

DR. SZVETELSZKY ZSUZSANNA

Szociálpszichológus, pletykakutató, egyetemi oktató, kommunikációs szakértő.

● Informális kommunikáció az új "normálisban"

Az informális kommunikáció jelentősége a vállalatok életében egyre nagyobb. Az elmúlt tíz-tizenöt évben a technológia, a közösségi média, az új platformok fejlődése, 2020 tavasza óta pedig a home office előretörése mutatott rá arra, hogy a téma egyre inkább megkerülhetetlen. A munkatársak – főleg a fiatalabb generáció – magabiztosan használják az eszközt, csatornákat, sokszor gyakrabban érve el a kollégákat, mint az adott cég kommunikációs vezetője. Az informális kommunikáció, a vállalati pletyka klasszikus helyszínei mellé – teakonyha, dohányzó, folyosó – felsorakoztak az online tér változatosabbnál változatosabb platformjai is.

A jelenség már a 2010-es évek közepe óta fejtörést okoz a vállalati vezetőknek, hiszen az employer branding, a munkaerőhiány különböző aspektusai is idetartoznak. Az informális kommunikáció immár nem ér véget a recepción, régi és új dolgozók véleménye szabadon áramlik a különböző nyilvános és zárt csoportokban, fórumokon. Ez pedig hatással van az eredményekre, a kultúrára, az együttműködésre, a lojalításra és az elkötelezettségre, a nap végén pedig a profitra is.

2020 tavasza óta a távolléti munka számos olyan új kulturális elemet hozott a céges működésbe, amit a vezetők nem tudnak ugyanúgy uralni, mint korábban. Sok kolléga nem akarja elhagyni a home office-t a visszanyitás időszakában sem, holott tudjuk, hogy a személyesség, a spontán beszélgetések kulcstényezők a hatékonyságban, a kreativitásban és számos más területen is. A távolléti munka a céges hálózatokra, kapcsolatrendszerekre is hatott, ezen keresztül pedig a közösségi érzelmekre, a csapatok hangulatára. Mindezt megéri figyelembe venni, amikor a vállalat kommunikációja, a résztvevők szerepe nem utolsósorban pedig a megváltozott helyzetben rejlő kockázatok, vagy éppen lehetőségek a téma.