

**УДК 159.9****Взаимосвязь организационной культуры и информационной среды в современных российских организациях****Малиборская Ирина Леонидовна**

Аспирант кафедры социальной педагогики и психологии,  
Московский педагогический государственный университет,  
119991, Российская Федерация, Москва, ул. Малая Пироговская, 1/1;  
e-mail: ira\_maliborskaya@mail.ru

Работа выполнена в рамках Гранта РГНФ № 16-06-00908 «Социально-педагогическая компетентность специалиста социальной сферы».

**Аннотация**

В данной статье проводится анализ двух феноменов – организационной культуры и информационной среды. Дается подробная характеристика каждого феномена, анализируются работы исследователей, занимающихся изучением информационной среды и организационной культуры, на основе которых формулируются авторские определения этих понятий. Предлагается авторская классификация уровней организационной культуры и информационной среды. Анализируется взаимосвязь организационной культуры и информационной среды в современных российских организациях. Описаны результаты эмпирического исследования взаимосвязи информационной среды и организационной культуры. Гипотеза данного исследования о том, что информационная среда как ключевой фактор развития организационной культуры взаимосвязана с ней на разных уровнях организации (внутреннем и внешнем), подтверждается за счет применения методов математической обработки данных – факторного анализа и коэффициента ранговой корреляции Спирмена.

**Для цитирования в научных исследованиях**

Малиборская И.Л. Взаимосвязь организационной культуры и информационной среды в современных российских организациях // Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования. 2017. Т. 6. № 4А. С. 27-36.

**Ключевые слова**

Организационная культура, информационная среда, организация, информация, коммуникации, информационные потоки.

---

## Введение

На сегодняшний день в научной литературе накоплено множество теоретических и эмпирических данных об организационной культуре и информационной среде. Это два самостоятельных феномена, на которые можно посмотреть под новым углом сквозь призму современных российских организаций. Сейчас уже трудно встретить организацию, которая не имеет внутреннюю систему организации бизнеса и коммуникаций в форме некоего программного обеспечения. Также практически любая организация имеет внешнее представление своей деятельности, продуктов, услуг и даже миссии и ценностей в виде корпоративного сайта, к которому может иметь доступ любой пользователь сети Интернет. Эти внешние и внутренние системы и механизмы зачастую функционируют разрозненно, без учета тех глубинных характеристик, которые тесно взаимосвязаны и должны рассматриваться комплексно.

### **Организационная культура и информационная среда в современных российских организациях**

Т.И. Ежевская предлагает следующее описание информационной среды: «Информационная среда включает в себя информационные потоки и информационные влияния разного рода, которые испытывает человек. Информационная среда выступает тем средством, с помощью которого общество транслирует человеку нормы, ценности, установки и стереотипы поведения» [Ежевская, 2009, 38].

Действительно, на сегодняшний день представленность различных социальных институтов, государственных и коммерческих организаций возрастает с каждым днем. Организации вынуждены приспосабливаться к изменяющимся условиям внешней среды и самостоятельно распространять о себе информацию во всех доступных источниках, чтобы не отставать от современных тенденций.

Важно отметить, что оценка информационных характеристик технических устройств важна не сама по себе, а лишь постольку, поскольку они являются средствами общения между людьми и поскольку предделение потоков информации, передаваемых по техническим каналам связи, их скорость, точность и т. д. нужны для того, чтобы обеспечить своевременную и точную передачу информации от человека к человеку [Ломов, 1984, 266].

В данном исследовании под информационной средой понимается совокупность информационных условий и отношений субъектов общественной жизни, связанных с созданием, хранением, распространением, защитой, передачей, обработкой и использованием

информации, а также совокупность информационных ресурсов, в которых данная информация представлена [Серякова, Малиборская, 2015, 55].

В основу эмпирического инструментария данного исследования легла классификация информационной среды А.А. Томпсона и А.Дж. Стрикленда, в соответствии с которой информационную среду разделяют на два типа. «Информационную среду можно делить на внешнюю, которая включает в себя совокупность информационных каналов, потоков, сообщений за пределами организации, и внутреннюю информационную среду – это вся информационная составляющая организации» [Томпсон, Стрикленд, 2007, 202].

В связи с вышесказанным мы предлагаем следующую классификацию информационной среды:

- 1) внутренняя информационная среда – совокупность информационных сообщений, выраженных в различной форме (на корпоративном сайте, на корпоративном портале, на досках объявлений в здании организации, массовые электронные почтовые рассылки, корпоративная газета, официальные письма и т. п.);
- 2) внешняя информационная среда – совокупность информационных сообщений, которые формируются вне организации, но оказывают на нее непосредственное воздействие на всех уровнях. Сюда относятся все новостные сообщения, отзывы, статьи и заметки, посвященные оценке деятельности организации, ее руководства, продуктов и т. д., сформированные независимыми источниками (например, журналистами, пользователями выпускаемой организацией продукции и т. п.) [Малиборская, Внешняя информационная среда..., 2016, 181].

Далее кратко рассмотрим понятие организационная культура. Э. Шейн предлагает следующее определение организационной культуры: «Культура группы может быть определена как паттерн коллективных базовых представлений, обретаемых группой при разрешении проблем адаптации к изменениям внешней среды и внутренней интеграции, эффективность которого оказывается достаточной для того, чтобы считать его ценным и передавать новым членам группы в качестве правильной системы восприятия и рассмотрения названных проблем» [Шейн, 2002, 31-32].

А.Л. Свенцицкий определяет организационную культуру как своеобразный сплав философии и идеологии организации, ценностей, норм и убеждений, присущих ее членам, в соответствии с которыми они осуществляют свои действия [Свенцицкий, 2014, 381].

В.А. Спивак считает, что «организационная культура – это система материальных и духовных ценностей, явлений, представлений, присущих данной организации, которые, взаимодействуя между собой, отражают ее индивидуальность и проявляются в поведении,

---

взаимодействии, восприятии себя и окружающей среды» [Спивак, 2004, 26].

Организационную культуру в рамках данного исследования можно определить, как социально-психологический феномен, представляющий собой совокупность ценностей, норм, принципов, которые разделяют все члены организации и которые определяют их поведение и деятельность в рамках организации [Малиборская, Доверие в организации..., 2016, 102].

Для нашего исследования мы выделим два основных уровня организационной культуры, основываясь на классификации Э. Шейна, который выделил три уровня корпоративной культуры (артефакты, ценности и основные убеждения): внешний (четко выраженный, наблюдаемый) и внутренний (неявный, скрытый от наблюдения). К этим двум выделенными нами уровням организационной культуры относятся разные характеристики, которые мы условно распределили следующим образом:

- 1) внешний уровень: внешний вид, одежда и представление себя на работе, трудовая этика (условия труда, оплата труда, организация питания и др.), процесс развития работника и обучение, стиль руководства, стратегия и внешние цели организации;
- 2) внутренний уровень: ценности и нормы, осознание времени, отношение к нему и его использование, мотивирование (материальная и нематериальная мотивация), коммуникационная система и язык общения, осознание себя и своего места в организации, взаимоотношения между людьми (сотрудниками и руководством).

Такой показатель, как «коммуникации и информация», выделен внутри организационной культуры, однако это не то же самое, что и рассмотренная ранее информационная среда. Данный показатель определяет уровень взаимодействия членов организации между собой, то, каким образом организованы взаимоотношения (формальные и неформальные, благоприятные или напряженные и т. п.) [Малиборская, 2014, 150].

На основе теоретического анализа можно сделать вывод о том, что информационная среда тесно переплетена с организационной культурой, так как она соединена с таким компонентом организационной культуры, как коммуникации и информация, и, в свою очередь, является источником и способом трансляции ценностных ориентаций внутри и вне организации. Поскольку ценности являются фундаментальным звеном организационной культуры, они являются составляющими всех остальных компонентов, в частности коммуникаций, через которые происходит взаимодействие с информационной средой. Показатель «коммуникации и информация» включен как во внешний, так и во внутренний уровни организационной культуры, следовательно, информационная среда взаимодействует с организационной культурой в двух пластах, что еще более усиливает их тесную взаимосвязь [Малиборская, Организационная культура..., 2016, 297].

Рассмотрим эту взаимосвязь в рамках эмпирического исследования. Гипотеза исследования основана на предположении о том, что информационная среда как ключевой фактор развития организационной культуры взаимосвязана с ней на разных уровнях организации (внутреннем и внешнем). В эмпирическом исследовании приняли участие представители 12 организаций различной направленности деятельности (организаций малого, среднего и крупного бизнеса, а также государственных организаций), всего 205 человек в возрасте от 18 до 60 лет. Исследование проведено в Москве в 2014-2016 гг. Основные критерии, по которым распределяется выборка, – это пол, возраст, образование, опыт работы, размер организации, в которой работает индивид, срок работы в нынешней организации.

Для выявления особенностей организационной культуры и информационной среды в организациях нами была составлена авторская методика. Методика состоит из двух частей, первая часть включает в себя 20 вопросов анкетного типа, из которых нужно выбрать один вариант ответа, наиболее полно характеризующий те или иные особенности организационной культуры и информационной среды в конкретной организации [Серякова, Малиборская, 2013, 42].

При разработке авторской методики изучения информационной среды как ключевого фактора развития организационной культуры был использован факторный анализ [Наследов, 2013, 278]. В результате было выявлено 7 факторов. Каждый фактор получил отдельное название и был отнесен к определенной шкале.

В первый фактор попали вопросы, связанные с организационной культурой, удовлетворенностью сотрудников своей работой, профессиональным ростом, социально-психологическим климатом внутри организации и т. д. (данные вопросы можно сгруппировать под общим названием «внутренняя организационная культура»). Во второй фактор попали вопросы, характеризующие информационную среду внутри организации, ее доступность и достаточность информации, источники ее распространения (данную группу вопросов можно объединить под названием «внутренняя информационная среда»). В третий фактор вошли вопросы, относящиеся к оценке руководства, т. е. данная группа может быть названа как один из показателей организационной культуры – «оценка руководства». В четвертый фактор выделились вопросы, характеризующие внешнюю информационную среду. В пятый фактор попали вопросы, относящиеся к оценке источников информации, а именно – к их разделению на формальные и неформальные источники (данную группу, соответственно, можно назвать «типы информационной среды»). В шестом факторе оказался один вопрос, связанный с обучением сотрудников (мы обозначили уровень обучения внутри организации как показатель организационной культуры, потому такое название можно оставить для данной группы). В

седьмом факторе также остался один вопрос, касающийся конфликтов в организации; уровень конфликтности относится к такому показателю организационной культуры, как социально-психологический климат.

Далее мы применили метод ранговой корреляции Спирмена [Сидоренко, 2010, 208] к выделившимся в результате факторного анализа шкалам. Анализу подверглись первые 5 шкал, так как они имеют наибольший вес и более одного вопроса в своей структуре.

Значимые положительные корреляции на уровне значимости 0,01 были выявлены между шкалой 1 (внутренняя организационная культура) и шкалой 2 (внутренняя информационная среда) – 0,493. Эти результаты подтверждают основную гипотезу нашего исследования: информационная среда как ключевой фактор развития организационной культуры взаимосвязана с ней на разных уровнях организации (внутреннем и внешнем).

Значимые положительные корреляции на уровне значимости 0,01 были выявлены между шкалой 1 (внутренняя организационная культура) и шкалой 3 (оценка руководства) – 0,580. Таким образом, можно заключить, что чем больше руководство организации будет осознанно при принятии решений учитывать такое звено, как организационная культура, чем больше будет его заинтересованность и вовлеченность в построение организационной культуры, тем больше эта организационная культура будет систематизирована и будет не только отвечать потребностям всей организации с точки зрения получения прибыли, но и обеспечивать большую удовлетворенность сотрудников. Поэтому руководство должно быть направлено не только вовне, на обеспечение положительной репутации компании, но и во внутренние процессы для обеспечения слаженной и комфортной работы своих подчиненных.

Также значимые положительные корреляции на уровне значимости 0,01 были выявлены между шкалой 1 (внутренняя организационная культура) и шкалой 5 (типы информационной среды) – 0,543. Эти результаты также подтверждают гипотезу данного исследования. Высокий балл по шкале 5 характеризует информационную среду официального типа, где вся информация структурирована и поступает ко всем сотрудникам в необходимом количестве, без потерь. Соответственно, низкий балл характеризует неофициальный тип информационной среды, в котором информация может теряться, так как распространяется по неофициальным источникам (по слухам, между линейными сотрудниками). Смешанный тип – промежуточное звено, характеризует переходный уровень. Таким образом, какой бы тип информационной среды ни преобладал в организации, он так или иначе будет взаимосвязан с внутренней организационной культурой. Исходя из этого, необходимо комплексно рассматривать процессы передачи и использования информации внутри организации и организационную культуру.

---

## Заключение

Гипотеза данного исследования о том, что информационная среда как ключевой фактор развития организационной культуры взаимосвязана с ней на разных уровнях организации (внутреннем и внешнем), подтвердилась. Важную роль при изучении организационной культуры также играет руководство. При принятии решений следует учитывать не только интересы организации с точки зрения бизнеса и получения прибыли, но и интересы сотрудников, которые в дальнейшем при правильно построенных коммуникациях, информационных потоках и организационной культуре будут обеспечивать высокие показатели и в долгосрочной перспективе – увеличение масштабов деятельности организации.

## Библиография

1. Ежевская Т.И. Психологическое воздействие информационной среды на современного человека // Психопедагогика в правоохранительных органах. 2009. № 2. С. 38-41.
2. Ломов Б.Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии. М.: Наука, 1984. 445 с.
3. Малиборская И.Л. Внешняя информационная среда в условиях организационной культуры современных российских организаций // Сборник статей Международной научно-практической конференции «Научные основы современного прогресса»: в 2 ч. Уфа: ОМЕГА САЙНС, 2016. Ч. 2. С. 179-183.
4. Малиборская И.Л. Доверие в организации как основа формирования организационной культуры // Materials of the XII International scientific and practical conference “Science without borders”. Vol. 14. Psychology and sociology. Sheffield: Science and education LTD, 2016. P. 102-104.
5. Малиборская И.Л. Информационная среда как новое пространство развития организационной культуры. Воронеж: Научная книга, 2014.
6. Малиборская И.Л. Организационная культура: социально-психологические факторы формирования (на примере российских организаций) // Proceedings of the international scientific conference “Resonances science”. Karlovy Vary: Skleněný Můstek, 2016. P. 293-304.
7. Наследов А.Д. IBM SP SS Statistics 20 и AMOS: профессиональный статистический анализ данных. СПб.: Питер, 2013. 416 с.
8. Свенцицкий А.Л. Организационная психология. М.: Юрайт, 2014. 512 с.
9. Серякова С.Б., Малиборская И.Л. Мотивация студентов к профессиональной деятельности: ценностные ориентации // Среднее профессиональное образование. 2013. № 8. С. 42-43.
10. Серякова С.Б., Малиборская И.Л. Феномен информационной среды в контексте

---

формирования организационной культуры // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. 2015. Т. 21. С. 54-57.

11. Сидоренко Е.В. Методы математической обработки в психологии. СПб.: Речь, 2010. 350 с.
12. Спивак В.А. Организационная культура. СПб.: Нева, 2004. 224 с.
13. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа. 12-е изд. М.: Вильямс, 2007. 928 с.
14. Шейн Э. Организационная культура и лидерство. СПб.: Питер, 2002. 336 с.

## **The interrelationship between organisational culture and the information environment in modern Russian organisations**

**Irina L. Maliborskaya**

Postgraduate at the Department of social pedagogy and psychology,  
Moscow State Pedagogical University,  
119991, 1/1 Malaya Pirogovskaya st., Moscow, Russian Federation;  
e-mail: ira\_maliborskaya@mail.ru

### **Abstract**

The article aims to carry out an analysis of two phenomena – organisational culture and the information environment. It also provides a detailed description of both phenomena and analyses the works by scholars conducting research on the information environment and organisational culture, which are used by the author in order to formulate her own definitions of these concepts. The author proposes her own classification of the levels of organisational culture and the information environment. The article attempts to analyse the relationship between organisational culture and the information environment in modern Russian organisations. The information environment is closely intertwined with organisational culture because it is connected with such a component of organisational culture as communication and information and, in turn, is the source and way of translating value orientations inside and outside an organisation. The article describes the results of the empirical research on the relationship between the information environment and organisational culture. The research hypothesis is confirmed by applying the methods of mathematical data processing – factor analysis and Spearman’s rank correlation coefficient. As a result of the factor analysis, 7 scales are singled out, each of which characterises one or another level or component of organisational culture and the information environment.

---

**For citation**

Maliborskaya I.L. (2017) Vzaimosvyaz' organizatsionnoi kul'tury i informatsionnoi sredy v sovremennykh rossiiskikh organizatsiyakh [The interrelationship between organisational culture and the information environment in modern Russian organisations]. *Psikhologiya. Istoriko-kriticheskie obzory i sovremennye issledovaniya* [Psychology. Historical-critical Reviews and Current Researches], 6 (4A), pp. 27-36.

**Keywords**

Organisational culture, information environment, organisation, information, communications, information flows.

**References**

1. Ezhevskaya T.I. (2009) Psikhologicheskoe vozdeistvie informatsionnoi sredy na sovremennogo cheloveka [The psychological influence of the information environment on modern people]. *Psikhopedagogika v pravookhranitel'nykh organakh* [Psycho-pedagogics in law enforcement agencies], 2, pp. 38-41.
2. Lomov B.F. (1984) *Metodologicheskie i teoreticheskie problemy psikhologii* [Methodological and theoretical problems of psychology]. Moscow: Nauka Publ.
3. Maliborskaya I.L. (2016) Doverie v organizatsii kak osnova formirovaniya organizatsionnoi kul'tury [Trust in organisations as a basis for the formation of organisational culture]. *Materials of the 12<sup>th</sup> International scientific and practical conference "Science without borders", Vol. 14: Psychology and sociology*. Sheffield: Science and education LTD, pp. 102-104.
4. Maliborskaya I.L. (2014) *Informatsionnaya sreda kak novoe prostranstvo razvitiya organizatsionnoi kul'tury* [The information environment as a new space for the development of organisational culture]. Voronezh: Nauchnaya kniga Publ.
5. Maliborskaya I.L. (2016) Organizatsionnaya kul'tura: sotsial'no-psikhologicheskie faktory formirovaniya (na primere rossiiskikh organizatsii) [Organisational culture: socio-psychological factors in its formation (a case study of Russian organisations)]. *Proc. Int. Conf. "Resonances science"*. Karlovy Vary: Skleněný Mústek, pp. 293-304.
6. Maliborskaya I.L. (2016) Vneshnyaya informatsionnaya sreda v usloviyakh organizatsionnoi kul'tury sovremennykh rossiiskikh organizatsii [The external information environment under conditions of organizational culture in modern Russian organisations]. *Sbornik statei Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii "Nauchnye osnovy sovremennogo progressa": v 2 ch.* [Proc. Int. Conf. "The scientific fundamentals of modern progress": in 2 parts], Part 2. Ufa: OMEGA SAINS Publ., pp. 179-183.

7. Nasledov A.D. (2013) *IBM SP SS Statistics 20 i AMOS: professional'nyi statisticheskii analiz dannykh* [IBM SP SS Statistics 20 and AMOS: professional statistical analysis of data]. St. Petersburg: Piter Publ.
8. Schein E. (1992) *Organizational culture and leadership*. San Francisco: Jossey Bass. (Russ. ed.: Schein E. (2002) *Organizatsionnaya kul'tura i liderstvo*. St. Petersburg: Piter Publ.)
9. Seryakova S.B., Maliborskaya I.L. (2015) Fenomen informatsionnoi sredy v kontekste formirovaniya organizatsionnoi kul'tury [The phenomenon of the information environment in the context of the formation of organisational culture]. *Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta im. N.A. Nekrasova* [Bulletin of Nekrasov Kostroma State University], 21, pp. 54-57.
10. Seryakova S.B., Maliborskaya I.L. (2013) Motivatsiya studentov k professional'noi deyatel'nosti: tsennostnye orientatsii [Students' motivation for professional activities: value orientations]. *Srednee professional'noe obrazovanie* [Secondary vocational education], 8, pp. 42-43.
11. Sidorenko E.V. (2010) *Metody matematicheskoi obrabotki v psikhologii* [Methods used for mathematical processing in psychology]. St. Petersburg: Rech' Publ.
12. Spivak V.A. (2004) *Organizatsionnaya kul'tura* [Organisational culture]. St. Petersburg: Neva Publ.
13. Svetsitskii A.L. (2014) *Organizatsionnaya psikhologiya* [Organisational psychology]. Moscow: Yurait Publ.
14. Thompson A.A., Strickland A.J. (1999) *Strategic management: concepts and cases*. Boston: McGraw-Hill Companies. (Russ. ed.: Thompson A.A., Strickland A.J. (2007) *Strategicheskii menedzhment: kontseptsii i situatsii dlya analiza*. 12<sup>th</sup> ed. Moscow: Vil'yams Publ.)