

ОСОБЛИВОСТІ ТА ХАРАКТЕРИСТИКИ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

В.О. Каленчук, О.Є. Блинова

Херсонський державний університет, valentina.kalenchuk@gmail.com,
elena.blynova@gmail.com.

Трудова діяльність для сучасної людини є однією із важливих сфер її життя. На роботі ми проводимо значну частину свого життя. Оскільки трудову діяльність людина здійснює у межах певної організації, то однією із важливих проблем в організаційній та трудовій поведінці є проблема взаємовідносин між людиною та організацією, членом якої вона є, взаємозв'язку між ними. В психологічному сенсі будь-яка організація є, перш за все, соціальною групою, тому центральною темою у даній дослідницькій галузі є проблема належності співробітника до організації, його прив'язаність до неї. В літературі дана проблематика частіше за все вивчається за допомогою двох близьких за значенням конструктів «організаційна ідентифікація» (organizational identification) та «організаційна прихильність» (organizational commitment).

Оскільки сучасні корпорації стають більш складними та розгалуженими, організаційна ідентифікація забезпечує згуртованість та є запорукою спільного успіху організації. Треба визначити даний конструкт для розуміння сутності та смислу організаційної ідентифікації.

Мета: визначити особливості та характеристики організаційної ідентичності

Б. Ешфорт та Ф. Маїл вказують на те, що організаційна ідентифікація – це сприйняття схожості та почуття єдності з організацією (або належності до неї), коли людина визначає себе у поняттях тієї корпорації, співробітником якої він є [3]. Р. Ван Дік висловлював думку, що сутність організаційної ідентифікації полягає у безмежній прив'язаності співробітників до організації (цит. за [1]). М. Рікетта, у свою чергу, вказує на те, що організаційна ідентифікація

розглядається науковцями як важливий психологічний стан, який відображає прив'язаність співробітників до організації та пояснює такі ключові моменти, як якість виконаної роботи та організаційну поведінку (цит. за [2]).

Як відмічає Дж. Ченей, ідентифікація відіграє важливу роль у житті людей. Він характеризує її у такий спосіб: ідентифікація з організаціями або з чимось іншим – це активний процес, через які індивіди поєднують себе із елементами суспільного життя (цит. за [2])

Б. Ешфорт зауважує, що людина може продумувати або відчувати свій шлях до ідентифікації, пізнання та афекти взаємно посилюють її [3]. Тобто ідентифікація є динамічним та індивідуальним процесом, дозволяє індивіду адаптуватися в організації. Зміст ідентичності – це основні, відмінні, і більш або менш постійні атрибути, які і складають ідентичності у певних організаційних контекстах, що забезпечує прийняття їх як власних. Таким чином, ідентифікація переводить індивіда у прототип колективу або ролі.

Важливо окремо розглянути поняття «організаційна ідентичність», який трактують як сукупність атрибутів та характеристик корпорації, які відрізняють її від інших організацій. Останнім часом вона розуміється як комплексне визначення корпоративної культури (історії, характеристик, структури, стану та репутації) [5].

Таким чином, можна зробити висновок, що у фокусі розгляду організаційної ідентичності знаходиться організація, а дослідження організаційної ідентифікації ґрунтуються на всебічному вивченні індивіда.

Концепція ідентичності допомагає зрозуміти як сутність індивідів, так і сутність того, що і навіщо вони роблять. Наприклад, чому вони стають членами тієї або іншої організації або звільнюються звідти, як формується їх поведінка, з ким і в який спосіб вони взаємодіють у процесі своєї діяльності. Ідентифікація є значущою, оскільки цей процес дозволяє особистості чітко зрозуміти та визначити себе. Це є важливим і в роботі, і в житті, і надає можливість людині належним чином виглядати перед іншими людьми. Організаційна ідентифікація відображає специфічний зв'язок (психологічну прив'язаність), що існує між

співробітником та організацією. Саме тому, вона потенційно здатна пояснювати і навіть передбачати низку важливих установок співробітників, а також лінію їх поведінки на робочому місці [2; 4].

Інтересним є той факт, що для пояснення зв'язку співробітника з організацією також застосовується поняття «організаційна прихильність», який визначається як установка працівника стосовно до організації. Вона безпосередньо пов'язана із прийняттям рішення про продовження роботи у даній конкретній організації. Таким чином, як вказують С. Ліпатов, О. Ловаков, якщо організаційна ідентифікація – це переважно соціально-психологічний конструкт, то організаційна прихильність – організаційно-психологічний [3].

На думку М. Пратт, організаційна ідентифікація задовольняє низку індивідуальних потреб, а саме, потреба у безпеці, афіліації та зниженні невизначеності. М. Хогг та Д. Террі відмічали, що в процесі ідентифікації у людини з'являються можливості знайти додаткові, більш глибокі смисли у тих колективах, з якими вона себе асоціює. При цьому у неї виникає відчуття порядку у світі (цит. за [1]). Д. Сласс та Б. Ешфорт зауважували, що ідентифікація сприяє підвищенню почуття колективної самооцінки [3].

Проведені емпіричні дослідження показали, що організаційна ідентифікація також стимулює розвиток довгострокової прихильності та підтримки підприємства [1; 2; 3; 4; 5]. Організація забезпечує певні умови та надає переваги, які відповідають запитам працівників. Наприклад, мотивами для ідентифікації можуть стати потреба у приналежності, у безпеці, у цілісності, у самопослідовності, самоефективності, самоактуалізації. Якщо організація задовольняє хоча б частину із них, то вона має можливість отримати співробітників, які приймають її цілі, цінності та діють у відповідності до них.

Виокремлюють такі передумови організаційної ідентифікації: відмітні ознаки організації, зовнішній престиж, міра контакту між співробітником та організацією, рівень підтримки, важливість комунікацій, міра збігу особистої та організаційної ідентичності. Крім того, можливість кар'єрного зростання,

підтримка та розуміння керівництва, розширена мережа комунікацій також позитивно впливають на формування організаційної ідентифікації. Також було встановлено, що рівень ідентифікації співробітника з корпорацією буде підвищуватися у тому випадку, коли він розуміє, що від нього очікується, і в організації мінімізовані рольові конфлікти та рольова неоднозначність.

Дослідження, які було проведено у цій галузі, показали позитивний вплив організаційної ідентифікації на різні ключові аспекти, що пов'язані із роботою та поведінкою, наприклад, прив'язаність до робочої групи, професійна, рольова ефективність, а також бажані для компанії форми поведінки [2]. Крім того, вона впливає на залученість, міру задоволеності роботою, організаційну прихильність, організаційну поведінку, а також на намір залишитися в організації.

На підставі того, як дослідники вивчають процес ідентифікації, їх можна поділити на дві групи. До першої належать ті науковці, які розглядають його як низхідний процес, тобто оцінюють те, як організація впливає на індивідів. Другу групу складають ті дослідники, які вважають ідентифікацію висхідним процесом. У фокусі їх уваги перебувають думки, почуття та дії, які застосовує людина для встановлення межі між собою та організацією (цит. за [3]). Додатково слід вказати, що якщо ідентифікація є когнітивним процесом, то членство в організації – це є поведінка, тобто деякі люди можуть ідентифікувати себе з організацією ще до того, як стають її членами, інші – спочатку стають співробітниками, а вже потім через певний час можуть ідентифікуватися з нею.

Таким чином, членство в організації та ідентифікація, хоча і є пов'язаними між собою, але ж не є одним і тим самим конструктом. Організаційна ідентифікація є частиною Я-концепції працівника. Іншими словами, організаційна ідентифікація пов'язана з її самовизначенням. Прихильність є більшою мірою установкою по відношенню до організації. Можливо говорити про те, що ідентифікація спрямована на самого працівника, а прихильність спрямована на організацію, членом якої він є.

Отже, організаційна ідентифікація як специфічна форма соціальної ідентичності заснована на схожості та подібності індивідуальних та організаційних характеристик. При цьому усвідомлення спільних характеристик супроводжується їх оцінкою та емоційним станом, який виникає у зв'язку з цим. Прихильність ґрунтується на сукупності організаційних характеристик, які роблять роботу і факт членства в даній організації привабливим для співробітника. При цьому різні підстави для прихильності, наприклад, відповідність цінностей (афективна прихильність), обов'язки (нормативна прихильність), втрати (поточна прихильність), супроводжується переживанням різних емоцій: щастя / смуток (афективна прихильність), гордість / почуття провини (нормативна прихильність), безпека / тривога (поточна прихильність).

Література:

1.Каленчук В. О. Соціальний статус студента як чинник оцінки організаційної культури університету. *Інсайт: психологічні виміри суспільства : наук. журн.* Херсон: Видавничий дім «Гельветика». 2019. Вип. 2. С. 72-77.

2.Липатов С. А., Ловаков А. В. Исследования организационной идентификации в зарубежной психологии. *Национальный психологический журнал.* 2010. № 1(3). С. 70–75.

3.Ashforth, B.E., Joshi, M., Anand, V., O'Leary-Kelly, A.M. Extending the expanded model of organizational identification to occupations. *Journal of Applied Social Psychology*, 2013.Vol. 43.P. 2426-2448.

4.He, H., Brown, A.D. Organizational identity and organizational identification: A review of the literature and suggestions for future research. *Group and Organizational Management*, 2013. Vol. 38(1). P. 3-35.

5.Martin, K.D., Johnson, J.L., French, J.J. Institutional pressures and marketingethics initiatives: The focal role of organizational identity. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 2011. Vol. 39(4). P. 574-591.