

ПСИХОЛОГИЯ ТРУДА, ИНЖЕНЕРНАЯ ПСИХОЛОГИЯ, КОГНИТИВНАЯ ЭРГОНОМИКА

Научная статья

УДК 159.9
EDN: JOCGDH



ИССЛЕДОВАНИЕ ВНУТРИКОРПОРАТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ В СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Сергей Борисович Пашкин¹, Анатолий Степанович Турчин²

¹ Российский государственный педагогический университет имени А. И. Герцена, Санкт-Петербург, Россия, ORCID: 0000-0001-8791-3029

² Санкт-Петербургский военный ордена Жукова институт войск национальной гвардии Российской Федерации, Санкт-Петербург, Россия

¹ sergejppashkin@mail.ru

² ast55@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются характеристики корпоративной культуры строительной организации. На основании данных эмпирического исследования сделаны выводы, свидетельствующие о возможности использования PR-акций для сближения позиций в оценке психологических качеств персонала и администрации строительной компании, что может позитивно сказаться на эффективности работы предприятия и будет способствовать повышению уровня взаимоотношений между сотрудниками. Тем самым, может быть снижена вероятность возникновения внутригрупповых конфликтов.

Ключевые слова: организационное поведение, корпоративная культура, организационная культура, PR-акция

Для цитирования: Пашкин С. Б., Турчин А. С. Исследование внутрикорпоративной коммуникации в строительной организации // Вестник Санкт-Петербургского военного института войск национальной гвардии. 2022. № 2 (19). С. 34–40. URL: <https://vestnik-spvi.ru/2022/06/006.pdf>. EDN: JOCGDH.

WORK PSYCHOLOGY, ENGINEERING PSYCHOLOGY, COGNITIVE ERGONOMICS

Original article

RESEARCH OF INTRA-CORPORATE COMMUNICATION IN A CONSTRUCTION COMPANY

Sergey B. Pashkin¹, Anatoly S. Turchin²

¹ The Herzen State Pedagogical University of Russia, Saint-Petersburg, Russia, ORCID: 0000-0001-8791-3029

² Saint-Petersburg Military Order of Zhukov Institute of the National Guard Troops of the Russian Federation, Saint-Petersburg, Russia

¹ sergejppashkin@mail.ru

² ast55@mail.ru

Abstract. The article discusses the characteristics of the corporate culture of a construction organization. Based on the empirical research data, conclusions are drawn indicating the possibility of using PR-actions to bring positions closer in assessing the psychological qualities of the staff and the administration of the construction company, which can have a positive impact on the efficiency of the enterprise and will contribute to improving the level of relationships between employees. Thus, the likelihood of intra-group conflicts may be reduced.

Keywords: organizational behavior, corporate culture, organizational culture, PR-action

For citation: Pashkin S. B., Turchin A. S. Research of intra-corporate communication in a construction company. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo voennogo instituta vojsk nacional'noj gvardii*. 2022;2(19): 34–40. (In Russ.). Available from: <https://vestnik-spvi.ru/2022/06/006.pdf>. EDN: JOCGDH.

© Пашкин С.Б., Турчин А.С., 2022

ВЕСТНИК САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО ВОЕННОГО ИНСТИТУТА ВОЙСК НАЦИОНАЛЬНОЙ ГВАРДИИ. 2022. № 2 (19). ISSN 2587-7402 (онлайн)
VESTNIK SANKT-PETERBURGSKOGO VOENNOGO INSTITUTA VOJSK NACIONAL'NOJ GVARDIИ. 2022;2(19). ISSN 2587-7402 (online)

Введение

В современной литературе по психологии труда и организационной психологии понятия «организационная культура» и «корпоративная культура» могут отождествляться, хотя, когда речь идет именно о корпорации, то уточняется обычно, что корпоративная культура в большей степени отражает субъективные представления членов группы о том, что можно продемонстрировать другим, не входящим в профессиональные группы субъектам, а что показывать им не желательно [5; 7; 9]. Тем самым можно говорить, что корпоративная культура представляет собой закрыто-открытую систему, функционирование которой обеспечивается как фиксируемыми документально установлениями руководства, так и «правилами роли», связанными с принятием субъектом системы установок и обычаев своего подразделения [8; 10; 14]. Именно поэтому при разработке этических профессиональных кодексов может возникнуть дисбаланс узкогрупповых норм и общепрофессиональных. В некотором роде это напоминает отношения и аргументацию своих позиций представителями конкурирующих между собой научных психологических школ.

Теоретическая часть

Как уже отмечено выше, в литературе нет единогласия по вопросу статуса понятия корпоративная культура. Его могут не только отождествлять с понятиями организационная культура и социокультура организаций, но и противопоставлять им [2; 4; 6]. А. А. Карпов полагает, что «в теоретическом плане организационную культуру можно рассматривать в качестве предмета исследований дисциплины организационное поведение» [3, с. 59].

Довольно подробно характеристика корпоративной культуры дана в работе Е. О. Гаспарович [1]. По ее мнению, довольно часто речь идет о личной культуре человека, который должен усвоить символику, выполнять церемонии, и интроекцию мифов.

В дальнейшем подробно организационную и корпоративную культуру авторы рассматривают, опираясь на теоретические положения Э. Х. Шейна [13]. Так, с точки зрения Д. Олдхэма, «чтобы понять, что такое культура организации, необходимо рассмотреть методы выполнения работы и то, как обращаются с людьми в этой организации» [13, с. 19]. С. Шекшня утверждает, что организационная культура «показывает типичный для данной организации подход к решению проблем» [13, с. 20]. По мнению Е. Н. Штейна, культура организации есть «совокупность основных убеждений – сформированных самостоятельно, усвоенных или

разработанных определенной группой по мере того, как она ¹³ учится разрешать проблемы адаптации к внешней среде и внутренней интеграции, – которые оказались достаточно эффективными, чтобы считаться ценными» [13, с. 30]. Многие современные российские исследования по менеджменту рассматривают теорию Э. Х. Шейна как базовую. По мнению Э. Х. Шейна, открытие культуры организации начинается с уровня «поверхностного», включающего некоторые видимые внешние факторы (применяемая технология и архитектура, наблюдаемые образцы поведения, способы коммуникации и др.). В этом слое помещается все то, что члены организации могут чувствовать и воспринимать, легко обнаруживать. Но их достаточно трудно интерпретировать в терминах организационной культуры, не представляя содержания других ее уровней. Ниже располагают второй – «подповерхностный» уровень культуры, на котором изучаются ценности, верования и убеждения, разделяемые членами организации, в соответствии с тем, допускают ментальную репрезентацию верхнего уровня. Этот уровень культуры организации, по Э. Шейну, называют «организационной идеологией», подчеркивая роль лидера компании в создании или преобразовании ее культуры [13].

Третий или «глубокий» уровень содержит базовые предположения, требующие специального сосредоточения на этом вопросе, а именно: отношение к добру и злу, восприятие времени и пространства, общее отношение к человеку, труду, бытию в целом и др. То есть этот уровень необходим для адекватной ориентировки в мире, вне рамок должностных обязанностей или выполнения согласования действий с другими исполнителями [12].

В современной России требования к формированию организационной культуры имеют юридическое основание. В. В. Путиным был подписан Указ «Об утверждении общих принципов служебного поведения государственных служащих»¹. В нем госслужащим рекомендуется:

«1. Не оказывать предпочтения каким-либо профессиональным или социальным группам и организациям.

2. Быть независимыми от влияния со стороны граждан и различных групп, и организаций.

3. Соблюдать политическую нейтральность, исключая возможность какого-либо влияния на служебную деятельность решений политических партий или иных об-

¹ Собрание законодательства Российской Федерации. 2002. № 33. ст. 3196.

ществленных объединений.

4. Проявлять терпимость и уважение к обычаям и традициям народов России.

5. Не использовать свое должностное положение для оказания влияния на деятельность государственных органов.

6. Воздерживаться от публичных высказываний, суждений и оценок в отношении деятельности государственных органов, их руководителей, если это не входит в его [госслужащего] должностные (служебные) обязанности» [11].

Подводя итог, мы будем рассматривать корпоративную культуру, солидаризуясь с Е. О. Гаспарович, как «систему коллективно разделяемых ценностей, символов, убеждений, обрядов, образцов поведения членов организации, выдержавших испытание временем» [1, с. 32].

Организация и методы исследования

Практическое исследование проводилось нами в строительной компании. Исходя из того, что в этой компании реализовываются принципы формирования корпоративной культуры и в частности внутрикорпоративной коммуникации.

Методы практического исследования были подобраны исходя из того, чтобы оценить эффективность внедрения корпоративной культуры на предприятии.

Процедура исследования

Обследование проводилось в индивидуальном порядке. Каждому испытуемому предлагалось ответить на вопросы опросников. Им выдавались инструкции и на вопросы они отвечали в специальных бланках. После этого результаты обследования обрабатывались.

Объект: в ходе работы были обследованы сотрудники строительной компании в количестве 32 человек.

Методы исследования

Методика «Выявление установок (труд – деньги)»

Методика: Интервьюирование.

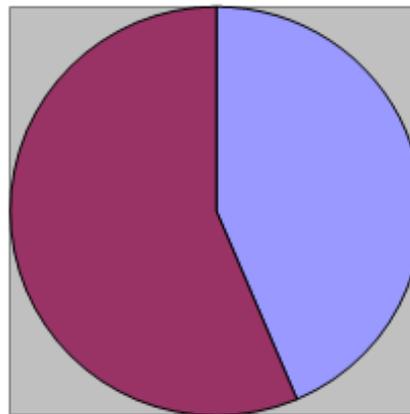
Тест Т. Лири.

Результаты исследования

Изучение доминирующих мотивационных установок у сотрудников строительной компании

В таблице 1 мы видим результаты, полученные с помощью изучения мотивационных установок у сотрудников строительной компании.

До проведения PR-акции по формированию внутрикорпоративной культуры, у сотрудников, денежная установка явно доминировала (диаграмма 1).



■ Труд ■ Денги

Диаграмма 1 – Результат установок (труд – деньги) до проведения PR-акции

Diagram 1 – The result of installations (labor - money) before the PR campaign

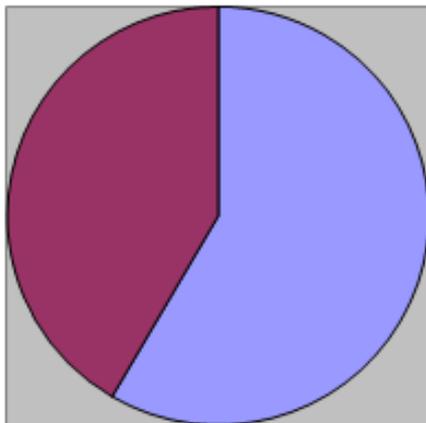
После проведения акции соотношение между стремлением к денежному вознаграждению и удовлетворённостью трудом изменилось. Появилась тенденция к увеличению удовлетворенности престижностью профессии, возможностью повышения квалификации и творчества в процессе труда, потребностью в реализации индивидуальных особенностей и удовлетворенностью работой в целом.

Исходя из результатов, отражённых на диаграмме 2, мы получили достоверно значимые различия с результатами, проведёнными до осуществления PR-акции.

Таблица 1 – Выявление установок (труд – деньги)

Table 1 – Identification of attitudes (labor – money)

Показатели установок	Средние значения		Достоверные различия (P-уровень)
	До реализации проекта	После реализации проекта	
Труд	5,8	7,3	5%
Деньги	7,5	5,2	5%



■ Труд ■ Деньги

Диаграмма 2 – Результат установок (труд – деньги) после проведения PR-акции

Diagram 2 – The result of installations (labor - money) after PR campaign

Различия были получены на 5 %-ом уровне значимости.

Результаты изучения эффективности работы сотрудников строительной компании при помощи экспертной оценки руководителя

По данным исследования были получены следующие результаты:

Таблица 2 – Эффективность работы сотрудников строительной компании при помощи экспертной оценки руководителя

Table 2 – The effectiveness of the work of employees of a construction company with the help of an expert assessment of the head

Переменные	До проведения акции	После проведения акции	Достоверно значимые различия
Профессионализм	2,1	2	–
Дисциплинированность	1,3	2,6	1%
Ответственность	-1,2	1,8	1%
Трудолюбие	1,1	1,6	5%

После проведения PR-акции мы обнаружили достоверные различия по 3-м шкалам – дисциплинированность, ответственность и трудолюбие (диаграмма 3). Таким образом, можно сделать вывод, что внутрикорпоративная коммуникация способствует стимулированию таких качеств. Исходя из того, что по вышеперечисленным переменным, до проведения исследования, различия меж-

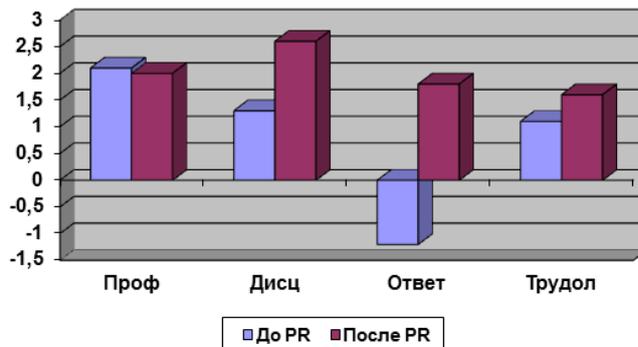


Диаграмма 3 – Эффективность работы сотрудников после проведения PR-акции

Diagram 3 – The effectiveness of the work of employees after the PR campaign

ду руководителями и подчинёнными были очень значительными, то после проведения PR-акции эти позиции заметно сблизились, что может позитивно сказаться на эффективности работы предприятия с одной стороны, будет способствовать повышению уровня взаимоотношений между сотрудниками, тем самым, снизив вероятность возникновения внутригрупповых конфликтов.

Анализ результатов диагностики особенностей взаимоотношений между сотрудниками строительной компании по методике Т. Лири

Таблица 3 – Средние значения по методике Т. Лири

Table 3 – Average values according to the method of T. Leary

Переменные	До проведения акции	После проведения акции	Достоверно значимые различия
Авторитарный	8,7	6,1	5 %
Эгоистичный	9,2	7	5 %
Агрессивный	8,9	6,4	5 %
Подозрительный	5,5	5,1	–
Подчиняемый	7,6	7,8	–
Зависимый	6,5	7,2	–
Дружелюбный	6,8	8,3	1 %
Альтруистичный	4,5	5	–

Исходя из результатов данного исследования, можно отметить, что по первой шкале «Авторитарность» в общении, испытуемые отличаются достаточной уверенностью в себе и настойчивостью в достижении собственных планов. После проведения PR-акции показатели авторитарности несколько снизились, что может свидетельствовать

об увеличении значения групповых норм для испытуемых.

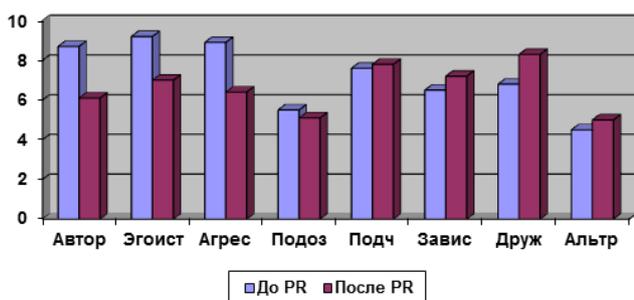


Диаграмма 4 – Диагностика особенности взаимоотношений между сотрудниками строительной компании

Diagram 4 – Diagnosis of the features of the relationship between employees of a construction company

По второй шкале «Эгоистичность» также были отмечены изменения по показателям. Это характерно снижением тяги к соперничеству, и снижению эгоцентризма.

По третьей шкале «Агрессивное взаимодействие» нами были получены наиболее существенные переменные. У испытуемых снизилась требовательность и прямолинейность, а также склонность во всём обвинять окружающих, понизилась общая раздражительность.

По четвертой шкале «Подозрительность» результаты практически не изменились.

По пятой шкале «Подчиняемость» результаты также практически не изменились, более того, отмечен некоторый рост показателей по этой шкале. Следовательно, сотрудники строительной компании стали более уступчивыми, эмоционально сдержанными, способными подчиняться и послушно и честно выполнять свои обязанности.

По шестой шкале «Зависимость» мы можем отметить некоторый рост, т. е. после проведения акции сотрудники стали отличаться тягой к групповым нормам: стали более конформными, мягкими, доверчивыми, склонными к восхищению окружающими.

По седьмой шкале «Дружелюбность» после проведения акции отмечен существенный рост, что свидетельствует о склонности к сотрудничеству, кооперации, гибкости и компромиссам при решении проблем. В конфликтных ситуациях сотрудники компании стремятся быть в согласии с мнением окружающих, следуют условностям. Сотруд-

ники стали проявлять большую общительность, теплоту и дружелюбие в отношениях между собой.

По восьмой шкале «Альтруистичность». Особых изменений после проведения PR-акции не обнаружилось. Испытуемые отличаются некоторой деликатностью и эмоциональному отношению к людям.

Заключение

1. После проведения акции соотношение между стремлением к денежному вознаграждению и удовлетворённостью трудом изменилось. Появилась тенденция к увеличению удовлетворённости престижностью профессии, возможностью повышения квалификации и творчества в процессе труда, потребностью в реализации индивидуальных особенностей и удовлетворённостью работой в целом.

2. Исследование показало, что внутрикорпоративная коммуникация способствует стимулированию таких качеств, как профессионализм, дисциплинированность, ответственность и трудолюбие.

3. После проведения PR-акции позиции в оценке вышеперечисленных качеств персонала и администрации строительной компании заметно сблизились, что может позитивно сказаться на эффективности работы предприятия с одной стороны, и будет способствовать повышению уровня взаимоотношений между сотрудниками, тем самым, снизив вероятность возникновения внутригрупповых конфликтов.

4. В результате эксперимента выяснилось, что испытуемые отличаются достаточной уверенностью в себе и настойчивостью в достижении собственных планов. После проведения PR-акции несколько снизились показатели авторитарности, что может свидетельствовать об увеличении значения групповых норм для испытуемых.

5. У испытуемых снизилась требовательность и прямолинейность, а также склонность во всем обвинять окружающих, понизилась общая раздражительность.

6. После проведения акции отмечен существенный рост по такой переменной, как дружелюбность, что свидетельствует о склонности к сотрудничеству, кооперации, гибкости и компромиссам при решении проблем. В конфликтных ситуациях сотрудники компании стремятся быть в согласии с мнением окружающих, следуют условностям.

Библиографический список

1. Гаспарович Е. О. Корпоративная культура и социальная ответственность: диагностика, планирование, развитие: учебно-методическое пособие : в 2 частях / Е. О. Гаспарович; науч. ред. О. В. Охотников; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации; Ураль-

ский федеральный университет. – Екатеринбург : Изд-во Уральского федерального университета, 2019. – Ч. 1. – 332 с.

2. Капитонов Э. А., Капитонов А. Э. Корпоративная культура и PR : учебно-практическое пособие. – М. : МарТ, 2003. – 416 с.

3. Карпов А. А. Современная организационная психология: учебное пособие. – М. : Изд-во МПСУ, 2018. – 256 с.

4. Пашкин С. Б. Влияние психологической культуры руководителя на эффективность функционирования организации // Научные проблемы материально-технического обеспечения Вооруженных Сил Российской Федерации : сборник научных трудов. – СПб. : Изд-во Политехнического университета, 2017. – С. 257–277.

5. Пашкин С. Б., Лисовская Н.Б. Психологические факторы успешности специалистов при исполнении должностных обязанностей // Профессиональное образование, наука и инновации в XXI веке : Сборник трудов XIII Санкт-Петербургского конгресса (г. Санкт-Петербург, 20–22 ноября 2019 г.). – СПб. : Санкт-Петербургский горный университет, 2019. – С. 172–174.

6. Пашкин С. Б., Минко Н.И., Саркисова Е.А. Психология общения. – СПб. : ВИ(ИТ) ВА МТО, 2020. – 98 с.

7. Сергеев А. М. Организационное поведение: тем, кто избрал профессию менеджера : учебное пособие по специальности «Менеджмент организации». – 3-е изд., стер. – М. : Академия, 2008. – 288 с.

8. Спивак В. А. Корпоративная культура. – СПб. : Питер, 2011. – 352 с.

9. Томилов В. В. Культура предпринимательства: Деловые игры. Практикумы. Ситуации: учебное пособие. – СПб. : Питер, 2001. – 176 с.

10. Турчин А. С., Щербakov С. О. Предпосылки ускорения формирования педагогическими средствами компонентов организационной культуры курсантов военного вуза // Научное мнение. – 2022. – № 1-2. – С. 151–157.

11. Об утверждении общих принципов служебного поведения государственных служащих : Указ Президента Рос. Федерации от 12 августа 2002 г. № 885 // Доступ из справ.-правовой системы «Гарант». URL: <https://base.garant.ru/184842/?> (дата обращения: 19.04.2022).

12. Черных Е. А. Корпоративная и организационная культура — синонимы или разные понятия // Институт корпоративной культуры: учебное пособие. – Екатеринбург, 2017. – 152 с.

13. Шейн Э. Х. Организационная культура и лидерство / пер. с англ. под ред. В. А. Спивака. – СПб. : Питер, 2012. – 336 с.

14. Ястребова Е. М. Корпоративная культура библиотеки: теория, история, современные тенденции: учебно-методическое пособие. – М. : Литера, 2009. – 255 с.

References

1. Gasparovich E. O., Ohotnikov O. V. (eds.) *Corporate culture and social responsibility: diagnostics, planning, development*. – Ekaterinburg : Izd-vo Ural'skogo federal'nogo universiteta; 2019. Part 1 (In Russ.).

2. Kapitonov Je. A., Kapitonov A. Je. *Corporate culture and PR: educational and practical guide*. Moscow: MarT; 2003 (In Russ.).

3. Karpov A. A. *Modern organizational psychology*. Moscow: Izdatel'stvo MPSU; 2018 (In Russ.).

4. Pashkin S. B. The influence of the psychological culture of the leader on the effectiveness of the functioning of the organization. In: *Scientific problems of logistics of the Armed Forces of the Russian Federation*. Saint-Petersburg: Izdatel'stvo Politehnicheskogo universiteta; 2017. P. 257–277 (In Russ.).

5. Pashkin S. B., Lisovskaja N.B. Psychological factors of success of specialists in the performance of official duties. In: *Vocational education, science and innovation in the 21st century*; Saint-Petersburg; 2019; 20–22 November. Saint-Petersburg: Saint-Petersburg Mining University; 2019. P. 172–174 (In Russ.).

6. Pashkin S. B., Minko N.I., Sarkisova E.A. *Psychology of communication*. Saint-Petersburg: VI(IT) VA MTO; 2020 (In Russ.).

7. Sergeev A. M. *Organizational behavior: for those who have chosen the profession of manager*. Moscow : Akademiya; 2008 (In Russ.).

8. Spivak V. A. *Corporate culture*. Saint-Petersburg: Piter; 2011 (In Russ.).

9. Tomilov V. V. *Entrepreneurial Culture: Business Games. Workshops. Situations Tutorial*. Saint-Petersburg: Piter; 2001 (In Russ.).

10. Turchin A. S., Shherbakov S. O. Prerequisites for Accelerating the Formation of the Components of the Organizational Culture of Military University Cadets by Pedagogical Means. *Scientific opinion*. 2022;1-2: 151–157 (In Russ.).

11. Ukaz Prezidenta Rossijskoj Federacii: *Ob utverzhdenii obshhih principov sluzhebnogo povedenija gosudarstvennyh sluzhashhih*. 2002. Available from: <https://base.garant.ru/184842/> [Accessed 19ht April 2022]. (In Russ.).

12. Chernyh E. A. Corporate and organizational culture - synonyms or different concepts. In: *Institute of Corporate Culture*. Ekaterinburg; 2017 (In Russ.).

13. Shejn Je. H. *Organizational culture and leadership*. Petersburg: Piter; 2012.

14. Jastrebova E. M. *Corporate culture of the library: theory, history, current trends*. Moscow: Litera; 2009 (In Russ.).

Информация об (авторе) авторах

С. Б. Пашкин – доктор педагогических наук, профессор

А. С. Турчин – доктор психологических наук, профессор

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Статья поступила в редакцию 19.04.2022;
одобрена после рецензирования 21.04.2022;
принята к публикации 23.06.2022.

Information about the author (authors)

S. B. Pashkin – Doctor of Sciences (Pedagogy), Professor

A. S. Turchin – Doctor of Sciences (Psychology), Professor

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.

The article was submitted 19.04.2022;
approved after reviewing 21.04.2022;
accepted for publication 23.06.2022.