

Идентификация и приверженность персонала организации

Взаимоотношения индивида и организации часто рассматриваются с точки зрения их взаимного соответствия. Чем более схожи человек и организация по своим характеристикам, тем больше вероятность эффективности деятельности обеих сторон как результата их взаимодействия. Для определения и описания феномена взаимосвязи человека и организации в зарубежной и отечественной литературе используются самые различные, однако сильно пересекающиеся понятия: лояльность, приверженность, обязательство, благонадёжность, верность, привязанность, идентификация и т.д.

В зарубежной организационной психологии свыше тридцати лет изучаются приверженность организации (*organizational commitment*) и ее взаимосвязи с различными ситуационными характеристиками, аттитудами и поведением работников. Однако до сих пор по вопросу о природе приверженности среди исследователей нет согласия. Существует два основных подхода к рассмотрению феномена приверженности — установочный и поведенческий.

Понимаемая в качестве *установки* приверженность организации чаще всего определяется как: 1) сильное желание остаться членом данной организации; 2) желание прилагать максимальные усилия в интересах данной организации; 3) твердая убежденность в корпоративных ценностях и принятие целей данной организации. Другими словами, данная установка напрямую связана с лояльностью сотрудников к своей организации и в то же время представляет собой непрерывный процесс воспроизводства такого отношения, при котором работники выражают свою заботу об организации, ее преуспевании и процветании. *Поведенческий подход* к пониманию приверженности организации (*behavioral commitment*) рассматривает ее как склонность индивида к определенным поведенческим действиям, совершенным свободно и публично и связанным с продолжением работы в организации.

Общим для установочного и поведенческого подходов является понимание приверженности как психологического состояния, которое характеризует взаимосвязь сотрудников и организации и связано с их решением по поводу того, продолжать или не продолжать членство в организации. В

литературе по организационному поведению для описания этой взаимосвязи часто используется также понятие «идентификация», которое рассматривается как критически важная переменная, влияющая на удовлетворенность сотрудников своей причастностью к организации и эффективность организации.

В организационных науках первая концептуальная модель организационной идентификации была предложена Дж. Марчем и Г. Саймоном (March & Simon, 1958), однако в последующие 20 лет лишь несколько исследователей коснулось данной проблемы. В 1970-х годах Л. Портер и его коллеги (Mowday, Steers, & Porter, 1979) предложили рассматривать идентификацию как компонент приверженности к организации. Позже некоторые авторы стали понимать понятия организационной идентификации и организационной приверженности как схожие и практически синонимичные. В то же время другие исследователи рассматривают первое понятие в качестве составляющей организационной приверженности.

Сложные организации можно рассматривать как внутренне структурированные социальные системы, состоящие из различных групп, которые находятся в сложных сетях межгрупповых отношений (Hogg & Teyu, 2000). Люди, работающие в организациях, отличаются друг от друга членством в различных подразделениях, рабочих группах или командах, местом в организационной иерархии или профессией. Таким образом, работники могут идентифицировать себя с организацией в целом, подразделениями, рабочими группами или профессией. Для многих людей их организационная идентификация может быть не менее важной, чем гендерная или этническая идентичность, а, следовательно, в значительной степени может влиять на поведение и отношения индивидов в организации.

В конце 1980-х годов исследователи в области организационного поведения, социальной психологии и коммуникаций вновь обратились к изучению организационной идентификации как уникального конструкта. После работы Б. Эшфорта и Ф. Маэла (Ashforth & Mael, 1989) увеличилось число теоретических и эмпирических исследований в данной области. Анализ литературы по изучению идентификации с организацией позволяет выделить две традиции в исследовании данной проблемы. Первая традиция связана с именем Дж. Ченя, в ней тесно связаны исследования организационной идентификации и коммуникации. Второе направление составляют работы последователей теории социальной идентичности

А. Тэшфела, которые развивают его идеи об идентификации человека и группы, рассматривая организацию в качестве разновидности социальной группы.

В последнее время предпринимаются попытки развести понятия организационной приверженности и идентификации на концептуальном и инструментально-измерительном уровнях. Например, М. Эдвардс предлагает «концептуальную номологическую модель организационной идентификации» для иллюстрации соотношения концепций организационной идентификации и приверженности, а также психологических состояний, которые могут быть следствиями этих процессов.

Согласно данной модели идентификация ограничена субъективными ощущениями индивида – самокатегоризацией и эмоциональной привязанностью. Данное субъективное состояние не включает оценочного компонента (гордость за принадлежность к организации), также в него не входят ни желание остаться в организации, ни различные проявления членства. Таким образом, организационная приверженность — более широкий конструкт, который включает в себя как субъективные состояния идентификации, так и определенные психологические состояния, которые будут проявляться, если человек идентифицирует себя с организацией. Эти состояния являются готовностью или интенциями к проявлению активности внутри организации, а также её позитивная оценка и желание остаться (Edwards, 2005).

Нами была предпринята попытка эмпирической проверки представления о конструктах «организационная идентификация» и «организационная приверженность» как тесно связанных, но описывающих различные психологические состояния. Эмпирическим объектом нашего исследования стали сотрудники трех рекрутинговых компаний, которые занимаются услугами подбора персонала разного уровня. Общее число испытуемых составило 52 человека, из них 32 женщины и 20 мужчин. Для выявления уровня идентификации с организацией/подразделением, был использован модифицированный опросник Б. Эшфорта и Ф. Маела. Для выявления уровня приверженности персонала к организации нами использовались опросники Л. Портера и Дж. Мейера и Н. Алена. В качестве переменной, связанной с изучаемыми конструктами, была выбрана удовлетворенность трудом, которая согласно результатам некоторых зарубежных исследований тесно коррелирует с идентификацией, а также организационной при-

верженностью. Для оценки степени удовлетворенности трудом нами использовалась методика «Интегральная удовлетворенность трудом» (Фетишкин, 2002).

С помощью корреляционного анализа полученных эмпирических данных была установлена тесная связь между идентификацией с подразделением и идентификацией с организацией ($r=0,85$). Была также получена значимая положительная связь между идентификацией с организацией и уровнем приверженности персонала к организации ($r=0,70$). Идентификация с подразделением в большей степени была связана с аффективной приверженностью, измеренной по опроснику Л. Портера ($r=0,67$). Полученные результаты подтвердили также наличие значимых связей между уровнем организационной приверженности респондентов и степенью их удовлетворенности своей работой. Полученные корреляции между идентичностью с подразделением и удовлетворенностью трудом также имеют тесную связь ($r=0,39$).

В целом полученные нами результаты согласуются с данными зарубежных исследований и подтверждают теоретические представления о том, что организационная идентификация и организационная приверженность – это сильно пересекающиеся понятия, описывающие схожие психологические конструкты, но по своему содержанию они разные.

Моисеева М.А., Дьяченко Е.В.

Содержание Я-образа предпринимателей и менеджеров в контексте карьерной успешности: идеографическое исследование

Работа выполнена в русле научного направления, развиваемого на кафедре теоретической и экспериментальной психологии, – концепции субъектной профессионализации человека, а также подпрограммы “Субъектный потенциал Я в профессиональном развитии человека” НИР УрО РАО на 2006-2008 гг.

На современном этапе развития российского общества все большее значение для человека приобретает его карьера. При этом, как отмечает С.Т. Джанерьян, в современных социально-экономических условиях «невозможно обойтись без специальных знаний о профессиональной