

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ИДЕНТИФИКАЦИЯ КАК ПРОБЛЕМНОЕ ПОЛЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

А. А. Сорокина

Белорусский государственный университет, г. Минск;

evilovastasya@gmail.com;

науч. рук. – Г. А. Фофанова, канд. психол. наук, доц.

В статье рассмотрены и систематизированы западные и отечественные исследования организационного феномена - организационная идентификация и подходы к её изучению: теория социальной идентичности и теория социальной самокатегоризации. Организационная идентификация имеет множество трактовок. Раскрывается содержание и структура феномена.

Ключевые слова: организационная идентификация; сотрудники организаций; идентификация с рабочей группой.

Организация занимает важное место в жизни человека. Значительную часть времени человек проводит на работе, поэтому одной из проблем, интересующих исследователей организационного поведения, являются взаимоотношения между сотрудником и организацией. Организация является социальной группой, поэтому актуальным является исследование принадлежности работника к организации и его привязанности к ней. Изучение данной темы происходит с помощью такого феномена как организационная идентификация.

В организационной структуре своё распространение находят теории социальной идентичности А. Тэшфела и самокатегоризации Дж. Тернера. Так, А. Тэшфел определяет социальную идентификацию как процесс, а социальную идентичность как продукт этого процесса [1]. Стоит отметить, что в организационном контексте и процесс, и продукт этого процесса в большинстве обозначаются как организационная идентификация. Организационная идентичность в зарубежных исследованиях имеет другое значение, поэтому в данном случае не используется. Феномен организационной идентичности раскрывает наиболее общие характеристики и атрибуты организации, которые разделяются членами организации и отличают ее от иных организационных структур [4]. Таким образом, субъект организационной идентичности скорее организация, а не индивид. В связи с этим процесс идентификации сотрудника с организацией, в которой он работает и результат данного процесса в организационной психологии именуют как «организационная идентификация», который понимается как 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 [3].

История изучения процессов идентификации сотрудников с организацией насчитывает не один десяток лет. Первая концепция организационной идентификации была предложена Дж. Марчем и Г. Саймоном, далее существовало лишь небольшое количество исследований. Л. Портер рассматривал идентификацию как компонент приверженности к организации. Позже феномен рассматривался как практически синонимичный организационной приверженности.

В конце 80-х организационная идентификация рассматривалась как уникальный конструкт. Так, Б. Эшфорт и Ф. Маел рассматривали феномен как специфическую форму социальной идентификации. Согласно мнению Б. Эшфорта и Ф. Маела, организационная идентификация обязана рассматриваться как когнитивный конструкт, который иллюстрирует процесс восприятия принадлежности сотрудника к своей организационной структуре как социальной категории. Этот процесс тесно связан с специфическими формами эмоционального состояния и поведения. Сотрудник организации, который отождествляет себя с организацией, обладает наиболее четко выраженным стремлением к ее поддержке, стимулирует процесс по достижению целей, интересов. Иными словами, сотрудник ощущает свою эмоциональную приверженность к ней. Таким образом, видно, что не существует единого термина, который способен раскрыть понятие организационной идентификации.

А. В. Ловаков и С. А. Липатов разводят понятия организационной идентификации и организационной приверженности, определяя организационную идентификацию как воспринимаемое работником единство себя и компании, которое преобразуется в часть Я-концепции. Организационная идентификация и организационная приверженность включают в свою внутреннюю структуру различные предикторы. В то же время они сами являются предикторами для различных переменных. Отсюда можно сделать вывод, что эти два конструкта необходимо рассматривать как раздельное и самостоятельное [2].

Также в последние годы выделяется нейтральная идентификация, дезидентификация и амбивалентную идентификация [3]. Нейтральную идентификацию определяется как равнодушие к интересам организации и преобладание личных интересов над организационными. Дезидентификация

фикация определяется как состояние отделённости от организации. Цели сотрудника не согласуются с организационными. Амбивалентная идентификация характеризуется противоположными аффективными ориентациями по отношению к организации [5].

Библиографические ссылки:

1. Андреева, Г.М. Психология социального познания /Г.М. Андреева // Учебное пособие для студентов вузов. – 3 е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 303 с.
2. Липатов, С.А. Исследование организационной идентификации в зарубежной психологии / С.А. Липатов, А.В. Ловаков // Психологический журнал. №1(3). – 2010. – С. 70-75.
3. Наумцева, Е.А. Роль организационной идентификации в ситуации организационных изменений / Е.А. Наумцева // Организационная психология. Т. 9. № 2., 2019. – С.106–128.
4. Albert, S. Organizational identity / S. Albert, D. Whetten // Research in Organizational Behavior / Ed. by L.L. Cummings, B.M. Staw. – Greenwich, CT: JAI Press 1985. – Vol. 7. – P. 263–295.
5. Oglensky, B.D. The ambivalent dynamics of loyalty in membership /B.D. Oglensky // Human Relations, 61, 2008. – P. 419–448.