a feszültség levezetésének eszköze

A pletyka egyik funkciója a „jól kibeszélés”. A színházban elsősorban a beosztottak körében beszélhetünk erről a jelenségről, amikor a vezetést kritikával illetik, akár a vezetési stílus, akár a fizetésben jelentkező különbségek miatt. Egy ennyire zárt közösségben különösen fontos, hogy ne legyenek érdekellentétek, ez a disszonancia pedig ezzel a módszerrel csökkenthető.

2.3.7. A pletyka elhatárolja a régi és új csoportokat

A pletyka a bizalom kifejeződésének eszköze. A pletykálás egyszerre lehet hízelgő és leereszkedő viselkedésmód, hiszen az egyik azt jelzi, hogy elég bizalmas a kapcsolatunk a másik emberrel, hogy megosszuk ezt az információt vele is, míg a másik kijelöli a körök határait, azaz ki fér hozzá elsőként a pletykához, és ki nem. Így a pletyka egyszerre lehet közösségépítő és romboló tevékenység is.

2.3.8. A pletyka, mint a formális kommunikáció szűrője

Erről szintén csak nagyobb vállalatok esetén van értelme beszélni, hiszen egy körülbelül 200 főt foglalkoztató intézménynél ritka, hogy egymásnak ellentmondó, vagy éppen túl sok információ keringene a hivatalos csatornákon. Emellett a színházban egyértelműek az adott napra kitűzött feladatok, és a kiscsoportos munkavégzés meg is könnyíti a változások pontos kommunikálását, félreértések nélkül.

ÖSSZEFOGLALÁS

A dolgozatban arra vállalkoztam, hogy a pletyka létjogosultságát és terjedését a kultúrában különböző biológiai és kulturális alapokon álló elméletekkel támasszam alá. Ezek közül kettőt kiválasztva, Dawkins mémelméletét és Sperber járványtani modelljét használom fel a konklúzió levonásához. A két elmélet összevetéséhez ismernünk kell, hogy a két modell hogyan kezeli az információ terjedését. Dawkins abból indul ki, hogy a gének mellett az evolúció során megjelenhettek más replikátorok is, amelyek az evolúciós algoritmusnak megfelelően (szelekció, variáció, öröklődés) terjednek el a kultúrában.

Sperber szerint azonban Dawkins szelekciós modellje korlátozottan alkalmazható csak az információk terjedésére a kultúrában. A sperberi érvelés szerint az átvitel során a reprezentációk nem másolódnak, hanem átalakulnak, még hozzá kognitív folyamatok eredményeképpen (Sperber 2001: 143). Ennek alternatívájaként Sperber megalkotta az „attrakciós modellt”, aminek célja, hogy szabályszerűségeket és mintázatokat dokumentáljon a kulturális egység terjedése során. A két modell között a különbség abban fedezhető fel, hogy míg Dawkins szelekciós modelljében a másolás tökéletlenségéből következő hiba újra és újra megjelenik a későbbi másolatokban, míg az attrakciós modell esetében a hiba kijavítható, például ha az alany pszichológiai késztetése miatt. Sperber elveti a szelekciós modellt, mert nem ért egyet a pontos replikáció lehetőségével, szerinte a kultúrában lehetetlen pontos replikációról beszélni. Azonban maga Dawkins sem igyekezett a gén replikációjának módját pontosan átültetni a mémek replikációjára, a szelekciós mechanizmust itt így másképp kell értelmezni. Dawkins számára a gén csupán analógia az elméletében, és mint minden modellnek, ennek is megvannak a maga korlátai. Ugyanígy Sperber elmélete sem támasztja alá az attraktorok létezését, hiszen a pontos replikáció ugyanúgy lehetetlen az ő modelljében. Ha az információ átadása nem lehetséges pontos másolással, csak újrakonstruálva, és ha az információ mindenkinél változik a saját egyéni gondolati struktúrájának megfelelően és a külső tényezőkhez alkalmazkodva, akkor annyira sokféle variáció születne, hogy értelmetlen lenne modellezni. Mindkét elmélet alapja a stabil entitás, e nélkül egyik sem működőképes. A pontos replikáció még a biológiai evolúcióban sem kizárólagos szabály, így a kulturális evolúciónál is eltekinthetünk ennek meglététől. Ez esetben a pletykánál is megállapíthatjuk, hogy átadásakor transzformálódik, és mutálódik, nem témájának tárgyában, de a közlő és befogadó viszonyában. A pletyka nem terjed pontosan, de nem is elvárás, hiszen nem kanonizált szövegről van szó.. Ezen kívül még a modelleket megalkotó szerzők sem tudtak megegyezni abban, hogy pontosan mitől lesz pontos a replikáció. Esetleg tartalmában, külsejében, vagy teljes azonosságot várunk el?

Elméletek azért születnek, hogy a komplexitás redukciója végbemehessen, hogy modelleket alkossunk a minket körülvevő világról. Dawkins egy olyan elméletet akart útnak indítani, ami lehetővé teszi a kultúrák összehasonlítását, típusok meghatározásával. A sperberi gondolatoknak az a gyenge pontja, hogy ha állandóan változó reprezentációkról beszélünk, akkor képtelenek leszünk ilyen kultúrát magyarázó modelleket alkotni, a kultúra létezése megmagyarázhatatlan lesz. A különböző kultúrákban azonban mindvégig megjelenik a pontos másolásba vetett hit, a szokások, rítusok pontos elvégzése, a kódexek másolása (Mund, 2001).

A dolgozat elején ismertettem Dawkins három feltételét a replikációhoz. A jó termékenység a pletyka esetében nem is lehet kérdés, hiszen egy gyorsan terjedő, mindennapokat átfogó kommunikációs formáról van szó. A másolási megbízhatóságnál kissé ingatag talajon állunk, mert a másolási hibák következtében létrejöhetnek más pletykaverziók is, de ahogy azt az összefoglalóban kifejtettem, nem is lehet elvárás a pontos replikáció, a gének is mutálódnak. A hosszú élettartam az egyes pletykákra nézve inkább rövidnek mondható, de ha a pletykát, mint kulturális jelenséget vizsgáljuk, megállapíthatjuk, hogy egyetemes jelenség, és évezredek óta nincs társadalom pletyka nélkül. A pletyka tehát mém, egy kulturálisan öröklődő replikátor, alapjaiban azonban fellelhetők biológiai adottságok. Éppen ezért nem magyarázható csak evolúciós, vagy csak kulturális modellel, működésének és társadalmunkban betöltött szerepének megértéséhez biokulturális szemléletmódra van szükség.

FELHASZNÁLT IRODALOM

Szakirodalom

Allport, Gordon W., - Postman, Leo J.: *A rémhír pszichológiájának alapjai.* In Angelusz R., Tardos R., Terestyéni T. (szerk.): *Média, nyilvánosság, közvélemény.* (2007)

Angelusz Róbert: *Kommunikáló társadalom.* Budapest, Gondolat Kiadó, 1983.

Assmann, Jan: *A kulturális emlékezet - Írás, emlékezés és politikai identitás a korai magaskultúrákban.* Budapest, Atlantisz Könyvkiadó, 2013.

Barát Tamás: *A bizalom tolmácsai.* Budapest, Medipen, 2001.

Barlai Róbert – Kővágó György: *Krízismenedzsment, kríziskommunikáció.* Budapest, Századvég Kiadó, 2004.

Baumeister, R.F., Zhang, L., Vohs, K.D.: *Gossip as cultural learning.* Review of General Psychology, 8, 111-121., 2004.

Bereczkei Tamás: *A génektől a kultúráig. Szociobiológia és társadalomtudomány.* Cserépfalvi Könyvkiadó, 1992.

Bereczkei Tamás: *A belénk íródott múlt. Evolúció és emberi viselkedés.* Budapest – Pécs, Dialóg Campus Kiadó, 1998.

Blackmore, Susan: *A memgépézet. Kulturális gének – a mémek.* Budapest, Magyar Könyvklub, 2001.

Borgulya Istvánné: *Kommunikációmenedzsment a vállalati értékteremtésben.* Budapest, Akadémiai Kiadó, 2010.

Buda Béla: *A közvetlen emberi kommunikáció szabályszerűségei.* Budapest, Tömegkommunikációs Kutatóközpont, 1974.

Csányi Vilmos: Előszó. In Szvetelszky Zsuzsanna: *A pletyka.* Budapest, Gondolat Kiadói Kör, 2002.

Csányi Vilmos: *Az emberi természet. Humánológia.* Budapest, Vince, 1999.

Csepeli György: *Szociálpszichológia.* Budapest, Osiris Kiadó, 1997.

Csepeli György: *A meghatározatlan állat. Szociálpszichológia kezdőknek és haladóknak.* Jósöveg Műhely, 2005.

Dawkins, Richard: *Az önző gén.* Budapest, Kossuth Kiadó, 2005.

Dawkins, Richard: *A hódító gén.* Budapest, Gondolat Kiadó, 1989.

Dennett, Daniel C.: *Darwin veszélyes ideája.* Budapest, Typotex Kiadó, 2008.

Dennett, Daniel: *A kultúra evolúciója.* In Boros János: *A megismerés talánya – Tudat, kommunikáció, történelem.* Budapest, Áron Kiadó, 2009.

Dunbar, R.: *Grooming, Gossip, and the Evolution of Language.* Faber and Faber, London, 1996.

Elias, N.: *Megjegyzések a pletykáról.* In Ex Symposion (36-37.). 1-9. 2001.

Geertz, C.: *Az értelmezés hatalma.* Budapest, Osiris, 2001.

Gluckman, M.: Gossip and Scandal. *Current Anthropology* (4) 307-316, 1963.

Griffin, Em: *Bevezetés a kommunikációelméletbe.* Budapest, Harmat Kiadó, 2001.

Hankiss Elemér: *Diagnózisok.* Budapest, Magvető Kiadó, 1982.

Hall, E.T.: *Rejtett dimenziók.* Budapest, Gondolat Kiadó, 1980.

Hollinger, R.C., Clark, J.P.: Formal and informal social controls of employee deviance. *Sociological Quarterly* 23, 333-343, 1982.

Kieser, Alfred: *Szervezetelméletek.* Aula, 2005.

Kertész Gergely: Kultúra és evolúció, mire volt jó a mémelmélet és mire nem? *Századvég*, 2010/2.

Klein Balázs - Klein Sándor: *A szervezet lelke.* Budapest, Edge 2000 Kft., 2012.

Lasswell, Harold D.: *The Structure and Function of Communication in Society,* A társadalmi kommunikáció struktúrája és funkciója. In: *The Communication of Ideas.* New York, 1948.

McGrath, Alister: *Dawkins Istene – Gének, mémek és az élet értelme.* Pozsony, Kalligram Kiadó, 2008.

Michelson, G., Mouly, V.: 'You Didn't Hear it From Us But...': Towards an Understanding of Rumour and Gossip in Organisations. *Australian Journal of Management*, 27, 57-66, 2002.

Nánay Bence: *Elme és evolúció. Az elmefilozófia és a kognitív tudomány evolúciós megközelítése.* Kávé Kiadó, 2000.

Noon, N., Delbridge, R.: News from behind my hand: gossip in organisations. *Organisation Studies*, 14 (1), 23-26.

Nógrádi Gábor: *Ide nekem a címlapot is! A médiakapcsolatok művészete.* Presskontakt, 2004.

Nyárády Gáborné – Szeles Péter: *Public Relations II.* Budapest, Perfekt Gazdasági Tanácsadó, Oktató és Kiadó Részvénytársaság, 2007

Perrow, Charles: *Szervezetpszichológia.* Budapest, Osiris – Századvég, 1994.

Pléh Csaba: A gondolatok terjedési mechanizmusa. *Replika* 40.sz./2000.

Pléh Cs., Csányi V., Bereczkei T. (szerk.): *Lélek és evolúció. Az evolúciós szemlélet és a pszichológiája.* Budapest, Osiris, 2001.

Robinson S.L., Bennett, R.J.: A typology of deviant workplace behaviours: A multidimensional scale study. *Academy of Management Journal*, 38, 555-572, 1995.

Rosnow, Ralph L., Fine, G.A.: *Rumor & Gossip: The Social Psychology of Hearsay.* Elsevier, New York, 1976.

Sperber, Dan: *A kultúra magyarázata. Naturalista megközelítés.* Budapest, Osiris, 2001.

Szeles Péter: *PR a gyakorlatban.* Budapest, Geomédia Kiadó Rt., 1999.

Szvetelszky Zsuzsanna: *A pletyka.* Budapest, Gondolat Kiadói Kör, 2002.

Wert, S., Salovey, P.: A Social Comparison Account of Gossip. *Review of General Psychology* 8 (2), 122-137, 2004.

Internetes források

Almási Anikó: *Pletyka az üzleti életben.* 2013. Elérhető az interneten: <http://www.ugyvezeto.hu/cikk/98023/pletyka-az-uzleti-életben?area=167> (utoljára ellenőrizve: 2014. október 23.)

Dobos Csilla: *A pletyka szerepe a belső vállalati kommunikációban.* Alkalmazott nyelvészeti Közlemények, Miskolc, VII. évfolyam, 1. szám (2012) pp. 79-89. Elérhető az interneten: http://www.matarka.hu/koz/ISSN_1788-9979/vol_7_no_1_2012/ISSN_1788-9979_vol_7_no_1_2012_079-089.pdf

Filius Ágnes: *A pletyka ereje – hálózatosodás a munkahelyen.* 2011. Elérhető az interneten: <http://www.hrportal.hu/hr/a-pletyka-ereje-halozatosodas-a-munkahelyen-20110721.html> (utoljára ellenőrizve: 2014. október 23.)

Kaposi Mária: *A munkahelyi pletyka hatékony kezelése.* 2004. Elérhető az interneten: http://www.omikk.bme.hu/collections/mgi_fulltext/human/2004/03/0303.pdf (utoljára ellenőrizve: 2014. október 23.)

Magyari Éva: *Ki nem pletykál?* 2011. Elérhető az interneten: <http://evinet.hu/2011/07/ki-nem-pletykal/> (utoljára ellenőrizve: 2014. október 23.)

Mund Katalin: *A kulturális evolúció új naturalista elmélete.* 2001. Elérhető az interneten: <http://hps.elte.hu/~km/sperberwessely.pdf>

Szvetelszky Zs.: *Pletyka alakítja a vállalati kultúrát.* 2008. Elérhető az interneten: <http://www.hrportal.hu/c/pletyka-alakitja-a-vallalati-kultur-at-20080606.html> (utoljára ellenőrizve: 2014. október 23.)

Szvetelszky Zsuzsanna: *A pletyka pszichológiája. Doktori (Ph.D.) értekezés.* Pszichológia Doktori Iskola, Szociálpszichológia Program, Pécs, 2010. Elérhető az interneten: http://old.pszichologia.ptt.hu/files/tiny_mce/D-2011-Szvetelszky%20Zsuzsanna.pdf

MELLÉKLETEK

Kérdőív

--	--	--	--

Kérdőív sorszáma

A pletyka szerepe a belső vállalati kommunikációban

Kérdőív

2014. október

A válaszadás önkéntes!

Település neve:.....

--	--

Kijelentem, hogy az általam kezelt és felvett adatokat bizalmasan kezelem, azokat csak a kutatáshoz használom fel.

Kérdező aláírása:..... Kérdező sorszáma:

--	--

Kérdezés kezdete: év hónap nap óra perctől

--	--	--	--

Kérdőív sorszáma

Tisztelt Kitöltő!

A következő kérdéssorra adott válaszait bizalmasan kezelem és kizárólag a kutatás céljaira használom fel.

1. Neme:

- 1 – férfi
- 2 – nő

☐

2. Melyik évben született?

3. Mi az Ön jelenlegi foglalkozása? („Egyéb” válasz esetén kérjük, a pontozott vonalon nevezze meg pontosan!)

- 1 – önálló (vállalkozó)
- 2 – szakmunkás
- 3 – betanított munkás
- 4 – segédmunkás
- 5 – szellemi munkát végző (van beosztottja)
- 6 – szellemi munkát végző (nincs beosztottja)
- 7 – alkalmi munkás
- 77 – egyéb, éspedig: _____

☐

4. Az írásbeli vagy a szóbeli tájékoztatást részesíti előnyben?

- 1 – írásbeli
- 2 – szóbeli

☐

5. Miben látja a vállalati belső kommunikáció legfőbb céljait? (többet is megjelölhet)

- 1 – információszerzés
- 2 – információátadás
- 3 – termelékenység növelése
- 4 – vállalat iránti büszkeség kialakítása és fenntartása
- 5 – konfliktus nélküli munkavégzés
- 6 – konfliktuskezelés
- 7 – jó munkahelyi hangulat kialakítása
- 8 – ötletelés
- 9 – érdekellentétek feloldása
- 10 – feladatok értékelése
- 11 – feladatok kiosztása

☐

6. Melyek Ön szerint a vállalati belső kommunikáció legfőbb hibaforrásai? (többet is megjelölhet)

- 1 – zavaró, nem hivatalos információk egy időben a hivatalos kommunikációval
- 2 – előítéletesség
- 3 – bizalmatlanság
- 4 – eltérő értelmezésből fakadó konfliktusok
- 5 – időhiány
- 6 – empátia hiánya
- 7 – képesítés hiánya
- 8 – tapasztalat hiánya
- 9 – nyelvtudás hiánya
- 10 – rosszul időzített tájékoztatás
- 11 – információbőség
- 11 – információhiány

☐

7. Mennyire gyakoriak Ön szerint az alábbi szóbeli kommunikációs tevékenységek?
Kérjük, jelölje, hogy mennyire ért egyet az állításokkal! *(Kérjük, minden sorban válasszon a válaszlehetőségek közül!)*

GYAKORISÁG	<i>Soha</i>	<i>Alkalmanként</i>	<i>Gyakran</i>	<i>Minden nap</i>
értekezlet				
rendezvény				
baráti beszélgetés				
folyosói beszélgetések				
pletykák				

☐
☐
☐
☐
☐

8. Mennyire hatékonyak Ön szerint az alábbi szóbeli kommunikációs tevékenységek?
Kérjük, jelölje, hogy mennyire ért egyet az állításokkal! *(Kérjük, minden sorban válasszon a válaszlehetőségek közül!)*

HATÉKONYSÁG	<i>Egyáltalán nem</i>	<i>Kis mértékben</i>	<i>Hatékony</i>	<i>Nagyon hatékony</i>
értekezlet				
rendezvény				
baráti beszélgetés				
folyosói beszélgetések				
pletykák				

☐
☐
☐
☐
☐

9. Mennyire tud úgy tájékozódni, ahogy szeretne? *(Értékelje egytől ötig, ahol az egyes a legkedvezőtlenebb, az ötös pedig a legkedvezőbb!)*

egyáltalán nem 1 2 3 4 5 teljes mértékben

☐

10. Fontosnak tartja a nem hivatalos tájékoztatási csatornákat?

(Értékelje egytől ötig, ahol az egyes a legkevésbé fontos, az ötös pedig a nagyon fontos!)

egyáltalán nem 1 2 3 4 5 nagyon fontos

☐

11. Mennyire elégedett a dolgozók és a vezetők közti nem hivatalos kommunikációval?

- 1 – nagyon elégedett
- 2 – kicsit elégedett
- 3 – kicsit elégedetlen
- 4 – nagyon elégedetlen

☐

12. Mennyire elégedett a dolgozók és a vezetők közti hivatalos kommunikációval?

- 1 – nagyon elégedett
- 2 – kicsit elégedett
- 3 – kicsit elégedetlen
- 4 – nagyon elégedetlen

13. Általában eléri, akit akar?

- 1 – igen
- 2 – nem

☐

14. Mennyire érdeklődik a dolgozók a céget érintő ügyekről? *(Értékelje egytől ötig, ahol az egyes a legkedvezőtlenebb, az ötös pedig a legkedvezőbb!)*

egyáltalán nem 1 2 3 4 5 teljes mértékben

15. Miről szerez tudomást nem hivatalos úton?

☐

16. Miről nem szerez tudomást, amiről pedig szeretne?

☐

17. Hogyan írná le saját szerepét a cég belső kommunikációjában?

☐