

УДК 81'22
ББК 81.002

ОСОБЕННОСТИ ФОРМАЛЬНОЙ И НЕФОРМАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В БИЗНЕС-ДИСКУРСЕ

*А. В. Жиганова*¹

ORCID: 0000-0003-0178-425

*Нижегородский государственный лингвистический
университет им. Н. А. Добролюбова
603155, Россия, г. Нижний Новгород, ул. Минина 31А
avzhiganova@lunn.ru*

*А. В. Челомин*²

*Нижегородский государственный лингвистический
университет им. Н. А. Добролюбова, г. Нижний Новгород
sashachelmin@rambler.ru*

В настоящее время законодательство многих развитых и развивающихся стран, в том числе в России, рассматривает формальные деловые взаимоотношения в процессе трудовой деятельности как единственный вид взаимоотношений, на основе которого создаются нормы и правила. Данные нормы и правила представляют собой комплекс мер для решения коммуникативных проблем в сфере бизнеса. Однако, кроме формальных деловых взаимоотношений, также существуют неформальные деловые и дружеские отношения. В настоящее время неформальные деловые и дружеские взаимоотношения в рамках трудовой деятельности не охватываются в полной мере законодательным регулированием на международном рынке. Однако именно они сегодня являются основой для регулирования корпоративной культуры в компаниях и влияют на такие параметры, как удовлетворенность и качество работы персонала. Вопрос существования и регулирования

¹ Жиганова Анна Владимировна, канд. филол. наук, заведующий кафедрой иностранных языков Высшей школы международных отношений и мировой политики, Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н. А. Добролюбова, г. Нижний Новгород, Россия.

² Челомин Александр Владимирович, канд. экон. наук., магистрант, Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н. А. Добролюбова, г. Нижний Новгород, Россия.

формальных и неформальных деловых взаимоотношений, а также дружеских взаимоотношений не освещен в полной мере и в научной среде. Для повышения эффективности коммуникации в деловой сфере требуется изучить теоретический и практический материал, касающийся рассмотрения всех составляющих деловой коммуникации. В соответствии с вышеизложенным, было проведено научное исследование в виде анкетного опроса для разграничения формальной и неформальной коммуникации в рамках корпоративных отношений и определения влияния каждого из этих видов коммуникации на качество деловых взаимоотношений в условно рассматриваемой компании.

Ключевые слова: формальная и неформальная коммуникация, эффективность коммуникации, деловая сфера, опрос, бизнес-дискурс

Введение

Коммуникация и коммуникативные технологии приобретают огромное значение в современном мире: «Научно-технический прогресс и усилия разумной и миролюбивой части человечества открывают все новые возможности, виды и формы общения, главным условием эффективности которых является взаимопонимание, диалог культур, терпимость и уважение к культуре партнеров по коммуникации» [4, 17].

Однако существует ряд сложностей, связанных с общением между сотрудниками компаний и организаций, и «сегодня опытный руководитель тратит большую часть рабочего дня не на решение финансовых, технических или организационных проблем, а на решение психологических задач, возникающих в процессе общения с подчиненными, коллегами и начальством» [1, 3]. И причина этого определяется не только формальными, но и неформальными деловыми взаимоотношениями в коллективе.

К характеристикам эффективной речи делового человека относят «правильность, содержательность, логичность, выразительность, богатство (разнообразие используемых языковых средств), ясность, уместность» [3, 43].

Однако существует и неофициальный «негласный кодекс делового общения, который включает в себя ряд принципов: принцип кооперации, принцип достаточности информации (говори не больше и не меньше, чем требуется в данный момент), принцип качества информации (не лги), принцип целесообразности (не отклоняйся от темы, сумей найти решение), принцип ясности (выражай мысль ясно и убедительно для собеседника), принцип слушания (умей слушать и понять нужную мысль), психологический принцип (умей

учесть индивидуальные особенности собеседника ради интересов дела)» и другие постулаты [5, 11].

В настоящее время не существует статистики, раскрывающей соотношение формальных, неформальных и дружеских взаимоотношений в коллективе. Более того, в коммерческих компаниях все взаимоотношения рассматриваются как официальные. То же самое закрепляется и на законодательном уровне. Однако по результатам проведенных исследований и анализа общедоступной информации, собранной из ряда источников, представляется возможным утверждать, что неформальные деловые взаимоотношения в сфере бизнеса занимают значительную долю коммуникации между членами коллектива в целом. Подтверждением этому может быть как минимум тот факт, что внутри подразделений, а иногда и в рамках компании, сотрудники знают друг о друге факты, не связанные напрямую с работой, например, события из личной или семейной жизни, индивидуальные интересы или планы на будущее.

Очевидным плюсом неформальных деловых взаимоотношений является возможность получить помощь от коллег в любой момент при необходимости решения сложных проблем, преимущества в части продвижения по карьерной лестнице и т. д.

К сожалению, неформальные деловые взаимоотношения в коллективе несут не только пользу, но и зачастую вред.

Если неформальные деловые отношения проявляют негативный характер, то это может приводить к возникновению коммуникативных сбоев и конфликтов, к снижению производительности в работе, к распространению домыслов и заведомо ложной информации, как о новоприбывших, так и о давно работающих сотрудниках и т. д.

В настоящее время в публичных источниках отсутствует информация о соотношении формальных и неформальных деловых отношений в отдельно взятом коллективе или группе людей. В данной работе предпринята попытка определить наличие неформальных или формальных деловых взаимоотношений в коллективе и между деловыми партнерами.

Научное исследование

Для предотвращения негативных последствий, связанных с неформальными деловыми взаимоотношениями в коллективе, требуется исследовать принципы их формирования и влияние на коммуникацию.

В соответствии с вышеизложенным, был проведен опрос 115 респондентов из г. Москвы при поддержке ООО «Яндекс», имеющих опыт общения и взаимодействия с иностранцами в рамках

трудовой деятельности. Подавляющее большинство респондентов относятся к русской национальности, однако среди респондентов также присутствуют 5 иностранцев.

Участники опроса распределены по возрастному критерию следующим образом: 11 человек соответствуют возрасту до 25 лет, 43 человека – 26-35 лет, 35 человек – 36-45 лет, 23 человека – 46-55 лет, 1 человек – 56-65 лет и 2 человека – старше 66 лет.

Как видно из рисунка 1, представленные респонденты относятся к разнообразным сферам деятельности. Наибольшее количество респондентов относятся к сфере торговли (19,13%), 15,65% опрошенных относятся к сфере информационных технологий. Остальные опрошенные работают более, чем в 22 разных сферах деятельности.

Необходимо подчеркнуть, что разнообразие сфер деятельности положительно влияет на результат исследования, повышая репрезентативность выборки.

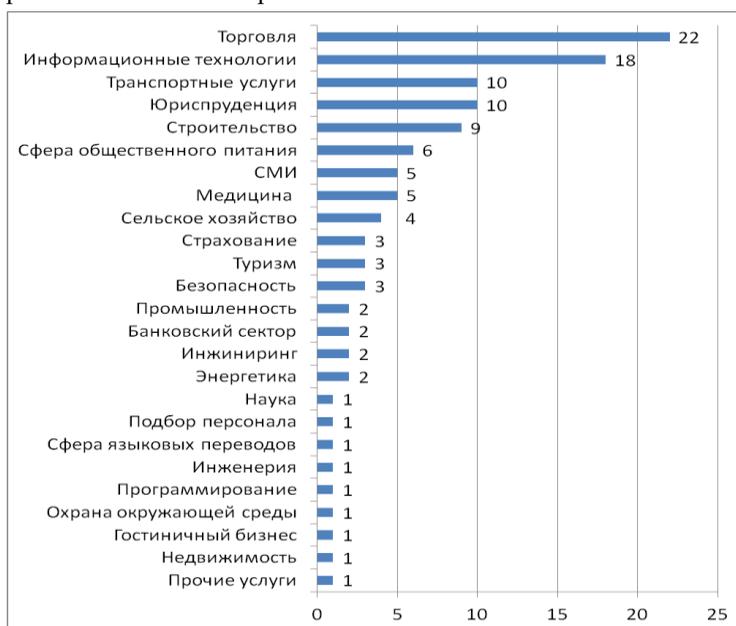


Рис. 1. Сфера профессиональной деятельности респондентов

Как видно из рисунка 2, почти 66 участников опроса сходятся во мнении, что существует зависимость между частотой общения между сотрудниками и возникновением между ними формальных или неформальных деловых отношений.

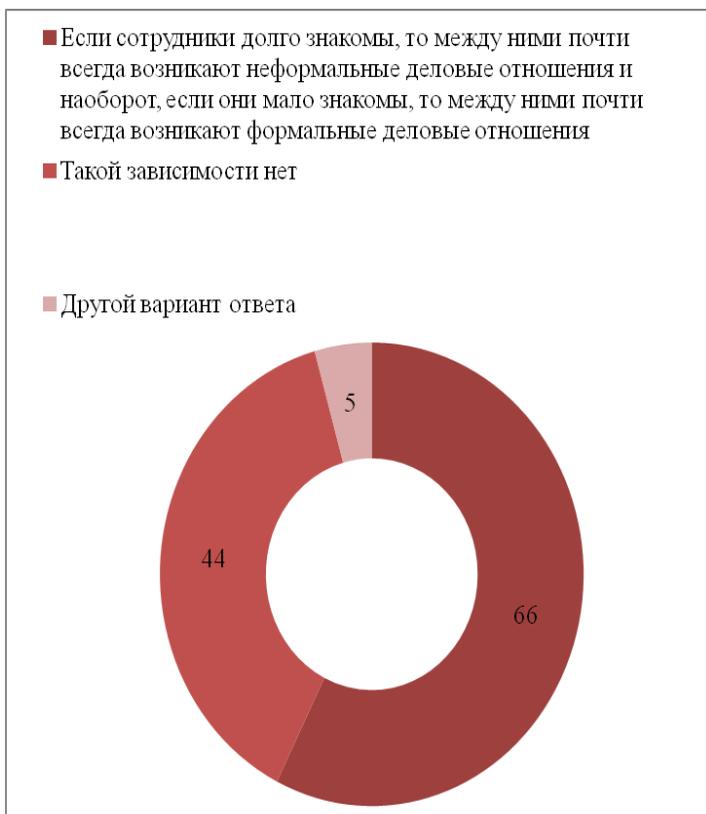


Рис. 2. Мнение респондентов о наличии взаимосвязи между длительностью общения сотрудников и возникновением между ними неформальных деловых взаимоотношений

Почти 44 участника опроса уверены, что подобной зависимости нет. Два респондента выразили мнение, что подобная зависимость существует не всегда и «всё зависит от субъектов и их открытости по отношению друг к другу».

Несколько участников опроса пояснили, что на работе они редко сталкивались с неформальными отношениями, «в основном отношения между сотрудниками происходят в деловых рамках».

Кроме того, один респондент уверен, что построение формальных, неформальных или дружеских отношений не связано с различиями в национальностях, а зависит от того «есть ли общее у людей».

Интересным является анализ мнения респондентов (их насчитывается 66 человек), ответивших положительно на предыдущий вопрос относительно приблизительной частоты общения с коллегами для возникновения неформальных деловых отношений (см. Рис. 3).

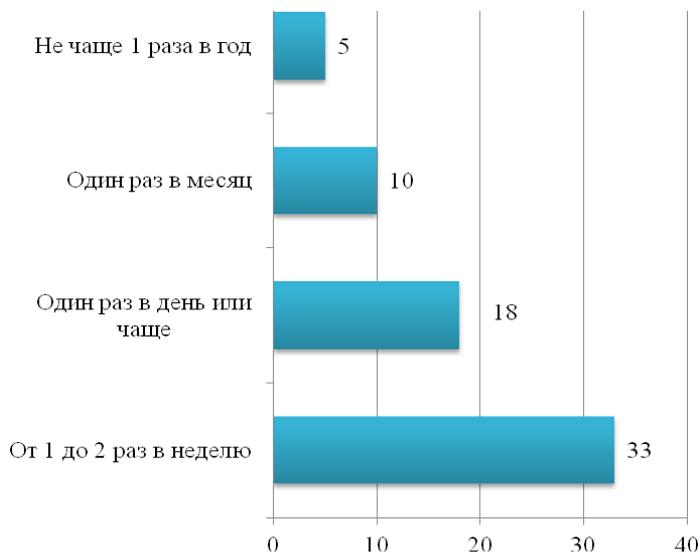


Рис. 3. Частота общения с коллегами для возникновения неформальных деловых взаимоотношений

Таким образом, наибольшее количество респондентов (33 человека) из 66 рассматриваемых участников опроса ответили, что сотрудникам или деловым партнерам достаточно взаимодействовать друг с другом от 1 до 2 раз в неделю для установления между ними неформальных деловых взаимоотношений.

Однако 18 респондентов заявили, что для установления неформальных деловых взаимоотношений требуется общаться один раз в день или чаще.

10 респондентов склоняются к тому, что для установления неформальных деловых взаимоотношений требуется регулярно контактировать минимум 1 раз в месяц.

Наименьшее количество опрошенных (5 человек) заявили, что для установления неформальных деловых взаимоотношений достаточно общаться не чаще 1 раза в год.

На основании представленных данных можно сделать вывод, что наибольшая вероятность установления неформальных деловых отношений между коллегами или деловыми партнерами возникает при поддержании делового контакта в пределах 1-2 раз в неделю.

На основе следующих двух вопросов определено, что в рамках подразделения или отдела коллеги по работе общаются чаще всего неформально и, напротив, по мере повышения уровня общения оно приобретает формальный стиль (см. Рис. 4 и Рис. 5). Таким образом, наименьшее количество респондентов (33 человека из 115) считают, что внутри подразделения всегда формируются формальные отношения.

При этом наибольшее количество респондентов (39 человек) считают, что формальные отношения устанавливаются при взаимодействии между представителями разных компаний.

Для большей ясности интерпретации результатов опроса необходимо обратить внимание на отличия между формальными и неформальными отношениями: «неформальные отношения в коллективе – отношения, формирующиеся на основе личных привязанностей (личностные отношения – отношения всегда неформальные)», а в формальных отношениях люди «выключают личное и руководствуются только правилами и условностями» [2, 2].

77 респондентов считают, что формальные деловые отношения формируются в коллективе между подразделениями и между компаниями-партнерами. 38 человек склоняются к тому, что формальные взаимоотношения образуются между представителями подразделений.

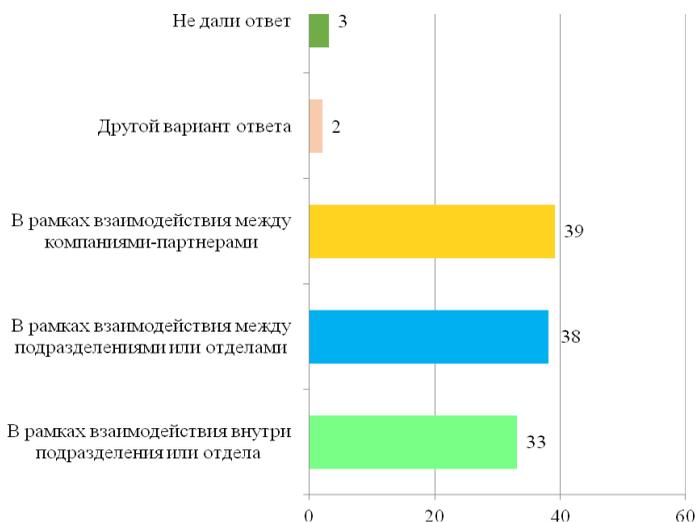


Рис. 4. Уровень взаимодействия между деловыми партнерами для формирования у них формальных деловых взаимоотношений

Личные взаимоотношения между людьми могут присутствовать на любом уровне внутри и за пределами компании. Представляется целесообразным определить, от каких факторов зависит построение формальных или неформальных деловых взаимоотношений.

В рамках предыдущих вопросов было выявлено, что одним из соответствующих факторов является регулярность и частота общения. Кроме того, можно выделить персональные черты характера сотрудника (личную симпатию, предпочтения, сферу интересов) или сложившиеся условия взаимодействия в коллективе, влияющие на установление неформальных деловых взаимоотношений.

Опыт показывает, что формальные отношения содержат некоторую долю неопределенности и недоверия к партнеру по коммуникации. При регулярном контакте участники общения становятся более предсказуемыми и у них появляется больше доверия друг к другу.

Исходя из этого, можно сделать вывод, что формальные взаимоотношения в коллективе формируются прежде всего на основе регулярности общения, что подтверждается результатами настоящего опроса.

Однако возможно наличие ряда исключений, которые необходимо выявлять и разбирать более детально. Например, два

респондента уверены, что построение формальных отношений не зависит от уровня общения.

Как видно из рисунка 5, большинство респондентов – 68 человек (чуть более 59%) ответили, что неформальные деловые взаимоотношения возникают при взаимодействии участников общения внутри подразделения.

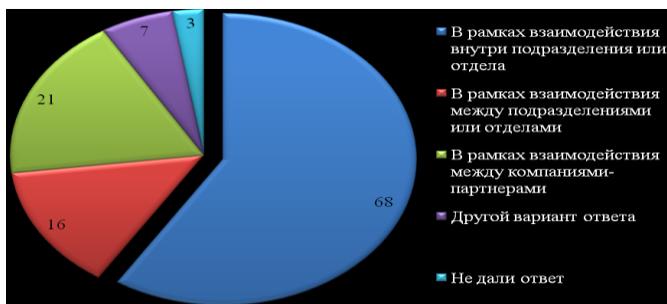


Рис. 5. Уровень взаимодействия между деловыми партнерами для формирования у них неформальных деловых взаимоотношений

Интересно то обстоятельство, что респонденты выразили мнение, что формальное общение возникает в большей степени между представителями разных компаний (так высказались большинство – 39 человек), а неформальные отношения возникают у коллег, работающих в разных компаниях (выявлен 21 респондент) чаще, чем у тех, кто работает в разных подразделениях (выявлено 16 респондентов).

В данной ситуации нет противоречия, так как соответствующее мнение респондентов могло сложиться под воздействием необходимости многих сотрудников чаще взаимодействовать с представителями сторонних организаций (генподрядчики, субподрядчики, поставщики, заказчики, инвесторы и т. д.), чем с представителями других подразделений в рамках своего места работы. Причинами этого могут быть наличие у данных сотрудников функциональных обязанностей, связанных с регулярным взаимодействием с представителями компаний-партнеров, или принятая в компании специфика работы, направленная на развитие внешних связей и т. д.

Среди прочего, два респондента уверены, что неформальные деловые отношения не всегда могут возникнуть, и пять человек

считают, что построение неформальных деловых взаимоотношений не зависит от уровня взаимодействия в коллективе.

Из 111 человек, ответивших на следующий вопрос, 18 респондентов (около 16%) уверены, что ни одно из корпоративных мероприятий не оказывает никакого эффекта на коммуникацию (см. Рис. 6).

93 человека (почти 83,78% респондентов) считают, что проведение ряда корпоративных мероприятий может улучшить неформальные деловые взаимоотношения. Из них 27 человек (24,32%) отдадут предпочтение культурным и культурно-массовым мероприятиям, 21 человек (18,92%) отметил выезды на природу, 19 человек (17,12%) выделяют застолье как наиболее подходящие мероприятия.

Оставшиеся 26 человек (23,42%) определили спортивные, интеллектуальные и другие мероприятия с наличием соревновательного аспекта как основные для улучшения коммуникации между сотрудниками.



Рис. 6. Наиболее эффективные корпоративные мероприятия, проведение которых способствует улучшению неформальной коммуникации между сотрудниками

В соответствии с результатами ответов на данный вопрос, можно сделать вывод, что мнения респондентов разделились. Часть участников опроса предпочитает активные мероприятия с наличием состязательного компонента (40 человек). Однако наибольшее количество респондентов предпочитают более спокойное и пассивное времяпрепровождение в компании коллег (53 человека).

Это свидетельствует о том, что требуется тщательно продумывать мероприятия и планировать их проведение для обеспечения наиболее подходящего и эффективного перечня мер, способствующих повышению качества коммуникации.

Кроме того, опыт показывает, что если корпоративные мероприятия проводятся в нерабочее время, то многие сотрудники отказываются от участия в них. Таким образом, при наличии заинтересованности руководителей компании в части улучшения коммуникации в коллективе, проведение подобных мероприятий, на наш взгляд, должно включаться в общий план работы компании и, как следствие, проводиться в преобладающем количестве случаев в рабочее время с участием по возможности всего коллектива.

Как видно из рисунка 7, подавляющее большинство респондентов (84 человека) уверены, что нормы и правила компании положительно влияют на формальные деловые взаимоотношения между сотрудниками.

По мнению двух респондентов, нормы и правила не всегда оказывают положительный эффект на построение формальных деловых взаимоотношений.

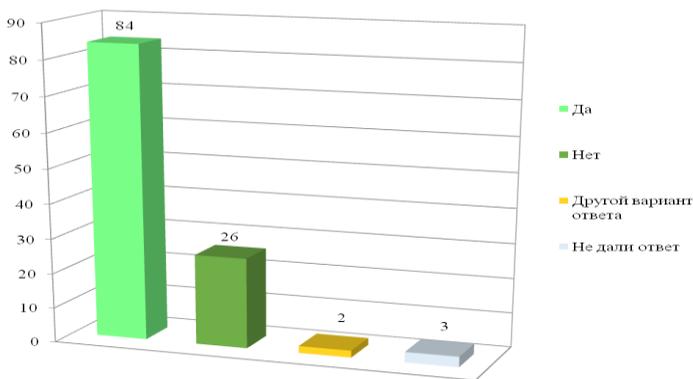


Рис. 7. Мнение респондентов о том, оказывают ли нормы и правила компании (правила дресс-кода, субординации, подготовки и проведения деловых мероприятий, соблюдения временных рамок (в том числе минимизация опозданий), нормы деловой этики и т. д.) положительный эффект на построение формальных деловых взаимоотношений

Заключение

Таким образом, на основании проведенного опроса можно сделать вывод, что в рамках подразделений компаний чаще всего формируются неформальные деловые взаимоотношения, что может быть связано с тем, что одним из определяющих факторов, который влияет на построение неформальных деловых взаимоотношений, является частота общения.

С другой стороны, опрос показал, что на уровне подразделений в рамках одной компании и между компаниями в целом, происходит построение формальных деловых взаимоотношений. В данной ситуации ключевым фактором, оказывающим влияние на укрепление деловых взаимоотношений, является установление норм и правил в рамках организации и даже по возможности между компаниями-партнерами.

Кроме того, системный подход к регулярному проведению корпоративных мероприятий среди рабочего коллектива подразумевает комплексную работу, включающую учет интересов компании, её сотрудников и деловых партнеров. Разработка соответствующей системы является важной профилактической мерой, направленной на предотвращение возникновения коммуникативных барьеров.

Литература

1. Дорошенко В. Ю., Зотова Л. И., Лавриненко В. Н. и другие. Психология и этика делового общения: Учебник для вузов / Под ред. проф. В. Н. Лавриненко. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Культура и спорт, ЮНИТИ, 1997. 279 с.
2. Манахова В. В. Неформальные отношения в современных образовательных организациях: актуальные проблемы и методы их регулирования: Автореф. вып. квалификац. работы. Моск. гос. психолого-пед. ун-т. Москва, 2017. 16 с.
3. Самохвалова А. Г. Деловое общение: путь к успеху: учебное пособие. Кострома: КГУ им. Н. А. Некрасова, 2007. 330 с.
4. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. 3-е изд. Москва: Изд-во МГУ, 2008. 352 с.
5. Фионова К. В. Эффективные коммуникации: Учебное пособие для бакалавров направления «Управление персоналом». Москва: МГУПС (МИИТ), 2014. 46 с.

REFERENCES

1. Doroshenko V. Yu., Zotova L. I., Lavrinenko V. N. and others. Psychology and ethics of business communication: Textbook for vu-P86 / Edited by prof. V. N. Lavrinenko. 2nd ed., reprint. and additional. Moscow: Culture and sport, UNITY, 1997. 279 p. (In Russ.)
2. Manakhova V. V. Informal relations in modern educational organizations: actual problems and methods of their regulation. Moscow State Psychological and Pedagogical University. Moscow, 2017. 16 p. (In Russ.)
3. Samokhvalova A. G. Business communication: the way to success: textbook. Kostroma: N. A. Nekrasov KSU, 2007. 330 p. (In Russ.)
4. Ter-Minasova S. G. Language and intercultural communication. 3rd ed. Moscow: Publishing House of Moscow State University, 2008. 352 p. (In Russ.)
5. Fionova K. V. Effective communications: A textbook for bachelors in the direction of "Personnel management". Moscow: Russian University of Transport (MIIT), 2014. 46 p. (In Russ.)

BUSINESS DISCOURSE: FEATURES OF FORMAL AND INFORMAL COMMUNICATION

Anna Vladimirovna Zhiganova

Ph.D. in Philology, Head of the Department of Foreign Languages of the Higher School for International Relations and World Politics, Nizhny Novgorod Dobrolyubov State Linguistic University, Nizhny Novgorod

Alexander Vladimirovich Chelomin

Ph.D. in Economics, Master's student, Nizhny Novgorod Dobrolyubov State Linguistic University, Nizhny Novgorod

Abstract

Currently, the legislation of many developed and developing countries, including Russia, considers formal business relations in the workplace as the only type of relationship based on which norms and rules are created. These rules and regulations are viewed as a solution to communication problems in the business realm. However, in addition to formal business relations, there are also informal business relations and friendship. Thus, informal relations, as well as friendship at work are not fully covered by legislative regulation in the international market nowadays. Nevertheless, they are important for regulating corporate culture in companies today and determining the satisfaction and even the quality of staff work. The problem of the existence and regulation of formal and informal business relations, as well as friendship, is not studied enough

А. В. Жиганова, А. В. Челомин

from the scientific perspective, either. But it is necessary to examine theoretical and practical material concerning the emergence and regulation of all components of business communication in order to increase the effectiveness of communication in business. So, the study was conducted in the form of a survey which analyses formal and informal communication at work and determines the impact of these types of communication on the quality of business relations in the company under consideration.

Keywords: formal and informal communication, communication efficiency, business realm, survey, business discourse

Для цитирования: Жиганова А. В., Челомин А. В. Особенности формальной и неформальной коммуникации в бизнес-дискурсе // *Libri Magistri*. 2023. № 1 (23). С. 63–76.

Поступила в редакцию 31.01.2023