(MTA Gazdálkodástudományi Bizottsága Kommunikációmenedzsment Munkabizottsága és Gazdasági és Vállalati Kommunikáció Intézményközi Szellemi Műhely (GVKM) PTE KTK / 2016. november 11. Budapest / A STARTUP VÁLLALKOZÁSOK KOMMUNIKÁCIÓJA - konferencia)

**Start-up vállalkozások kommunikációjának sikertényezői és kockázatos elemei a vállalkozások alapításának és indulásának fázisában**

(Success and risk factors in the communication of founding and initializing phases in start-ups)

Pitlik László, My-X team

Kivonat: A kommunikációs jelenségek több-dimenziós leírása az elemzőt maximális strukturáltságra, konzisztens gondolkodásra készteti, különösen nagy esetszámú, önmagában heterogénnek látszó tapasztalat feldolgozása esetén. Az info-kommunikációs holokauszt, avagy az anti-kommunikáció az a jelenség, mely a másik totális semmibe vételét jelenti és így minden innovációs folyamat alapvető ellensége, mert a személyt és nem az ügyet helyezi a kommunikáció középpontjába. A start-up jellegű vállalkozások kommunikáció, éppen úgy, mint ezek léte, az akciósorozatok ideális kombinációját jelenti, ahol a legkisebb mértékig szuboptimális megoldás beláthatatlan kockázatok forrása…

Kulcsszavak: hasonlóságelemzés, innovációs tanácsadás, gazdaságpszichológia, robotizálás, info-kommunikációs holokauszt, anti-kommunikáció

Abstract: The multi-dimensional description of communications needs a highly structured thinking and acceptance of consistent frame works – especially in case of voluminous experiences being seemingly heterogeneous. The holocaust in the info-communication (or the anti-communication), where the partner is ignored in an unlimited way, leads to the holistic elimination of each sort of innovation, because the person and not the idea is in the focus of the communication. The communication (even the whole existence) of start-up-like enterprises expects the permanent realization of ideal constellations – probably with irrational high risk in case of the first suboptimal action…

Keywords: similarity analysis, consulting activities on the field of innovation management, business psychology, automation, holocaust in info-communication, anti-communication

# Bevezetés

A start-up vállalkozások kommunikációja kapcsán a következő kombinatorikai térről lehet és érdemes is beszélni:

1. dimenzió: kifelé irányuló/kinti, intern, azaz start-up-on belüli (2)
2. dimenzió: alapításkori, induló fázisbeli (2)
3. dimenzió: szóbeli, írásbeli (2)
4. dimenzió: üzleti (sales jellegű), szakmai/műszaki (2)
5. dimenzió: deklaráció-jellegű, kérdés-jellegű (2)
6. dimenzió: siker-orientációt fókuszáló, kockázatokat tematizáló (2)
7. …

A dimenziók száma elvileg és gyakorlatilag is tovább növelhető lenne (pl. 7. egzakt vs. szómágikus[[1]](#footnote-1), stb.). Itt és most a terjedelmi korlátok miatt a 2^6=64 konstelláció mindegyikéhez az elmúlt évek (mesterséges intelligencia kutatásokat érintő) tapasztalatai kerülnek összefoglalásra.

Az, hogy mi start-up és mi nem az, ezen cikk keretei között nem kerül vitára bocsátásra. Az ötlet felmerülésétől az első üzleti akciókig bármely innovatív alapokon nyugvó vállalkozásra rá lehet fogni, hogy akár sikeres start-up is lehet(ett volna) belőle. Mivel jelen cikk éppen ezen induló szakasszal foglalkozik, így a leegyszerűsített definíció megfelelő alapnak kínálkozik azzal a kiegészítéssel, hogy az innovációs potenciálja a mesterséges intelligencia-alapú, virtuális robotok fejlesztését célzó üzleti szándékoknak vélelmezhetően egyetlen Olvasóban sem vezet érdemi kételyek felmerüléséhez.

A cikk a BKIK 2016. október 26-i rendezvényén elhangzó előadás párja, melynek címe: „Tanácsadási tapasztalatok felsőoktatási és magán know how startup-okban való hasznosítási lehetőségei kapcsán” (vö. <http://miau.gau.hu/miau2009/index.php3?x=e0&string=bkik>). A cikkhez muníciót az elmúlt évtizedek személyes innovátori, know-how tulajdonosi, licence-értékesítői, vállalkozás-alapítói, üzleti tapasztalatai adják – csak az innovációs tanácsadást nézve több százas nagyságrendű ötlet sorsát érintően...

Jelen cikk előzményeként fogható fel (nem csak a kombinatorikai struktúra miatt) egy, az adatvagyon-gazdálkodásról szóló cikk 2000-ből: <http://miau.gau.hu/miau/26/vision31.doc>

# Magukról a dimenziókról

Az 1. dimenzió a kint/bent határvonal mentén értelmeződik. Minden kifelé irányuló üzenet (pl. publikációk, névjegyek, standok, roll-up-ok, flyer-ek, prezentációs anyagok és maguk a prezentációk, dress-code, honlap, stb.) és minden a start-up-tól függetlenül, rajta kívül keletkező üzenet (hír, hivatkozás, citáció, díjazás, stb.) a kint kategóriájába tartozik, s ezek a jelenségek bomlanak fel 32 ágra értelemszerűen a kombinatorikai tér maradék dimenziói alapján (mint minden további dimenzió és opció esetében is).

A 2. dimenzió (alapítás, indulás) választó vonala az első üzletszerű tevékenység megjelenése. Minden, ami ez előtt történik, az az alapítás korszakának neveződik itt és most. Minden, ami az első üzletszerű (szerződést jelentő) akciót követ mind addig az indulási fázis része, amíg a start-up-jelleg, vagyis a nagyon gyors fejlődési erély (<https://hu.wikipedia.org/wiki/Startup>) nem érhető feltétlenül statisztikailag is tetten (ill. a nulla bevételhez képest minden elmozdulás jelentős elmozdulásként is értelmezhető).

A 3. dimenzió (szóbeli, írásbeli) magyarázata szinte látszólag felesleges. Az írásbeliség kiemelése a felelősségvállalás kapcsán fontos: itt kell megemlíteni az **info-kommunikációs holokauszt** jelenségét, vagyis azt a fajta, a kommunikációs partner etikus ember mivoltát megkérdőjelező több, mint kétes erkölcsi értékű stratégiát, mely keretében az egyik fél a másiktól írásban kapott kérdésekre vagy nem válaszol (azaz az ügyeket agyonhallgatja), vagy mellébeszél (vagyis triviális helyzetekben, pl. már a kérdésben megadott válaszopciókat is tartalmazó előkészítés után is másról beszél, s nem meri felvállalni pl. az igen/nem/nem-tudom opciók egyikét sem), ill. nagyon hosszú és kiszámíthatatlan válaszadási időkkel kommunikál, de ő rövid, feszes határidőket vár el, melyeket, ha a másik (ab ovo egyenlőnek vélt) fél is pont így alkalmazna, akkor a kommunikáció ellehetetlenülne. S persze az info-kommunikáció holokauszt legtriviálisabb része az, amikor már a digitális tértivevényt, vagyis az elvárt olvasásigazolást sem engedi ki szisztematikusan az egyik fél a másik felé.

Az 4. dimenzió (üzleti, műszaki/szakmai) alapja a know-how két arca: szinte minden know how mindenkor javítható, s ezen javíthatóság alapvetően műszaki/szakmai kérdéseket vet fel. Azonban egy-egy know-how adott állapota (legalább is, ha már racionális érettségi fokról beszélünk – ami pl. a H2020-as pályázatokban a [Technology Readiness Level = TRL, vagyis a] TRL6-os szint – vö. <https://ec.europa.eu/research/participants/data/ref/h2020/wp/2014_2015/annexes/h2020-wp1415-annex-g-trl_en.pdf>) minden esetben felveti a kérdést, képes-e már ezen állapotában üzleti haszonnal kecsegtetni?

A 5. dimenzió (deklaráció, kérdés) arra kíván rámutatni, hogy a kommunikáció két karakteresen más oldala a kijelentések és a kérdések világa. Míg kijelenteni csak azt illik, ami bizonyítható/bizonyított is, addig kérdezni elvileg bármit lehet, de csak olyat érdemes, amire már magának a kérdezőnek is vannak potenciális válaszalternatívái és a válasz alapján ezek egyikét akarja legitimálni, vagy esetleg eddig nem vélelmezett válaszlehetőségre ráismerni. Ez utóbbi alapvetően a kérdező potenciális gyengeségének jele, hiszen a válaszopciókra vonatkozó szabványos elvárás, hogy ezek egy torta kihagyás és átfedés-mentes szeletei legyenek. A jól kérdezni tudni olyan elvárás, ami a fél siker ígérvényéhez kapcsolódik, s így éppen a fenti kombinatorikai karakterisztikákat jelenti elsődlegesen. Másrészt a jó kérdés az Einstein nevéhez kötődő idézettel is szoros kapcsolatban áll: “A világ, amit teremtettünk a gondolkodásunk eredménye; nem lehet megváltoztatni gondolkodásunk megváltoztatása nélkül.” (<https://idezet.wordpress.com/category/albert-einstein/>)

A deklaráció fogalma kapcsán be kell vezetni a deklaratív és a nem deklaratív tudás fogalmát, ahol a deklaratív tudás az, mely kinyilatkoztatásra kerül nem várva és nem engedve a kijelentések helyességének vizsgálatát. A nem deklaratív, vagy induktív módon levezett tudás lényege, hogy mindig a keretfeltételek függvényében értelmez mindent (vö. Kazohinia).

A szakértői rendszerek a tudásábrázolás azon formái, ahol a know-how formálisan a legegyszerűbben tesztelhető. Ha a tudás induktív módon jött létre, akkor ennek születése egyben a garanciája a minőségnek (vö. pl. függvény-szimmetria alapú konzisztencia-ellenőrzés a hasonlóságelemzésekben).

Az 6. dimenzió (siker-orientáció, kockázat) lényege a félig üres/teli pohár megítélése: a félig üres pohár lehet az elégedetlenség, a kockázatok, problémák fókuszálásának szimbóluma, míg a félig teli pohár lehet a haladás, a siker, a majd lesz még több is jelképe.

A 6 dimenzió két-két opciója mentén felépülő kombinatorikai tér (2^6=64) mentén a sok ezer átélt kommunikációs élethelyzet többé-kevésbé egyértelműen kategorizálható. Egy-egy kombinatorikai térrészletbe természetesen tetszőlegesen sok tapasztalat is besorolható, de elvileg az is előfordulhat, hogy adott tapasztalat-mennyiség még nem képes a teljes kombinatorikai tér lefedésére minden eshetőségre legalább egy-egy valóság momentummal szolgálva, ami itt és most nem volt tetten érhető.

Egy ilyen kombinatorikai tér-alapú emlékezet/dokumentum-értelmezés segíti magát az emlékezőt is abban, hogy strukturáltabban lássa a világot – s így az általa folytatott kommunikációt mások felé közelíteni tudja az alapelv irányába, mely szerint: csak az a tudás, ami forráskódba írható át, minden más emberi képesség intuíció, művészet, ami se nem jobb, se nem rosszabb, mint a másik, egyszerűen csak más!

Itt és most (talán minden Olvasó számára természetesnek tűnik az alapvető emberi kíváncsiság ellenére), hogy a tapasztalatok térbeli, időbeli koordinátái és az érintett személyek, szervezetek nem kerülnek tételesen megnevezésre, lévén vannak olyan variációk a 64 elemű kombinatorikai térben, melyeket a tények ellenére sem szívesen vállalnának fel nyilvánosság előtt az érintettek – mely hozzáállás a jelenlegi törvények szerint kötelezően tiszteletben tartandó. Ennek ellenére, ahol csak lehet, a MIAÚ által publikált dokumentumok odaillő URL-jei fel-felvillantásra kerülnek…

Egy olyan (pl. kazohin – vö. <https://hu.wikipedia.org/wiki/Kazohinia>) egyre közeledő világban, ahol a közösségszervezés lényege az összes mért/megfigyelt állapotváltozó közadat/közkincs volta lesz, a kérdés már nem a tények ismerete, hanem a hermeneutikák komplexitása lesz…

# A kombinatorikai tér

Az alábbiakban a 64 elemű kombinatorikai tér kerül egyesével feldolgozásra – aláhúzással jelezve azok a részek, melyek a 2016. november 11-i prezentációban is szerepet kapnak. Ahhoz, hogy az Olvasó ne veszítse el a navigáció elemi esélyeit, egy véletlenszerűen (a Szervezők felé benyújtott kivonat érdekében) kiválasztott variációból kiindulva mindenkor egyszerre csak egy opcióérték változik meg, mely vastagon szedve kiemelésre kerül az egyszerű követhetőség érdekében. Az első variáció zárójeles kiemelése azt segíti, mire kell majd figyelni a második variáció kapcsán, ill. a továbbiakban is minden olyan esetben, amikor a következő kombinatorikai térelem nem szervesen következik az előzőből, a zárójel jelzi a várható változás helyét. Tehát, ami az egyik kombinatorikai elemben zárójeles kifejezés, az a következőben vastagon szedett és módosított tartalmú kell, hogy legyen a helyes navigáció garantálására az első 8 kombinatorikai elem esetén. Ezt követően a második 8 elem az első nyolc sorrendjét követi, csak az írásbeliség helyett a szóbeliség alakzatai kerülnek nagyító alá. Az első 16 elemet a második 16 az első blokk sorrendjében követi, csak az alapításkori időszakot felváltja az indulás időszaka. S végül az első 32 elem ismétlődik az utolsó 32 elem kapcsán, ahol természetesen a külső kommunikációt a belsőre való koncentrálás váltja fel.

1. Kifelé irányuló + alapításkori + írásbeli + szakmai + deklaráció-jellegű + (siker)-orientált kommunikációs élethelyzet

Ide tartozik a know-how prezentációja, mely attól válik sikertényezővé, ha úgy deklarálja az újdonságtartalmat, hogy annak további védelme még nem igényel jelentős forrásokat, de hitelessége már megüti a szakmai/üzleti közösség ingerküszöbét. Ez a matematikai jellegű, vagyis szabadalommal nem védhető szolgáltatási konstrukciók (pl. virtuális robotok) kapcsán a H2020-as pályázatok nyelvezetével élve a már említett TRL=6-os szint elérését biztosító demo-jellegű megoldások kialakítását jelenti a megfelelő adat-vizualizációval és az üzleti hasznosság lehetséges rétegeinek egyidejű becslésével (vö. INNOVACT dosszié 2014 - <http://miau.gau.hu/miau2009/index.php3?x=e0&string=innovact%20dosszi>). Egy-egy ilyen demonstrációs képesség a siker reményében bemutatható már hazai és nemzetközi innovációs versenyeken, üzleti angyalok és innováció támogató hazai és nemzetközi projektek szakértői számára a végső felhasználók mellett. Természetesen a prezentációk száma az erőforrás-optimalizálás mentén minimalizálandó, másrészt azonban el lehet veszíteni potenciális üzleti partnereket, el lehet bukni pályázatokat, ha nem adekvát módon kerülnek felvillantásra a releváns részletek.

Egy sokoldalú prezentáció réteggel rendelkező know-how a stressz-menedzsment fogalmához kötődik, míg egy másik a big-data alapú céges elemzések világához: vö. <http://miau.gau.hu/miau2009/index.php3?x=e0&string=boruss>, ill. <http://miau.gau.hu/miau2009/index.php3?x=e0&string=jacs>

2. Kifelé irányuló + alapításkori + írásbeli + szakmai + (deklaráció)-jellegű + **kockázat**-orientált kommunikációs élethelyzet

Ide tartozik a know how etikai, hitelességi, referenciális rétegeinek kezelése a partnerek irányába, akik műszaki oldalról lehetnek még akár rel. éretlenek is a befogadásra (ahol az éretlenség az újdonság ezotéria/sci-fi jellegű átértelmezésével keveredhet – vö. <http://miau.gau.hu/miau2009/index.php3?x=e0&string=asztro>). Ekkor a befogadási képességet kell tudni a kommunikációs akciók keretében katalizálni (vö. ingyenes szemináriumok, közös demo-alkalmazások, saját céges alternatívák óvatos benchmarking-ja az új megoldással összevetve). S egyben a virtuális robotok potenciális jogi szabályozásának specialitásait kell bemutatni úgy, hogy az érdeklődő partner egyben referencia-hellyé is válhasson legalább anonim (branch-szintű) hivatkozások formájában a benchmark keretében kimutatandó hatékonysági tartalékok üzleti/hírnév-befolyásoló kockázatait (f)elismerve a cég esetében.

A jelenleg, a stressz-kutatás kapcsán folyó klasszikus pszichológusi interakciók keretében világosan felismerhető, hogy a robot (mint potenciális jogalanynak: vö. <http://www.ormosnet.hu/robot-emberi-jog.html>) a megjelenése a folyamatokban elsőként minden szereplő, még a szakmai szereplők esetén is a robothoz fűződő ösztönös/naiv viszonyok letisztázását igényli.

3. Kifelé irányuló + alapításkori + írásbeli + szakmai + **kérdés**-jellegű + (kockázat)-orientált kommunikációs élethelyzet

A klasszikus kifelé irányuló kérdések értelemszerűen a vállalkozás alapító erőtereiben megfogalmazódó kérdések minden potenciális partner felé: pl. kérdésekkel lehet feltárni a potenciális partnerek azon üzletileg releváns gondolati csomópontjait, melyekhez már vételi, együttműködési szándék is vélelmezhető. Hasonlóképpen a potenciális konkurenciáról (kockázatokról) alkotott piaci vélemények is óvatos tapogatózások keretében ismerhetők meg, melyek segítenek az alapítóknak saját önértékelésük, ötletük, személyiségük tét nélküli fejlesztésében. Értelemszerűen ezek (akár konspiratívnak is értelmezhető helyzetek) konkrét példákkal nem kerülnek lefedésre kivéve talán az egyszerre lehetőségként és egyszerre veszélyként bemutatandó Hallgatói dolgozatok keretében indított adatbegyűjtések céges vetületét, ahol a Hallgatónak elmondott bármilyen információról soha többé nem lehet tudni, hol is landol…

Emellett ebbe a kategóriába sorolandó a kintről a vállalkozás felé irányuló (kockázatfelmérést célzó) kérdések is, melyeket bármire is vonatkozzanak, az alapítóknak a know-how ingyenes minőségbiztosításaként illik felfogni, vagyis mindenkor és minden kérdésnek örülni kell, minden kérdésre alaposan kidolgozott válaszokat kell keresni mihamarabb. Vannak élethelyzetek (pl. konferenciák, interjúk, pályázati űrlapok, innovációs versenyek – vö. INNOVACT dosszié – virtual robot farmer - <http://miau.gau.hu/miau2009/index.php3?x=e0&string=vrf>), ahol már a reakciókészség mikéntje is inputként dolgozódik fel pl. a potenciális befektetők fejében. A potenciális befektetők – köztudottan – egy alapvetően jó ötlet mellé a kivitelező team átütőerejét, racionális megszállottságának mértékét, az elengedni tudás képességét, stb. mérlegeli.

4. Kifelé irányuló + alapításkori + írásbeli + (szakmai) + kérdés-jellegű + **siker**-orientált kommunikációs élethelyzet

A kezdeti stádiumban a siker-orientált kommunikáció egyik tipikus esete, ha a potenciális partnerek már létező kérdéseit sikerül feltárni, megérteni (s nem mellesleg megválaszolni a deklarációs rétegben). Emellett maga az ötlet értékének kidolgozása kitér a know-how által az eddigieknél jobban megválaszolható szakmai/műszaki kérdésekre a megválaszolás minőségének (a Jónak) pontos kifejtését nem elfeledve, s még inkább arra, melyek azok a kérdések, melyek foglalkoztatják a potenciális partnereket, de a szakirodalom eddig nem kínált választ ezekre. Ebben az utóbbi esetben már a kérdések szintjén meg kell küzdeni a potenciális (szakmai) bizalmi válságokkal: pl. a mesterséges intelligenciát futtató számítógép képes lesz-e valaha is átvenni az uralmat az ember felett? 🡨 mely egy tipikusan létező, de rossz kérdés, bármit is válaszolunk rá, abból nem lehet jól kijönni: vö. ha a válasz = „nem lesz képes soha”, akkor ez a mesterséges intelligenciák potenciáljának korlátozottságát sejtetheti a látszólagosan megnyugtató direkt üzenet mellett. Ha a válasz az, hogy „igen, képes lesz” rá (idő dimenziót is esetleg becsülve a mikor részkérdésre), ez pedig a potenciális partnerek egy részében magát a bizalmi válságot válthatja ki (vö. GMO-mentesség körüli stratégiai gondolatok). Az műszaki és üzleti szempontból jó kérdés ilyen esetekben az, ami már potenciált erősít, de még nem kelt félelmet: pl. képes-e a számítógép önállóan problémák, fogalmak felismerésére, deklarálására? Itt a válasz akkor jó, ha igen (s tényleg igen), mert a nemnek nincs sem üzleti sem etikai értéke. A mesterséges intelligencia alapú fogalom-alkotás (vö. <https://www.google.hu/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=%22based%20term-creation%22%20site%3Amiau.gau.hu>) immár valódi lehetőség, s a célfelismeréshez pedig a fenntarthatóság fogalmának matematikai leképezhetősége járul hozzá (vö. <http://miau.gau.hu/miau/206/Full_text_template_synergy2015_pl.doc>).

5. Kifelé irányuló + alapításkori + írásbeli + **üzleti** + (kérdés)-jellegű + siker-orientált kommunikációs élethelyzet

A szakmai/műszaki kérdések mellett léteznek a siker fogalmát megalapozó üzleti kérdések is. Ezeket az innovációs pályázatok dossziéi (l. fentebb – INNOVACT) tételesen tartalmazzák a vállalkozók, ötletgazdák felé. Az ötletgazdák által a mindenkori partner üzletileg releváns kérdéseit a partnerről pl. online rendelkezésre álló adatok alapján fel kell tudnia mérni (vö. piacvezető pozícióra akar törni egy partner szinte bármi áron, és/vagy CSR-motivációi vannak, stb.). Azok a kapcsolati háló-kulcsszereplők, akik a partnerek felé utakat nyitnak adott ötletek számára, általában vannak olyan széles látókörűek, hogy a műszaki és az üzleti kérdéseket képesek egyszerre kezelni/közvetíteni/támogatni. Ez tipikusan az a terület, hogy partner-orientált konkrétumokkal nem illik szolgálni még egy tudományos fórumon sem.

6. Kifelé irányuló + alapításkori + írásbeli + üzleti + **deklaráció**-jellegű + (siker)-orientált kommunikációs élethelyzet

A siker-orientált üzleti kommunikáció kérdés-rétegének a párja a kérdésekre adott/adható válaszok, azaz deklarációk: ezek egy része triviális, vagyis hitelesen ígéri a személy/pozíció-független sikert (pl. nő a piaci részesedés, csökkennek a költségek, stb.), ill. a know-how mellé konkrétan odaálló személyek kapcsán deklarálható és deklarálandó egy fajta garancia arra vonatkozóan, hogy ők, személy szerint ők ezzel a mindenkori céges erőterekben nem fognak rosszul járni. Ez a gyakorlatban lehet egy fajta „visszafizetési/visszacsorgatási” elvárásnak való – etikátlan és jogtalan – megfelelés, de elsődlegesen ez a helyzet a know-how-t birtoklók által vállalt azon garanciákat jelenti, hogy a projekt nem sül be, nem okoz az ezt támogatókkal szemben bizalmi válságot. Értelemszerűen ez a réteg sem fedhető le publikus információkkal…

7. Kifelé irányuló + alapításkori + írásbeli + üzleti + (deklaráció)-jellegű + **kockázat**-orientált kommunikációs élethelyzet

Deklarált üzleti kockázatokról írásban az ún. apró betűs részek szólnak, melyek világossá teszik a partnerek számára, hogy az eddigi magatartásuk egyrészt esetlegesen nem volt kellően megalapozott jogi és/vagy szakmai szinten (vö. pszicho-szociális kockázatok vállalaton belüli kezelése: <http://www.munkahelyistresszinfo.hu/a-munkahelyi-stressz-merese/a-pszichoszocialis-kockazat-jogi-szabalyozasa/>) – látszatintézkedésekkel vs. real time kockázat-menedzsmenttel. Másrészt az kerül tematizálásra, hol lehetnek csapdahelyzetek, melyekre a partnernek saját erőtereire támaszkodva kell megoldást találni a tényleges bevezetés/alkalmazás előkészítése kapcsán (pl. a munkavállalók megfigyelhetőségét szabályozó jogi környezet hazai és nemzetközi inkonzisztenciája, ill. a megfigyeltség tűrésének személyes/csoportos szintje: vö. <http://miau.gau.hu/miau/212/160506/observations.xlsx>).

8. Kifelé irányuló + alapításkori + (írásbeli) + üzleti + **kérdés**-jellegű + kockázat-orientált kommunikációs élethelyzet

Az ún. apró betűs üzleti kockázatok deklaratív kezelését ezen kockázatok kérdésként való tematizálása előzi meg: a fentebb hivatkozott megfigyeltséget felmérő kérdőív összeállítása és kiértékelése előtt hipotézisek (kérdések) fogalmazódnak meg a stressz-menedzsmentet robotizálni akaró partnerben és a bevezetést felkínáló know-how-tulajdonosokban egyaránt: Igaz-e, hogy a férfiak megfigyeltség-tűrése nagyobb/kisebb, mint a nőké? stb.

\*\*\*

Az alábbi 8 elem esetén a szóbeliség kizárja, hogy bármilyen demo-értékű hivatkozást lehessen adni ezek érzékeltetésére. A két-oktatós képzési módszertan egy hangrögzítéssel megőrzött (ritka) példája azonban képes lehet visszaadni azt a feszültséget, melyet a szóbeliség, mint mimikri-eszköz fedni kényszerül a kritikus esetekben (vö. <http://miau.gau.hu/miau/198/20141204_hangutes.html>). Itt és most tehát a szóbeliség azon aspektusai kerülnek kiemelésre elsődlegesen, melyek kapcsán az írásbeliség a mindennapi gyakorlatban szóba sem szokott jönni:

9. Kifelé irányuló + alapításkori + **szóbeli** + szakmai + deklaráció-jellegű + (siker)-orientált kommunikációs élethelyzet

A bemutatkozó írásos anyagokkal szemben a szóbeliség ebben a konstellációban a klasszikus „sales”-technikák tételes megvalósulását jelenti: vagyis minél gyorsabban ráhangolódni a partner műszaki/szakmai szóhasználatára, gondolkodásmódjára, s ezáltal leginkább azt mondani, amit hallani akar, amit meghallani képes – s mindezt úgy, hogy közben a szóbeliség jótékony leple takarja mindazt, ami még takarni érdemes a kommunikáció adott fázisában. A deklaráció-jelleg érezhetően gyenge, de kérdésekről kényszerűen még sem beszélhetünk, mert a jó üzenetek sejtetések formájában, azaz deklaratív módon is alakíthatók…

10. Kifelé irányuló + alapításkori + szóbeli + szakmai + (deklaráció)-jellegű + **kockázat**-orientált kommunikációs élethelyzet

Az előző kombinatorikai elem párja, párhuzamos rétege a szakmai/műszaki szintű pletyka, mely zömmel adott megoldással szemben, ennek kockázatosságát, az adott szereplők hiteltelenségét hivatott a mindenkori ellenzők által demonstrálni (vö. politikai karaktergyilkosság üzleti analógiái)…

11. Kifelé irányuló + alapításkori + szóbeli + szakmai + **kérdés**-jellegű + (kockázat)-orientált kommunikációs élethelyzet

A szakmai szinten nem feltétlenül publikus kérdések lényegében a partnerek gyenge pontjainak (kockázatainak) feltárását célozzák, ahol általában nem is születik válasz, csak a nem válaszolás mikéntjét lehet értelmezni akarni és tudni (pl. van-e az adott cégnek adott helyzetekre vonatkozó stratégiai elképzelése?)…

12. Kifelé irányuló + alapításkori + szóbeli + (szakmai) + kérdés-jellegű + **siker**-orientált kommunikációs élethelyzet

Azok a kérdések, melyek a partnerek felé siker-orientált szakmai kommunikációt tartalmaznak és még sem publikusak leginkább a személyes motivációk feltárását segítik: mikor lenne elégedett az a konkrét szereplő, aki éppen a kommunikációs helyzetben jelen van. A nem publikusság azt is sejteti, hogy itt a siker olyan személyes vetületeit kell megsejtetni, megsejteni a feleknek, mely így kérdések formájában még akkor sem lehetnek direktben károsak, ha pl. lehallgatás történik (vö. kartell-jellegű alakzatok előkészítése, személyes sorskérdések érintése: pl. ha Ön lenne a vezető egyszer, vajon milyen mértékben lehetne meghaladni az eddigi piaci részesedést egy ilyen karizmatikus, haladó szellemű, stb. személyiség döntései által? S vajon mi kell más egy vezetőcseréhez/know-how-jogtulajdon-szerzéshez/stb., mint egy műszakilag sikeres innováció időben való felvállalása és szakmailag sikeres végig vitele közben sem kockáztatva, hogy esetleg más ügyek támogatása szakmailag hasznos lehet? stb.) A történelmi példa ebben az esetben Merániai János esztergomi érsek levele: <https://hu.wikipedia.org/wiki/Reginam_occidere>

13. Kifelé irányuló + alapításkori + szóbeli + **üzleti** + (kérdés)-jellegű + siker-orientált kommunikációs élethelyzet

Az előző kombinatorikai elemhez képest az írásbeliséget nem tűrő, sőt lehetőség szerint még csak a kérdések szintjén éppen csak hogy sejtető, a sorok közötti olvasás művészetét elváró kommunikáció fókuszában a személyes üzleti előnyök állnak ebben az esetben.

14. Kifelé irányuló + alapításkori + szóbeli + üzleti + **deklaráció**-jellegű + (siker)-orientált kommunikációs élethelyzet

A szóbeliség siker-orientált deklaratív része alapvetően a win-win típusú, de még sem teljesen etikus/jogszerű ügyletek világos megfogalmazását jelenti: pl. korábbi ismeretségek keretében az ismerősök egyike a leendő megrendelőnél dolgozik, míg a másik a leendő (start-up-jellegű) beszállítónál, s mindkét fél elsődleges célja a közös pénzügyi siker. Ami szerencsére önmagában még lehet műszakilag és üzletileg is teljesen racionális a mindenkori megrendelő számára (vö. lobbi vs. korrupció – ill. a fenntarthatóság/boldogság nem más, mint a felismert szükségszerűség – [http://miau.gau.hu/miau2009/index\_tki.php3?\_filterText0=\*rouss](http://miau.gau.hu/miau2009/index_tki.php3?_filterText0=*rouss)) ...

Az alapítás és az indulás fázisát csak az különbözteti meg egymástól, hogy az alapításkori tapogatózó kommunikációk zöme többet ígér és nagy arányban közelébe sem kerül a szerződéses realizálásnak…

15. Kifelé irányuló + alapításkori + szóbeli + üzleti + (deklaráció)-jellegű + **kockázat**-orientált kommunikációs élethelyzet

A szóban deklarálandó kockázatok olyan üzenetek, melyek a betyárbecsület kategóriájába tartozó kommunikációs helyzetekre utalnak, vagy éppen a kéz-kezet-mos ügyletek kapcsán említhetők: pl. a megrendelő és beszállító egyes szereplői értesítik egymást apróbb-nagyobb, de publikusan nem létező jelenségekről (pl. általában várható/szezonális likviditási gondok a megrendelői oldalon, ill. új potenciális megrendelők felmerülésének komoly esélye kapcsán az adott partnerség potenciális háttérbe sorolódása, átárazásának fennállása, stb.)…

16. Kifelé irányuló + (alapításkori) + szóbeli + üzleti + **kérdés**-jellegű + kockázat-orientált kommunikációs élethelyzet

Az előző kombinatorikai elem (konstelláció) lágyabb verziója, amikor a kockázat maga még pl. nem deklarálandó/nem deklarálható, sőt akár ténylegesen is csak kialakuló félben van, amit akár sikerülhet is akár megrendelői és/vagy beszállítói oldalon megakadályozni, de előkészítő jelleggel ennek kommunikálása már nem célszerűtlen. Például egy kívülről érkező sejtetés: a megrendelő nemzetközi kötöttségei kapcsán lehet, hogy a jövőben minden ezen innovációhoz hasonló tevékenység kapcsán nemzetközi tenderre kellhet felkészülni. Illetve. belülről kifelé szivárgó hír: mi lenne, ha lenne egy jobb/újabb megoldás? S ez nem véletlenül merül fel, ugyanis a régi megoldás egyes esetekben nem volt elég jó, amit a konkrét esetben is szuboptimális már is a megrendelő számára…

17. Kifelé irányuló + **induló** + írásbeli + szakmai + deklaráció-jellegű + (siker)-orientált kommunikációs élethelyzet

Az induló és az alakuló fázis közötti legfontosabb eltérés a legalább egy-elemű szerződés-állomány. Ebből következően az első, azaz referencia-értékű partner fellelése után ennek a ténynek a kommunikálása kerül a középpontba. Partner lehet sokféle: már egy meghívásos innovációs versenyre való kijutás is referencia-értékű (INNOVACT 2014), az innovációs díjakról (HUNINNO 2014, ITBN 2012) nem is beszélve, hasonlóképpen, mint a pályázati győzelem (GOP) ténye és a lezárás sikere (pl. INNOCSEKK – MY-X-projekt).

18. Kifelé irányuló + induló + írásbeli + szakmai + (deklaráció)-jellegű + **kockázat**-orientált kommunikációs élethelyzet

Az alakuló fázis kapcsán minden kockázati tényező, mely írásban is említést nyerhet tapogatózó jellegű minden, a kommunikációban érintett szereplő részéről (vö. analóg konstelláció Nr. 2.). Az induló fázisban a szakmai kérdéseknek is jogi vetülete kell már, hogy legyen: pl. kockázat az első vevő megtalálása előtt, hogy nem volt korábbi vevő éppúgy, mint a felelősség hárítása a kapcsoló szabályozási kérdésekben. Az első vevő előtti szerződések még olcsóbb árakról, nagyobb garanciális biztonságról kell, hogy szóljanak. A szakmai felelősséghárítás pl. az adott projekt/know-how megrendelő oldali bevezetésének előkészítettségét érintheti (vö. a dolgozók megfelelő felkészítése)…

19. Kifelé irányuló + induló + írásbeli + szakmai + **kérdés**-jellegű + (kockázat)-orientált kommunikációs élethelyzet

Írásbeli kérdések kockázatokra utaló tartalommal minden fél számára a felelősségek arányos megosztását célozzák, minimum a jóhiszeműség határainak feltárása érdekében: pl. Volt-e a beszállító előzetes tapasztalatai között olyan eset, amikor…? A megrendelő rendelkezik-e kellően felkészült szakemberekkel az átvett know-how szakszerű üzemeltetéséhez? (Hiszen az is negatív referenciává válhat, amit a megrendelő ront el…)

20. Kifelé irányuló + induló + írásbeli + (szakmai) + kérdés-jellegű + **siker**-orientált kommunikációs élethelyzet

A kérdések a szakmai siker kapcsán olyan rétegeket érintenek pl. a beszállítótól a megrendelő felé, melyek nem feltétlenül kerülnek kommunikálásra, de ezek eltitkolására sincs érdemi ok: pl. mennyivel nőtt/csökkent adott jelenség értéke a bevezetés előtt/után? Ahol is a megfelelő irányú és/vagy mértékű változások sikertényezőként értelmezhetők…

A megrendelőtől a felhasználó felé kérdésként merülhetnek fel az előzetes, a fejlesztési, belső tesztelési folyamatok eredményeire való tételes rákérdezések: hány százalékban volt eddig megfigyelhető, hogy egy közelítő matematikai eljárás eredmény nélkül került terminálásra? Itt a siker és a kockázat fogalma a válasz és az elvárás viszonyától függ már csak…

21. Kifelé irányuló + induló + írásbeli + **üzleti** + (kérdés)-jellegű + siker-orientált kommunikációs élethelyzet

A szakmai burokból kilépve, ill. az üzleti burokba átlépve a megrendelő (tervezett/fennálló) szerződéses kötöttségek között kérdést intézhet a beszállítóhoz: pl. milyen előzetes megtérülési számításokat végzett a beszállító a fejlesztés egyes fázisaiban?

A beszállító a megrendelő felé a naturális mutatók korábban már érintett lekérdezésén túl ezek financiális vetületeire is rákérdezhet: pl. ha egy naturális mutató X egységgel változott az elvárt irányba, akkor ennek mi volt a pénzügyi hozadéka? Ami lehet elvártan arányos, azaz érthetően/kalkulálhatóan egy adott érték és lehet masszívan degresszív, ha a hasznosulást más tényezők kedvezőtlen konstellációi is befolyásolhatják: pl. a tőzsdén a magas irány-találati arány önmagában még lehet veszteség forrása, ha a tranzakciós díjak felemésztik a kismértékű, helyesen eltalált irányú mozgások pénzügyi értékét…

22. Kifelé irányuló + induló + írásbeli + üzleti + **deklaráció**-jellegű + (siker)-orientált kommunikációs élethelyzet

Amíg üzleti sikerről van szó, addig a kérdés és a deklaráció között a kommunikáció érettsége az érdemi különbség. Így deklarálható üzleti sikert a megrendelő és a beszállító is saját versenykörnyezetének alakulását figyelve kommunikálhat közösen, azaz egy időben és egymástól eltérő időpontokban és hangsúlyokkal…

23. Kifelé irányuló + induló + írásbeli + üzleti + (deklaráció)-jellegű + **kockázat**-orientált kommunikációs élethelyzet

Ha egy kockázat deklarációra „méltó”, akkor egyes esetekben az érintettek ezt további károk megakadályozás végett KELL, hogy kommunikáljanak: pl. ha a beszállító fedez fel saját hatáskörben problémákat, akkor saját korábbi megoldását úm. vissza kell, hogy hívja, és egy újjal kell, hogy helyettesítse (szerencsés esetben házon belül és azonnal). A megrendelő hatáskörében feltárt kockázatok lehetnek olyanok, melyek a beszállító által elkövetett, de ott észre nem vett, esetleg elhallgatott problémákra utalnak: ami a piactisztulás kapcsán értékes minden egyéb érintettnek. De lehet olyan is, mely a megrendelő saját problémája – de kihat egy beszállítói referencia képződésére: pl. ha a megrendelő bármilyen vis major okból megy csődbe és semmiképpen nem az innováció következményeként.

24. Kifelé irányuló + induló + (írásbeli) + üzleti + **kérdés**-jellegű + kockázat-orientált kommunikációs élethelyzet

Amíg az üzleti kockázat írásbeliség esetén nem méltó a deklarációra, addig kérdések formájában lehet a szerződéses kötelezettségek mentén érdekegyeztetést folytatni kifelé, ill. kintről befelé irányulóan: pl. amíg egy probléma csak valószínűsíthető akár gondolatkísérlettel, akár már bizonyos teszt-eredmények által sugalmazva, akkor magára a jelenség létezhetőségére vonatkozóan (pl. túlcsordulás, nem várt futás-leállás, stb.) a megrendelő kérdéseket fogalmazhat meg a beszállítója felé.

A beszállító szintén gondolatkísérletek és saját teszt-eredmények alapján vélelmezheti, hogy a megrendelői speciális élethelyzetekben belefuthatnak nem kívánatos részeredményekbe, így ezen speciális konstellációk megrendelő oldali létezhetőségét ismét csak kérdésekkel lehet letapogatni (vö. csak bináris inputok egy alapvetően folytonos skálán tesztelt modell-sorozatban)…

\*\*\*

Ahogy korábban is, itt is jelezni kell, hogy a szóbeliség alapvetően a tapogatózás, a helyzet jogilag való kezelni nem kívánásának/tudásának kerete. A start-up alakuló fázisában a tapogatózás tényleg kontúrtalan, minden érintett tanulási folyamatait szolgálja. Az induló, szerződés-orientált fázisban a szóbeliség csak annyiban különbözik az egymás és a valóság kóstolgatásától, hogy a kommunikáció célja végül is mégis csak a teljesítés-igazolás megtagadása, vagy kiadása körül keresendő. Természetesen ezen szigorúbb keret nem zárja ki, hogy quasi szerződésen kívül a korábban már feldolgozott konstellációk is jelen legyenek a kommunikációs rétegek között…

25. Kifelé irányuló + induló + **szóbeli** + szakmai + deklaráció-jellegű + (siker)-orientált kommunikációs élethelyzet

A szakmai síkon alapvetően még csak szóban deklarálható sikertörténetek lehetnek a fejlesztői/beszállítói háttérfejlesztések eredményeinek kiszivárogtatásai – a partnerség erősítése érdekében.

Megrendelői oldalon is lehet kiszivárogtatni például olyan belső szakmai tapasztalatokat, melyek a közös siker újszerű aspektusaira utalnak, s még nem lettek tesztekkel megerősítve, így nem váltak az írásbeliség szerves részévé egyelőre még…

26. Kifelé irányuló + induló + szóbeli + szakmai + (deklaráció)-jellegű + **kockázat**-orientált kommunikációs élethelyzet

Az előző konstelláció tükörképeként a szakmai kockázatok szóbeli deklarálása már létező (alapvetően megrendelő oldali) negatív tapasztalatok kapcsán merülhet fel.

27. Kifelé irányuló + induló + szóbeli + szakmai + **kérdés**-jellegű + (kockázat)-orientált kommunikációs élethelyzet

Mint az már a kérdés és a deklaráció párba állítása kapcsán többször is felmerült: a kérdés a deklaráció előszobája, a diplomatikus tematizálás eszköze – különösen a szakmai kockázatokról szóló gondolatok kommunikálása esetében.

28. Kifelé irányuló + induló + szóbeli + (szakmai) + kérdés-jellegű + **siker**-orientált kommunikációs élethelyzet

A siker-orientáció kérdésekbe burkoltan, azaz diplomatikusan akkor kezelendő, ha a kérdező, kezdeményező még csak sejtéseket fogalmaz meg: pl. lehet-e egyáltalán az, hogy – jelleggel…

29. Kifelé irányuló + induló + szóbeli + **üzleti** + (kérdés)-jellegű + siker-orientált kommunikációs élethelyzet

A szakmai sikerek óvatos sejtetésével analóg az üzleti sikerek diplomatikus meglebegtetése: pl. jól látjuk-e, hogy az előzetesen vélelmezett kockázatok fel nem lépése (nem olyan arányú fellépése) okán a várt üzleti siker tényleg jelentősen meghaladható? – fogalmazhat egy-egy megrendelő a beszállítója felé.

30. Kifelé irányuló + induló + szóbeli + üzleti + **deklaráció**-jellegű + (siker)-orientált kommunikációs élethelyzet

Amennyiben a pozitív hírek már validáltnak minősülnek, úgy pl. a beszállító a megrendelője felé a sales, ill. a tanácsadás kapcsolat-fenntartási fázisában újszerű üzleti következményekre is rámutathat, amennyiben pl. a műszaki/szakmai tartalom üzleti hatásmechanizmusai kapcsán újszerű felismerések születtek (vö. beetetés, motiváció-ébresztés)…

31. Kifelé irányuló + induló + szóbeli + üzleti + (deklaráció)-jellegű + **kockázat**-orientált kommunikációs élethelyzet

Az üzleti kockázatok már deklarációra érdemes, de még szóbeli rétege olyankor kap szerepet a kommunikációban, amikor a felek már hosszabb távon a felelősség-hárítás fázisában, a másik esetleges rosszhiszeműségének kimutatni tudásában érdekeltek, vagy a saját jóhiszemű, gondos magatartásukat akarják demonstrálni – de még nem tört ki a háború és vannak erőterek, melyek a békés rendezésben érdekeltek: pl. a szakmai és az üzleti hatásmechanizmusok tervek szerinti összefüggésrendszere immár szisztematikusan és belátható ok-okozatisággal nem tűnik realizálhatónak, de ez még tolerálható – hiszen a döntést a megrendelő nem kényszer hatása alatt hozta, ellenben már előkészíteni szeretné az üzleti kondíciók újratárgyalását, vagyis letapogatni szeretné a másik fél etikai erőtereit óvatosan növekvő nyomás alatt helyzetben is…

32. (Kifelé) irányuló + induló + szóbeli + üzleti + **kérdés**-jellegű + kockázat-orientált kommunikációs élethelyzet

Az előző konstelláció bemelegítő fázisa az, amikor a gyanú, hogy a tervek nem fognak teljesülni, már felmerült, de az eszkalációról szóló döntés még nem tematizálódott alapvetően a megrendelő fejében…

**\*\*\***

A belső kommunikáció alapvetően nem publikus, így hasonlóan a szóbeliséghez, itt sem lehet élő példákra hivatkozni nagy gyakorisággal, noha a belső kommunikációnak is vannak írásos rétegei (pl. normál email-forgalom, céges dokumentációk: vö. taggyűlési meghívókhoz javasolt napirendi pontok, emlékeztetők, titoktartási szerződések, stb.):

33. **Belső** + alapításkori + írásbeli + szakmai + deklaráció-jellegű + (siker)-orientált kommunikációs élethelyzet

A potenciális start-up által érintett személyek nem feltétlenül mind tagjai/tulajdonosai, munkavállalói/alkalmazottai a cégnek, itt és most ide tartozónak tekinthető minden nem hivatalos, de a quasi teljes kommunikációra rálátók köre (pl. családtagok, nem üzleti jelleggel rendelkezésre álló mentorok). A szakmai sikerekről szóló írásos dokumentumok tipikus fajtája a saját hatáskörben végzett fejlesztési, kutatási feladatok minél jobb minőségű, minél részletesebb dokumentálása.

Mivel az egyes érintettek szakmai tudása nem is kell, hogy azonos legyen, sőt általában jelentősen el is tér egymástól: ezen dokumentációk eleve több szinten is készülnek, ami egyben a potenciális partnerek többszintű kezelésére való felkészülésnek is tekinthető.

34. Belső + alapításkori + írásbeli + szakmai + (deklaráció)-jellegű + **kockázat**-orientált kommunikációs élethelyzet

A vállalkozáson (cég alapítás előtti formális/informális erőtereken) belül nem csak sikeres kísérletek folynak, hanem (sokkal gyakrabban általában véve) sikertelenek is: melyek dokumentálása éppen olyan fontos. A sales képviselőit a szakmai túlígérés ellen fel kell készíteni, vagyis olyat semmiképpen nem kommunikálhat semmilyen „szóvivő”, amiről már előre tudott, hogy nem igaz…

35. Belső + alapításkori + írásbeli + szakmai + **kérdés**-jellegű + (kockázat)-orientált kommunikációs élethelyzet

Az egymás felé megfogalmazott kérdések lehetnek bárkiben felmerült potenciális kockázatok létét feszegetők (pl. igaz-e, hogy adott számítási feladatnak mindenkor van az előre felvázolt értelmezési intervallum szerint megoldása, azaz jól át lett-e gondolva az értelmezi intervallum, ill. ennek hermeneutikája?)

36. Belső + alapításkori + írásbeli + (szakmai) + kérdés-jellegű + **siker**-orientált kommunikációs élethelyzet

S lehetnek potenciális sikerek bizonyítottsága előtti ráérzések, sejtések diplomatikus jelei is (pl. ha valahol már adott megoldás igaz volt, nem lehetne-e kiterjeszteni, adaptálni azt más szakmai kérdések eseteire is?)

37. Belső + alapításkori + írásbeli + **üzleti** + (kérdés)-jellegű + siker-orientált kommunikációs élethelyzet

A cégen belüli üzleti kérdések érinthetik az egymáshoz képesti erőterek óvatos újragondolásának előkészítését, mely oka lehet akár vis major (betegség miatti munkából való kiesés) éppúgy, mint pl. az ötletgazdák egymás közötti versengésének adott erőtér felé való eltolódása, hiszen a know-how is fejlődik, ahogy a belső és/vagy külső kihívások/spontán intuíciók ezt kikényszerítik/lehetővé teszik.

38. Belső + alapításkori + írásbeli + üzleti + **deklaráció**-jellegű + (siker)-orientált kommunikációs élethelyzet

Az üzleti jellegű, kérdésekkel előkészítendő/előkészített siker-orientált kommunikáció deklarációba való átcsapása jobb esetben a know-how fejlődéséről ad tanúbizonyságot, rosszabb esetben a siker csak egyes erőterek számára siker, mert éppen az kerül deklarálásra valaki által, hogy az ő hozzájárulása quasi objektíven lényegesen nagyobbá vált, mint az eddig neki átengedett ellentételezés maga (bármi legyen is itt és most az ellentételezés tartalma: üzletrész, osztalék, döntési erőtér, munkakör, stb.). Ilyen eset lehet tipikusan, ha a sales olyan ügyesen működik, hogy joggal vár el magasabb pl. jutalékot a tervezett sikerkvótához képest, mert nem csak úm., darabra hoz partnereket, hanem egy-egy partner esetén prémium-szerződéseket tud előkészíteni…

39. Belső + alapításkori + írásbeli + üzleti + (deklaráció)-jellegű + **kockázat**-orientált kommunikációs élethelyzet

Ha belső kommunikáció során üzleti kockázatokról szóló információk, üzenetek írásbeli formát öltenek, az például olyan esetekben fordulhat elő, amikor egy pályázat kapcsán az üzleti terv nem egy fajta álomvilágot, hanem racionális kereteket kíván felvázolni – ill. a csapatban van valóban független szemlélő (vö. üzletileg/elfogultság szempontjából nem érintett családtag/ismerős mentor).

40. Belső + alapításkori + (írásbeli) + üzleti + **kérdés**-jellegű + kockázat-orientált kommunikációs élethelyzet

A kockázatok belső kommunikációjának is előszobája, ha kérdés formájában próbálja valaki kijózanítani az álmodozókat, önámítókat: pl. be tudjuk-e/be tudod-e bizonyítani, hogy …? Ahol a bizonyítottság soha nem fekete-fehér, hanem egy fajta fokozatossági kérdés, vagyis a know-how fejlesztése kapcsán úgy a feltalálóknak, mint a bevezető partnereknek tisztában kell lenni a nem pénzügyi szempontú alternatíva-értékeléssel és az információs-többletérték financiális levezetésének mibenlétével: vö. <https://miau.gau.hu/mediawiki/index.php/Ide%C3%A1lis_sz%C3%B3cikk_2010#A_feladat_megv.C3.A1laszol.C3.A1sa_kapcs.C3.A1n_v.C3.A1rhat.C3.B3_hasznoss.C3.A1g>

Az innovációs tanácsadó speciális paraméter-együttállások esetén pillanatok alatt a know-how tulajdonosok között találhatja magát, közvetlenül kötődve a várt üzleti sikerhez: de még ekkor is vagy éppen főleg ekkor elsődleges feladata marad a kockázatok diplomatikus és/vagy a maguk kijózanító erejének megfelelő kommunikálása.

41. Belső + alapításkori + **szóbeli** + szakmai + deklaráció-jellegű + (siker)-orientált kommunikációs élethelyzet

Az alapítás fázisában alapvetően még szinte minden (spontán) kommunikáció szóban zajlik, akár sikerről, akár kockázatokról, akár kérdésekről, akár megállapításokról van szó: vö. brain-storming az érintett felek között. Ez a fázis leginkább informális, bármi tematizálható. Siker-orientáltan természetesen a know-how által ígért világmegváltás (ennek fokozatai és szcenáriói) áll(nak) a középpontban – deklarálva mindazt, amiről a felek a belső kommunikáció színterein már azt hiszik, hogy deklarálásra érdemes.

42. Belső + alapításkori + szóbeli + szakmai + (deklaráció)-jellegű + **kockázat**-orientált kommunikációs élethelyzet

A kockázatokkal való, az előző konstellációhoz hasonló foglalkozás a siker-orientáltsággal szemben általában kevesebb szerepet kap a belső kommunikációban lévén a know-how menedzsment inkább a reményhez, mint a józansághoz kapcsolódik még ebben a fázisban. Minél tapasztaltabb csapattagok keverednek a brainstorming folyamatokba annál nagyobb hangsúlyt kap a félig teli pohárral szemben a félig üres pohár még nem pesszimista, inkább realista megítélése.

Azok a belső kommunikációk, melyek szakmai középpontjában a mit-hogyan-nem-lehet megoldani mentalitás áll akár egyetlen egy csapattag részéről is: rel. rövid életűek – különösen azon csapattag csapattagként való akceptálását illetően, aki egyfolytában csak vészmadárkodni tud. Amennyiben egy ilyen csapattag a verbális „nyafogás” mellett masszívan képes alkotni, amikor végre parancsra és/vagy hitből egy-egy feladatot felvállal, akkor ő (bár ambivalensnek látszó pozíciót vesz fel) mégis nagyon értékes: minőségbiztosító, kockázatmenedzser és alkotó hibridje egy személyben – ami, mint minden speciális kombináció nagyon ritka.

43. Belső + alapításkori + szóbeli + szakmai + **kérdés**-jellegű + (kockázat)-orientált kommunikációs élethelyzet

A brain-storming folyamatokban a résztvevők mentalitásától függő arányban azonosíthatók be deklaratív és kérdés-orientált elemek. Itt a diplomácia, mint potenciális erőtér még nem játszik érdemi szerepet, hacsak az új tagok megjelenése kapcsán a kérdezés nem tűnik a felek számára mégis csak egy fajta átmeneti szabályozó mechanizmusnak (vö. szakmai „petting”) különösen a kockázatok kommunikálása kapcsán…

44. Belső + alapításkori + szóbeli + (szakmai) + kérdés-jellegű + **siker**-orientált kommunikációs élethelyzet

A potenciális siker ezzel szemben tényleg szinte csak neveltetési okokból kommunikálódik a kérdések rávezető erőterein keresztül szakmai kérdések esetében egy start-up csíraállapotában. Vannak kommunikációs attitűdök, akik szívesen tesztelik a többieket, vajon képesek-e egymást félszavakból is érteni. Ennek a mentalitásnak tipikus eszköze a (találós)kérdés.

45. Belső + alapításkori + szóbeli + **üzleti** + (kérdés)-jellegű + siker-orientált kommunikációs élethelyzet

A szakmai kérdések mellett az üzleti sikerek óvatos feszegetése gyakoribb szokott lenni már ebben a csírafázisban is, hiszen míg a know-how ismerői annak szakmaiságát illetően kevesebb kétséggel bírnak, kevesebb kétséggel kell, hogy bírjanak, addig a nem tőlük és nem klasszikus természeti törvényektől (objektív összefüggésektől) függő üzleti siker kapcsán a kételyek mennyisége több szokott volt lenni…

46. Belső + alapításkori + szóbeli + üzleti + **deklaráció**-jellegű + (siker)-orientált kommunikációs élethelyzet

A belső kommunikáció sajnos nem elég tipikus alakzata az üzleti sikerekről valódi deklarációként értelmezhető kommunikációk sora. Míg a szakmaiság kezelése triviális, addig a start-up érintettjei, különösen az alapítás környékén a piaci kötéltánc specialitásaival nincsenek, sőt nem is lehetnek tisztában: sikerként deklarálódik ebben a fázisban pl. minden potenciális partneri érdeklődés. Majd a 100., sőt 1000. eddig értékként megélt beszélgetés lassacskán bármilyen pozitív rétege fokozatosan kérdőjelekkel párosul. Ahogy érnek a start-up által érintett személyiségek, úgy érzik át, úgy értik meg, hogy a sikerhez vezető út (pl. a minden kommunikációs akciót érintő timing) valóban egy kötéltánc.

47. Belső + alapításkori + szóbeli + üzleti + (deklaráció)-jellegű + **kockázat**-orientált kommunikációs élethelyzet

Az üzletről, mint olyanról a vágyálmokat leszámítva elsődlegesen kockázatként illik és szokás kommunikálni. Hinni, remélni sok mindent lehet – de ezek inkább kérdőjelben végződő kommunikációk, míg deklarációként egyre több és több impulzus merül fel, mely CSAK hitegetésként, lehetőségként értelmeződhet. Ezen külső és egymás felé generált impulzusok egyes start-up érintetteket a megfelelő módon motiválnak: ezen problémákra is megoldásokat kiérlelve az intuíciós kohókban, másokat elkedvetlenítenek, vagyis ezek start-up létének észrevételen feloldódásához vezetnek.

48. Belső + alapításkori + (szóbeli) + üzleti + **kérdés**-jellegű + kockázat-orientált kommunikációs élethelyzet

A kockázatok deklaratív kezelése körül ott „döngicsélnek” a kérdések döglegyei is: személyiségfüggő, hogy valaki a maga számára, ill. mások előtt milyen mértékig mer szembesülni (akarni) azzal, hogy a siker nem jön gátszakadás módjára – s azzal is, hogyha tényleg a siker áradatként érkezne, nem az lenne-e a kockázat maga?

49. Belső + induló + írásbeli + szakmai + deklaráció-jellegű + (siker)-orientált kommunikációs élethelyzet

A már partnerrel/partnerekkel rendelkező, azaz valóban cégként értelmezhető létezési forma belső kommunikációi az érintett alapítók/munkatársak jogi értelemben is felvállalható, felvállalandó, felvállalni tervezett üzeneteit tartalmazzák, vagyis a kifelé irányuló/induló konstellációk belső előkészítő szakaszairól van innentől szó a kombinatorikai térben. A sikerről szóló, írásos szakmai deklarációk egyik fontos komponense az adagolás: mindig jó, ha van raktáron bármikor felvillantható új partner, új megoldási verzió, új minőségbiztosítási hír, stb. Itt dől el a know-how és a menedzsment/fenntartás érintettjei erkölcsi kompatibilitása: vagyis a kapzsiság mértékére itt derül fény személyenként. Lesznek ugyanis, akik már azt is deklarálni szeretnék, amit mások még nem, vagy talán sosem, mert egyesek mindenben érték-esélyt látnak, mások csak bizonyos szilárdságú deklarációk mögé akarnak ténylegesen nevükkel, arcukkal felsorakozni. Az alapítás fázisában ezek a jelenségek természetesen szintén léteznek, de addig, amíg jogi kényszer nem társul az állásfoglalásokhoz, addig sok minden lebegtethető a belső erőterekben. Itt az induló fázisban azonban akár kenyértörésre is sor kerülhet az eltérő erkölcsi beállítottságok mentén…

50. Belső + induló + írásbeli + szakmai + (deklaráció)-jellegű + **kockázat**-orientált kommunikációs élethelyzet

A siker és a kockázat egy egységes információs torta két része: ami nem sikerként kommunikálandó, azt illik kockázatként értelmezni és fordítva a deklarációk szintjén: pl. mi a robotok jelenlegi, jövőben várható szerepe a társadalomban?

51. Belső + induló + írásbeli + szakmai + **kérdés**-jellegű + (kockázat)-orientált kommunikációs élethelyzet

Az induló fázisban a deklarációkat gyakrabban előzik meg belső kérdések, vívódások, hiszen itt már nem belső elköteleződésekről van „csak” szó, hanem jogi erőt is kell merni adni, kell merni felvállalni az egyes írásbeli szakmai kijelentések mögött. A kérdések tehát azok a belső szerződés-, honlap-, GYIK-, arculati elemeket érintő, stb. -előkészítési fázis-rétegek, melyek végső soron a cég arculatát jelentik. Ebben a fázisban már minden érdemi kockázat és érdemi siker szinte egyszerre (vö. Schrödinger macskája): vagyis egyes partnerek felé kockázattá válhat az, ami mások felé sikeresnek tűnik és fordítva.

52. Belső + induló + írásbeli + (szakmai) + kérdés-jellegű + **siker**-orientált kommunikációs élethelyzet

A sikeresnek és kockázatosnak minősítés a belső kommunikációk kérdésáradatát kényszerítik ki, hiszen leginkább arról kell közös álláspontra jutni, vajon adott paraméterkombináció a közeli jövőben több kockázatot jelent-e, mint sikerpotenciált? S a hosszú távúság, vagyis a cég saját írott múltjával való távoli jövőkben való szembesülés ilyenkor még szinte fel sem merül, hiszen az elsődleges, hogy legyen egyáltalán közeljövő. A helyzet nagy hasonlóságot mutat a politikai karrierek jelenségeivel, ahol egy-egy elragadtatott, retorikai-jellegű megnyilvánulás írásos nyoma a későbbiekben jelentős bizalomvesztési potenciálok felépülését erősítheti a cég, a személy inkonzisztencia-indexét növelve…

53. Belső + induló + írásbeli + **üzleti** + (kérdés)-jellegű + siker-orientált kommunikációs élethelyzet

Az előző pontok a szakmai kérdéseket voltak hivatottak fókuszálni, melyek jelentőse sosem becsülhető alá, de az induló fázistól az üzleti kérdések erősödése várható, hiszen ez az a fázis, ami már a pénzről, s nem a megoldás mag-paramétereiről kell, hogy szóljon. Így az üzleti rétegben a kérdések az üzleti sikert érintő kérdések: pl. jelenjen-e meg a honlapon adott célcsoport számára üzenetként értelmezhető jelzés, ha ez esetleg más célcsoportokban visszakozáshoz vezethet? Például: a kazohin matematikai elvek egyben a rasszizmus matematikájaként is értelmezhető – de vajon kell-e egy robot esetén ezt hangsúlyozni? – vö. mit tegyen egy robot-autó, ha a számításai alapján aközött kell választani, hogy az utasai életét megvédheti, ha belerohan egy várakozókkal teli buszmegállóba? A kérdés csak látszólag morbid: az emberek mindegyike ösztönösen dönt erről minden baleseti helyzetben és lényegében a döntés nem tematizálódik, mert mindenki felmentést ad az embernek (magának?!) a sokk-helyzetre hivatkozva. De, egy robot esetén már nem jár a robotnak ez a kegy: vö. nem lehet ilyen esetre pl. egy véletlenszám-generátort jogilag előírni, de akkor mi legyen az algoritmikus megoldás?

54. Belső + alapításkori + írásbeli + üzleti + **deklaráció**-jellegű + (siker)-orientált kommunikációs élethelyzet

Az üzleti siker-deklarációk írásbeli rétege a belső kommunikációban felveti a taktikai érzékek belső csatáinak lehetőség (vö. szakmai erkölcsi csaták): pl. szabad-e az első partnerek felé ingyen dolgozni a referencia-teremtés érdekében? Mindenki megengedheti-e magának ezt az áldozatot? Ha beláthatóan nem, akkor miként kell azokhoz állni, akinek ez idő alatt is pénzt kell keresniük? Mennyi az az összeg, ami racionális ilyen esetekben? Mi ezeknek az összegeknek a forrása? Meddig racionális ezeket felvállalni? Hogyan hasson ki ez a financiális transzfer a későbbi üzleti érdekekre? Ezek az értékek a mások által saját munkájukért el nem kért értékekkel milyen arányban állnak? Ezek lesznek az FTE ekvivalenciák? Vannak-e munkakörök közötti értékeltérések? Vagyis végső soron kinek a munkája mennyit ér? Mennyit ér a kapcsolati tőke és/vagy a szakmai brillírozás egymáshoz képest? Ezekre és hasonló kérdésekre előbb-utóbb deklaratív válaszoknak kell születnie, ahol minden kérdés a társak között egy fajta szakító próbaként értelmezhető (vö. házassági szerződésnek már csak a felvetése is)…

55. Belső + induló + írásbeli + üzleti + (deklaráció)-jellegű + **kockázat**-orientált kommunikációs élethelyzet

Ahogy ez már több ponton is előkerült: a siker és a kockázat fuzzy jellegű egymásba fonódása ezen a szinten is mindennapos realitás.

56. Belső + induló + (írásbeli) + üzleti + **kérdés**-jellegű + kockázat-orientált kommunikációs élethelyzet

Hasonlóképpen a fenti kérdéssor az a kérdéssor, mely a siker- és a kockázat-erőterek letapogatását egyaránt szolgálja.

57. Belső + induló + **szóbeli** + szakmai + deklaráció-jellegű + (siker)-orientált kommunikációs élethelyzet

A korábbi belső-indulú-írásos konstellációkhoz képest a szóbeliség a deklarált sikerek kapcsán egy mélyebb és szélesebb merítést jelent. Vagyis az írásos formába átkerülő gondolatok itt érlelhetők ki. Így ez a megközelítés egy fajta stilisztikai, stratégiai/taktikai érlelést jelent. Például a céghez kötődő kulcsszavak (vö. SEO) innen indulva finomodhatnak szakmai szinten…

58. Belső + induló + szóbeli + szakmai + (deklaráció)-jellegű + **kockázat**-orientált kommunikációs élethelyzet

Míg a siker deklaráció felé terelődése egy fajta ártalmatlan folyamat, addig a szakmai kockázatok belső szóbeli kommunikálása szerződésekhez kötődően már felvetheti a kiszivárgás elleni védelem kérdéseit is: pl. mikor, kik által, miről és hogyan készülhet hangfelvétel, ill. mi ezek sorsa és meddig létezhetnek ilyen állományok. Ha ugyanis a szakmai kockázatokról szóló beszélgetések kijelentő mondatai rossz helyre kerülnek, annak üzleti kockázatai lehetnek. Másrészt azonban, ha a belső szakmai kritikai folyamatok nem kerülnek kellően kiérlelésre nyilvánosan, akkor az egyes szereplők jóhiszeműsége, etikai/erkölcsi tartása az, ami önmagában véve válhat kockázattá a cég számára…

59. Belső + induló + szóbeli + szakmai + **kérdés**-jellegű + (kockázat)-orientált kommunikációs élethelyzet

Mint eddig minden esetben: a szakmai kérdések a diplomácia eszközei akár belső, akár külső kommunikációról van szó. A kérdések alkalmasak arra, hogy akkor is a pozitív minőségbiztosítás látszatát keltsék, ha maga a kérdező esetleg alapvetően pesszimista alkat és a mit-miért-hogyan-NEM-lehet megcsinálni bűvkörében él, de hajlandó ezen spontán életérzéseit tanult diplomácia mögé rejteni még cégen belül is. Ez a hangulati álcaháló nagyban stabilizálja a cég küldetésnyilatkozatába vetett belső hitet.

60. Belső + induló + szóbeli + (szakmai) + kérdés-jellegű + **siker**-orientált kommunikációs élethelyzet

Az alapvetően kreatív, húzó egyéniségek potenciális terhet jelentenek ösztönösen is a csapattagokra, vagyis az, aki mindig deklaratívan osztja meg a „tutit”, a többiekre hathat elnyomó erőtérként is, így a siker(esek) kommunikációjára is ráfér a diplomatikus álcahálók egy-egy vékony rétege, amit a kérdés, mint forma masszívan képes támogatni szakmai ügyekben…

61. Belső + induló + szóbeli + **üzleti** + (kérdés)-jellegű + siker-orientált kommunikációs élethelyzet

Az előző 4 konstelláció látszólagos direkt logikai párja a szakmaiságot üzletiességgel helyettesítő variációsor, mégis érdemes kiemelni, hogy az üzleti aspektusok kapcsán a „tuti-mondás” életérzésével szembeni averzió ösztönösen senkiben sem olyan erős, mint a szakmaiság potenciális gátló hatásai esetében. A cég minden szereplője vágyik ugyanis a potenciális sikerre és legalább tudat alatt mindenki érzi, hogy a siker esetleges, tehát a kérdés és a deklaráció között szinte csak stilisztikai különbség van. Az értelmező mindenkor kérdőjelet illik, hogy tegyen az összes üzleti sikerről szóló beszélgetés minden mondata végére…

62. Belső + induló + szóbeli + üzleti + **deklaráció**-jellegű + (siker)-orientált kommunikációs élethelyzet

A deklaratív jelleggel az előző pontból kiindulva inkább a közös megállapodások formája: vagyis a deklarációkig való eljutás (vö. egyhangúság, egyéni, de kisebbségi különvélemények sorsa) itt az igazi üzenet. S még inkább az, hogyan ellenőrződik egy kreatív cégen belül az egyes személyek egyes jelenségkörök kapcsán naponta tetten érhető intuíciójának minősége: tudatosodik-e, s ha igen, kiben az intuíciók sikeraránya?

63. Belső + induló + szóbeli + üzleti + (deklaráció)-jellegű + **kockázat**-orientált kommunikációs élethelyzet

A belső kommunikációban az üzleti kockázatok kijelentő módú közléssé érlelése szóban egy fajta „soft” minőségbiztosítási folyamat.

64. Belső + induló + (szóbeli) + üzleti + **kérdés**-jellegű + kockázat-orientált kommunikációs élethelyzet

A minőségbiztosítás akkor komplex, ha a deklarációkat kérdések, a kérdésekre adható válaszopciók előzik meg, vagyis ha a minőségbiztosítás magának a strukturált kommunikációnak, gondolkodásnak az alapjait teremti meg. Itt érdemes végül kiemelni pl. az opp.io jelenséget, mely a strukturált jegyzetelést teszi a projektmenedzsment egyik sarokkövévé…

\*\*\*

# Demagóg 🡨🡪 „duma+gőg”

Az anti-kommunikációs helyzetet leíró info-kommunikációs holokauszt fogalma mellett szólni kell itt és most a matematika/logikai szintű demagógia jelenségéről is: A tapasztalatok hiánya (s itt sajnos ki kell emelni, az életkor szerepét) az intuíciós folyamatokban meghatározó. A jelenlegi felsőoktatási rendszer általában véve kevés gyakorlati/alkotási/önellenőrzési tapasztalati tőkét, hozzáférési lehetőséget közvetít. Így azon rel. kevesek kivételével, akik saját „nehéz” sorsuk kapcsán más forrásból, de hozzájuthatnak megfelelő élettapasztalathoz, a többiek olyan demagógiák foglyai lehetnek, melyet rosszabb esetben „csak” (meg)tanultak és kritikátlanul átvettek, „jobb” esetben legalább a saját maguk heurisztikájuknak mondhatnak, mely heurisztikák sajnos a kevés tény alapján szuboptimális komplexitási szinten megrekednek. Míg az info-kommunikációs holokauszt rendszer-szintű kockázat, s mint ilyet rendszer szinten illik kezelni (pl. kommunikációs protokollokkal), addig az elhamarkodott következtetések (intuitív tévedések) kockázata mindenkor egyéni, s befolyásolni is csak az általános világszemléleti, munka-kulturális, erkölcsi, felelősségi szinteken lehet: vö. duális képzés, az innovációs tanácsadás napi gyakorlattá tétele minden képzésben, az objektív felelősséggel való permanens, de nem személyiségromboló szembesülés, ill. állandó minőségbiztosítási kihívásokkal való konfrontálódás a saját munka és/vagy mások értékelése kapcsán…

A kommunikációs kényszerpályák (vö. duma) bizonyítatlan hitelességű (demagóg) intuíciókra alapozva (vö. gőg) generációs feszültségeket alapozhatnak meg a szakmai és az üzleti tárgyalások során egyaránt. A felsőoktatás csak látszatminőség-biztosítással támogatott diplomával ellátott manökenjei és menő-kanjai számára a valósággal való szembesülés egy „megkésett” kijózanodási, személyiség-fejlődési folyamat. A piaci szereplők nem véletlenül mondják ebből az aspektusból nézve, hogy a diploma csak egy fajta intelligencia-potenciált kell, hogy garantáljon, a további érlelést majd a cégek elvégzik. Addig, amíg a tanulás „lárpúrlár” (vö. valódi kockázatoktól, következményektől mentesített), ill. a csak legyünk túl rajta elvek mentén is diplomához vezető út, addig az output értéke messze a ténylegesen az iskolarendszerű képzés keretében elérhető szintek alatt marad…

Amint letér a képzés a kényelmes, a konfliktus kerülő oktatás útjáról, ahol az oktatás olyan szolgáltatás, melyet úgy kell kialakítani, ahogy azt tömegek meg akarják fizetni, s az oktatás egy fajta, a Hallgatóság által önként felvállalt edzőtáborrá alakul át, akkor – mint a sportban is – a sikerek úm. már maguktól jönnek. Legkésőbb a kiképzés végén a kiképzőknek a kiképzettekkel együtt kell tudniuk dolgozni reális sikerek reményében, s nem szabadulni kell akarni a felsőoktatási rendszer fenntartása érdekében befogadott nyersanyagok félkész-termékké alakított tömegeitől…

A LLL nem azt jelenti a társadalmi hatékonyság szempontjából, hogy a felsőoktatásnak nincs felelőssége, vagyis az Élet majd fokozatosan mindent megold. A felsőoktatás ideális esetben az egyre komplexebb valós feladatokra ténylegesen (azonnal) bevethető személyiségek kialakítását jelenti, ahol a társadalmilag releváns sikerek sorozata a személyiségfejlődés lényege… (vö. Ender’s Game)…

# A robotizálásról

A kommunikáció automatizálása kapcsán a nyelvészet, a számítástechnika, az agykutatás, a viselkedéstudományok és sok-sok más szakterület egyedül és közösen már jelentős eredményeket ért el (vö. pl. IBM WATSON, Siri, stb.).

Amennyiben a világ egyre inkább a big data, vagyis a jelenségek/történések automatikus naplózása irányába mozdul el és ezek az adatvagyonok egyre szabadabban lesznek (alapvetően anonim módon) hozzáférhetők, akkor a mai modellezési technikákkal már elvárható, hogy tartalom-függő, de még inkább tartalom-függetlenített elemzésekkel olyan modellek álljanak fel, melyek az egyes kommunikációs megoldások kockázatait képesek szimulátorokon keresztül levezetni és tanácsokat adni az érintetteknek, milyen környezetben, mi lenne adott cél érdekében a leginkább racionális. S mely egyéb megoldások milyen távol esnek ettől az idealizált (nem feltétlenül egyelemű) megoldástértől – ill. mely alternatívák tekinthetők bármilyen kockázati szinten másként egyformán kockázatosnak?

Ez különösen a startup-vállalkozások alapításának kezdeti fázisában igaz, ahol még a titok fogalma kevésbé nyomasztó és mások tapasztalati tőkéjéhez való hozzáférés fejében a saját anonim, tartalom-függetlenített kommunikációs szokások nagy adatbázisokba való beadása nem jelent különösebb kockázatokat.

A már üzletszerűen működő vállalkozások esetén a jelenlegi kommunikációs kultúrában az anonim nyíltság felvállalása azon a vízválasztón való táncolást jelenti, ahol mások etikátlan rejtőzködését akarhatják az ezt erkölcsi szinten elutasító tömegek megtörni azzal, hogy információs szövetkezetekbe tömörülnek és egymástól anonim módon tanulnak annak érdekében, hogy a hatékonyságuk ne a korrupt, hanem a racionális aspektusokban növekedve kompenzálni tudják a „sötét” erőtereket.

Ezt ma lehet még idealista megközelítésnek tekinteni, de amennyiben az anonim korpuszok elemzése jelentősen képes hozzájárulni a szuboptimális megoldások arányának csökkenéséhez, akkor a piactisztulás két hatásmechanizmus kapcsán sem kizárt:

* egyrészt az őszinték egyre ügyesebbé válnak
* másrészt az őszintétlenek egyre gyakrabban buknak le, hiszen a másik fél kommunikációjának kockázatosságát is segítenek a szimulátorok felismerni és a valódi, fenntartható win-win alakzatok esélyét maximalizálni, ami az őszintétlenek üzleti életből való kiszorulását, ezek egymás közötti zárványképzését is jelentheti…

S azt sem szabad elhallgatni itt és most, hogy az ún. őszintétlenek kamu/részleges üzletmenetek közösségi felkínálásával hozzáférhetnek a közös tudáshoz. De azt is ki kell mondani, hogy az alapvetően őszinték sem mondtak le arról, hogy itt-ott trükköket is felvállaljanak (vö. hálapénz-megszüntetési törekvések, ahol a valódi hála jelensége nem hal majd el akkor, ha a rendszer nem fogja majd rendszerszinten kikényszeríteni az őszintétlenség egyeduralmát)…

# Zárszó

A kombinatorikai tér minden egyes elemének áttekintése után megállapítható, hogy a start-up jellegű vállalkozások (az itt és most vizsgált magas know-how-intenzitású virtuális robotok területén) lényegében egyfolytában kötéltáncot folytatnak a lehetőségek és a konkrét döntések valódi piaci értékének kialakítását, stabilizálását illetően, ugyanis a befogadók differenciált, de ritkán elég érett (szakmai) szintje a legmegfontoltabb kommunikációs akciókat is ellenkező előjelűvé lehet képes konvertálni kiszámíthatatlanul és gyors egymás utáni átcsapások formájában. Sőt a vis-major jellegű eredménytelenség eszkalációja sem feltétlenül kontrollálható. Természetesen kevéssé jól sikerült kommunikációs akciók is vonzhatnak komoly partnereket, ha ezek befogadási alaphangulata ab ovo pozitív…

Mint minden naplózható jelenség kapcsán, úgy a kommunikációs paraméterekről szóló döntések kapcsán is megfogalmazható a jövőben ennek részleges, egyre fejlődő automatizálhatósága. S persze a kommunikáció mindörökre a közlésvágy által hajtott egyedek művészi területe marad akkor is, ha tárgyalórobotok, kockázatelemző robotok segítik majd a szuboptimális megoldások minimalizálását…

1. vö. <http://studia.mundi.gtk.szie.hu/sites/default/files/upload/studia/2016-vol3-no1/studia_mundi_vol_3_no_1_pitlik.pdf> [↑](#footnote-ref-1)