

**А. А. Сорокина**

УДК 159.9.075

Кафедра социальной и организационной психологии, факультет философии и социальных наук, Белорусский государственный университет, Минск, Республика Беларусь

## АНАЛИЗ ПОЗИТИВНЫХ И НЕГАТИВНЫХ АСПЕКТОВ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ

Организационная идентификация – восприятие человеком своего сходства и чувство единства с организацией или принадлежности к организации, проявляющееся в том, что индивид определяет себя в терминах организации, членом которой он является. В статье рассматриваются позитивные и негативные последствия организационной идентификации, оказывающие влияние на сотрудников. Проведенный анализ позволит расширить существующие представления об отдельных аспектах организационной идентификации и определить направления дальнейших исследований.

**Ключевые слова:** сотрудники организации, организационная идентификация, социальная идентичность.

**Образец цитирования:** Сорокина, А. А. Анализ позитивных и негативных аспектов организационной идентификации / А. А. Сорокина // София: электрон. науч.-просветит. журн. – 2022. – № 2. – С. 75–79.

**A. Sorokina**

Department of Social and Organizational Psychology, Faculty of Philosophy and Social Science, Belarussian State University, Minsk, Republic of Belarus

## ANALYSIS OF POSITIVE AND NEGATIVE ASPECTS OF ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION

Organizational identification is a person's perception of their similarity and a sense of oneness with an organization or belonging to an organization, manifested in the fact that the individual defines himself in terms of the organization of which he is a member. The article discusses the positive and negative consequences of organizational identification that affect employees. The analysis will expand the existing understanding of the negative aspects of organizational identification and determine the directions for further research.

**Keywords:** organization employees, organizational identification, social identity.

**For citation:** Sorokina A. Analysis of positive and negative aspects of organizational identification. *Sophia*. 2022;2:74–79. Russian.

**Автор:**

**Анастасия Анатольевна Сорокина** – аспирант кафедры социальной и организационной психологии факультета философии и социальных наук БГУ.

[evilovastasya@gmail.com](mailto:evilovastasya@gmail.com)

**Author:**

**Anastasia Sorokina** – PhD Student at the Department of Social and Organisational Psychology of the Faculty of Philosophy and Social Sciences, BSU.



Современные организации находятся в состоянии перманентных изменений. Даже наблюдаемая стабильность вовсе не свидетельствует о реальном постоянстве организации в силу самой ее сути: организация является открытой системой, и все изменения, происходящие во внешней среде, так или иначе запускают процесс изменения внутренней среды организации. Кроме того, фактически в каждой отрасли происходят слияния и поглощения, реорганизации и трансформации способов работы в связи с быстрым технологическим развитием. Изменения в организациях стали настолько регулярными, что компании оказываются в постоянном процессе изменений, наслаивающихся друг на друга во времени. Одним из важных факторов поддержки перемен работниками является организационная идентификация.

J. G. March и H. A. Simon предложили первую модель организационной идентификации, которая рассматривалась как процесс замещения личных целей организационными. До начала своего широкого распространения термин «организационная идентичность» часто употреблялся как синоним нескольких других сходных понятий (организационная приверженность, вовлеченность в работу, организационный характер и т. д.) [3].

Основой для рассмотрения феномена организационной идентификации является теория социальной идентичности, автором которой является Н. Tajfel. Главное положение теории социальной идентичности заключается в том, что социальная группа, к которой относит себя индивид и к которой он чувствует причастность, становится частью его Я-концепции. Индивид может быть членом нескольких социальных групп, и наиболее значимая для него общность регулирует его деятельность. В Я-концепции выделяются личная идентичность и социальная идентичность. Социальная идентификация – это восприятие человеком своей принадлежности к общности [15].

Со временем исследователи стали выделять нейтральную идентификацию, деидентификацию и амбивалентную идентификацию [3; 8]. F. Mael и B. F. Ashforth определяют организационную идентификацию как «воспринимаемое единство с организацией». По их мнению, сотрудники ведут себя в соответствии с существенными аспектами их идентичности, проявляя альтруизм и сотрудничество в группе [13].

Ранее полагалось, что организационная идентификация полезна для организации [16]. Анализ многочисленных определений организационной идентификации показывает, что данный феномен представляет собой положительную характеристику, а также способен объяснить благоприятные изменения в отношениях и поведении сотрудников: повышение удовлетворенности работой, производительность труда, приверженность, вовлеченность в работу, мотивацию и др. [11].

Результаты исследования R. L. Dijk и R. Dick показали, что организационная идентификация оказывает сильное и положительное влияние на удовлетворенность работой. Продолжив исследования, M. Karanika-Murray и коллеги обнаружили, что влияние организационной идентификации на удовлетворенность работой связано с увлеченностью работой. Сотрудники, имеющие сильную и позитивную связь с организацией, вовлечены в работу, полны энергии и преданы своему делу, в результате этого получают удовлетворенность от работы [7]. W. H. Macey и B. Schneider выявили, что идентификация с работой приводит к тому, что сотрудники способны решать сложные задачи, а также повышает производительность труда [11].

Исследование Е. А. Наумцевой и А. А. Климова показало связь организационной идентификации с психологической готовностью к организационным изменениям. Если в организации уровни идентификации и удовлетворенности работой одновременно высоки, то их влияние на готовность сотрудников к изменениям усиливает друг друга [2].

Однако впоследствии исследователи пришли к выводу, что организационная идентификация может оказывать и далеко не позитивное влияние на организацию и сотрудников, так как способна стимулировать проявление среди сотрудников негативных эмоций и поведения [11].

Анализ источников показывает, что представлено малое количество исследований, посвященных негативным аспектам организационной идентификации. Некоторые имеющиеся исследования позволили выявить неблагоприятные последствия, такие как сокращение сотрудничества, конфликт в сфере «работа–семья» [7] и сопротивление изменениям. Также организационная идентификация способна приводить к корыстному, девиантному и неэтичному поведению сотрудников [9].

В исследовании Е. Е. Umphress и коллег было выявлено, что высокий уровень организационной идентификации способствует неэтичному проорганизационному поведению, т. е. сотрудники способны совершать неэтичные действия ради организационной выгоды. И несмотря на то, что сотрудники могут пытаться помочь организации, результат их действий может отличаться от намерений и причинить вред. Например, уничтожение компрометирующих документов для защиты организации может усилить подозрение внешних аудиторов и привести к штрафам [17]. Исследования М. Chen, С. С. Chen, О. J. Sheldon показали, что процесс морального разобщения объясняется положительной взаимосвязью между организационной идентификацией и неэтичным проорганизационным поведением [5]. Сотрудники с высоким уровнем организационной идентификации не останавливаются на достигнутом, проявляя проорганизационное и просоциальное поведение, даже когда это неэтично и противоречит организационным правилам [5; 12; 17]. Подобное происходит главным образом из-за лояльности и привязанности сотрудников к организации, что побуждает их проявлять проорганизационное поведение даже за счет других. В настоящее время для исследователей интерес представляют два вида проорганизационного поведения:

- 1) неэтичное проорганизационное поведение – поведение, которое отвечает интересам организации, но является неэтичным [14];
- 2) просоциальное нарушение правил – нарушение правил организации в интересах заинтересованных сторон [4].

На протяжении последних десятилетий было признано, что организационная идентификация усиливает гражданское поведение сотрудников, которое понимается как действия сотрудников, не входящие в их должностные обязанности, за которые не предусмотрено отдельного материального вознаграждения, но которые направлены на благо организации, поддерживают ее психологическое и социальное функционирование и тем самым увеличивают ее эффективность [1].

Последние исследования позволяют предположить, что сотрудники могут проявлять гражданское поведение из-за внешней или контролируемой мотивации, чтобы постоянно приносить пользу организации. Внешне мотивированное организационное гражданское поведение недавно стало восприниматься отрицательной стороной гражданского организационного поведения. Такое поведение основано на представлении о том, что сотрудники не проявляют гражданское организационное поведение

по доброй воле; вместо этого, согласно нормам гражданства, они должны демонстрировать надроловое поведение, не оставляя сотрудникам другого выбора, кроме как делать гораздо больше, чем предусматривает должностная инструкция [16]. Поскольку сотрудники с высоким уровнем организационной идентификации чувствуют себя обязанными выполнять организационные нормы из-за чувства единства и общих целей, они с большей вероятностью будут демонстрировать внешне мотивированное гражданское поведение, но не потому, что они этого хотят, а потому, что они считают, что должны это делать. В конечном счете это приводит к проявлению неэтичного проорганизационного поведения и просоциальному нарушению правил. В такой ситуации сотрудники показывают организации, что они готовы сделать все возможное, чтобы добиться успеха.

Исследование К. С. Yam, А. С. Klotz и др. показывает, что внешне мотивированное организационное гражданское поведение приносит организации больше вреда, чем пользы. Данный феномен включает в себя все дополнительные роли поведения, которые не являются частью должностной инструкции сотрудника. Исследователи выделили несколько связанных с этим негативных последствий, таких как отклонения от нормы на рабочем месте [18]. Участие во внешне мотивированном надроловом поведении может привести сотрудников к состоянию психологического права, в котором они думают, что достойны похвалы и заслужили право на особое обращение, выполняя дополнительные задачи, выходящие за рамки должностной инструкции [6].

Анализ научных исследований показал, что исследования организационной идентификации в основном сосредоточены на ее положительных аспектах. В данной статье предлагается учитывать как цель (нацеливание на результаты, связанные с организацией и конкретным сотрудником), так и положительные и отрицательные эффекты, которые оказывает организационная идентификация. Такой подход может оказаться полезным в дальнейших исследованиях для объяснения иногда несогласованных эффектов организационной идентификации. Например, в некоторых исследованиях не удалось обнаружить значительных эффектов организационной идентификации. Предположительно, организационная идентификация имеет как положительные, так и отрицательные аспекты, которые способны нейтрализовать друг друга. Предположительно, многие исследования, в которых было выявлено положительное влияние организационной идентификации, возможно, недооценили его эффекты из-за того, что в них не учитывались отрицательные стороны.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Гулевич, О. А. Гражданское поведение в организации: условия и последствия / О. А. Гулевич // Организационная психология. – Т. 3. – 2013. – № 3. – С. 78–96.
2. Наумцева, Е. А. Взаимосвязь психологической готовности к организационным изменениям и организационной идентификации / Е. А. Наумцева, А. А. Климов // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Сер.: Педагогика, психология. – 2017. – № 2. – С. 71–75.
3. Наумцева, Е. А. Роль организационной идентификации в ситуации организационных изменений / Е. А. Наумцева // Организационная психология. – Т. 9. – 2019. – № 2. – С. 106–128.
4. Brief, A. P. Prosocial organizational behaviors / A. P. Brief, S. J. Motowidlo // The Academy of Management Review. – Vol. 11. – 1986. – № 4. – P. 710–725.
5. Chen, M. Relaxing moral reasoning to win: How organizational identification relates to unethical pro-organizational behavior / M. Chen, C. C. Chen, O. J. Sheldon // Journal of Applied Psychology. – 2016. – Vol. 101. – P. 1082–1097.
6. Harvey, P. Frustration-based outcomes of entitlement and influence of supervisor communication / P. Harvey, K. J. Harris // Human Relation. – 2010. – Vol. 63. Iss: 11. – P. 1640–1662.
7. Karanika-Murray, M. Organizational identification, work engagement, and job satisfaction / M. Karanika-Murray, N. Duncan, H. M. Pontes, M. D. Griffiths // Journal of Managerial Psychology. – Vol. 30. – P. 1019–1033.
8. Kreiner, G. E. Evidence toward an expanded model of organizational identification / G. E. Kreiner, B. F. Ashforth // Journal of Organizational Behavior. – 2004. – Vol. 25. – P. 1–27.
9. Li, Y. Organizational identification as a double-edged sword: dual effects on job satisfaction and life satisfaction / Y. Li, J. Fan, S. Zhao // Journal of Personnel Psychology. – 2015. – Vol 14. – P. 182–191.
10. Liu, Y. Linking organizational identification and employee performance in teams: the moderating role of team-member exchange / Y. Liu, R. Loi, L. W. Lam // The International Journal Of Human Resource Management. – 2011. – Vol. 22. – P. 3187–3201.
11. Macey, W. H. The Meaning of Employee Engagement / W. H. Macey, B. Schneider // Industrial and Organizational Psychology. – 2008. – Vol. 1. – P. 3–30.
12. Mackey, J. D. A meta-analysis of interpersonal and organizational workplace deviance research / J. D. Mackey [et al.] // Journal of Management. – 2019. – Vol. 47. – P. 597–622.
13. Mael, F. Alumni and their alma mater: a partial test of the reformulated model of organizational identification / F. Mael, B. F. Ashforth // Journal of Organizational Behavior. – 1992. – Vol. 13. – P. 103–123.
14. Naseer, S. The malevolent side of organizational identification: unraveling the impact of psychological entitlement and manipulative personality on unethical work behaviors / S. Naseer [et al.] // Journal of Business and Psychology. – 2019. – Vol. 35. – P. 333–346.
15. Tajfel, H. The social identity theory of group behavior / H. Tajfel, J. C. Turner // Psychology of Intergroup Relations. – 2004. – P. 276–293.
16. Tarakci, M. Performance feedback and middle managers' divergent strategic behavior: the roles of social comparisons and organizational identification / M. Tarakci [et al.] // Strategic Management. – 2018. – Vol. 39. – P. 1139–1162.
17. Umphress, E. E. Unethical behavior in the name of the company: The moderating effect of organizational identification and positive reciprocity beliefs on unethical pro-organizational behavior // E. E. Umphress, J. B. Bingham, M. S. Mitchell // Journal of Applied Psychology. – 2010. – Vol. 95. – P. 769–780.
18. Yam, K. C. From good soldiers to psychologically entitled: examining when and why citizenship behavior leads to deviance / K. C. Yam [et al.] // Academy of Management Journal. – 2017. – Vol. 60. – P. 373–396.