

УДК 351.85:316.7

**О. В. Фролова**

Received November 25, 2015;

Revised March 15, 2016;

Accepted May 12, 2016.

## **ТИПОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ЯК ОСОБИСТІСНОГО УТВОРЕННЯ ПРАЦІВНИКА**

У статті обґрунтовано актуальність вивчення феномену організаційної ідентичності. На основі кластерного аналізу даних, отриманих за результатами застосування авторського опитувальника, виокремлено типи організаційної ідентичності з різним внутрішньоструктурним поєднанням її діагностичних показників. Виявлено, що для співробітників з «емоційно-адаптивним» типом організаційної ідентичності характерний низький рівень узгодженості особистісних та організаційних цілей і цінностей. Однак, зважаючи на яскраво виражену позитивну емоційну оцінку власної приналежності до установи, внаслідок високої міри задоволеності низки мотиваційних потреб у її межах, вони намагаються адаптуватися й дотримуватися задекларованих норм поведінки. Працівники з «когнітивно-нормативним» типом організаційної ідентичності тісно отождоковують себе з організацією, виявляють високий рівень декларативних знань про загальні засади функціонування своєї компанії та її трудового колективу, але рідко демонструють активну участь у житті установи. Характерною особливістю працівників з «афіліативним» типом ідентичності є висока міра задоволеності потреб в афіліації, зокрема дружніх стосунках у колективі, підтримці та розумінні з боку колег, задоволенні від спілкування зі співробітниками. «Когнітивно-адаптивний» тип ідентичності чітко усвідомлює свою приналежність до організації й на рефлексивному рівні позиціонує себе як її невід'ємну частину. Водночас низький рівень інтеріоризації цінностей та цілей організації поєднується зі спробами пристосовуватися до прийнятих у компанії норм поведінки. «Зріла» організаційна ідентичність співробітників характеризується високою сформованістю всіх її компонентів на когнітивному, емоційному та поведінковому рівнях; «незріла» ідентичність за змістовим навантаженням виступає антиподом до попередньої, оскільки характеризується низькими значеннями за всіма діагностичними показниками.

**Ключові слова:** «емоційно-адаптивна», «когнітивно-нормативна», «афіліативна», «когнітивно-адаптивна», «зріла», «незріла» організаційна ідентичність; кластерний аналіз.

**Frolova O. V. Typological Peculiarities of Organizational Identity as Employee's Individual Creation.** The article grounds the actuality of the organizational identity phenomenon study. The author used her own survey to apply the data cluster

analysis. Owing to that method, organizational identity types with different internal structure connections of the organizational identity diagnostic indices have been figured out. The research defines that employees, who have the “emotionally-adaptable” type of organizational identity are characterized with a low level of consistency of their personal goals and aims with values of their organizations. But as far as they have a clearly defined positive appraisal of their belonging to the organization and thanks to the high level of their motivational needs satisfaction in frames of it, the employees try to adapt and follow the declared behavioral norms. The employees with the “cognitive-normative” type of an organizational identity closely identify themselves with their organization, demonstrate their high level of declarative knowledge about the general basics of their company functioning and its staff. But they rarely take an active part in their organizations’ life. The typological feature of employees, who have the “affiliative” identity type, is high level of satisfaction of their need in affiliation. In particular, that is about their friendly relations with their team members, understanding and support from their colleagues, positive emotions from the communication with their co-workers. The “cognitive-adaptable” identity type is marked by clear understanding of his belonging to the organization by the individual. At reflex level he positions himself as an integral part of it. At the same time, the low level of interiorization of values and aims of the organization combines with the attempts to adapt to behavior norms, accepted by the company. The “mature” organizational identity of the employees means the high development of all of its components at the cognitive, emotional and behavioral levels. The “immature” identity according to its content is an antipode to the “mature”. It is characterized with the low values of all of the diagnostic indices.

**Keywords:** “emotionally-adaptable”, “cognitive-normative”, “affiliative”, “cognitive-adaptable”, “mature”, “immature” organizational identity; cluster analysis.

**Фролова Е. В. Типологические особенности организационной идентичности как личностного образования работника.** В статье обоснована актуальность изучения феномена организационной идентичности. На основе кластерного анализа данных, полученных в результате применения авторского опросника, выделены типы организационной идентичности с различным внутрискруктурным сочетанием ее диагностических показателей. Выявлено, что для сотрудников с «эмотивно-адаптивным» типом организационной идентичности характерен низкий уровень согласованности личных и организационных целей и ценностей. Однако, несмотря на ярко выраженную положительную эмоциональную оценку собственной принадлежности к учреждению, в результате высокой степени удовлетворенности ряда мотивационных потребностей в ее пределах, они пытаются адаптироваться и следовать задекларированным нормам поведения. Работники с «когнитивно-нормативным» типом организационной идентичности тесно отождествляют себя с организацией, проявляют высокий уровень декларативных знаний об общих принципах функционирования своей компании и ее трудового коллектива, но редко демонстрируют активное участие в жизни учреждения. Характерной особенностью работников

с «афіліативним» типом ідентичності являється висока ступінь задоволеності потребностей в афіліації, в частині, дружеских відносинах в колективі, підтримці і розумінні со сторони колег, задоволеності від спілкування з співробітниками. «Когнітивно-адаптивний» тип ідентичності чітко усвідомлює свою належність до організації і на рефлексивному рівні позиціонує себе як її неотъемлему частину. В той же час низький рівень інтерналізації цінностей і цілей організації поєднується з спробами пристосуватися до прийнятих в компанії норм поведінки. «Зріла» організаційна ідентичність співробітників характеризується високою сформованістю всіх її компонентів на когнітивному, емоційному і поведінковому рівнях; «незріла» ідентичність по змістовій навантаженості виступає антиподом попередньої, оскільки характеризується низькими значеннями по всім діагностичним показателям.

**Ключевые слова:** «емоційно-адаптивна», «когнітивно-нормативна», «афіліативна», «когнітивно-адаптивна», «зріла», «незріла» організаційна ідентичність; кластерний аналіз.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** В умовах стрімкої трансформації сучасного суспільства до кола пріоритетних наукових інтересів і вітчизняних, і зарубіжних учених належить ґрунтовне осмислення соціального аспекту ідентичності особистості як результату її включення до широкого кола суспільних відносин. Одні з ключових місць у житті людини в умовах сьогодення посідають трудові відносини. З огляду на це, очевидним є зростання інтересу дослідників до феномену організаційної ідентичності як особистісного утворення. Однак навіть в умовах особливої уваги науковців до цієї тематики існують аспекти, які все ще потребують більш ґрунтовного дослідження. Питання типологічних особливостей організаційної ідентичності – одна з таких прогалин у межах сучасного психологічного вчення.

**Мета** статті полягає у виокремленні на емпірико-діагностичному рівні типів організаційної ідентичності за структурно-функціональною ознакою.

**Методологія дослідження.** Для встановлення структурно-функціональних особливостей організаційної ідентичності респондентів було застосовано авторську методику, спрямовану на діагностику рівня розвитку когнітивно-рефлексивного (Я-образ, образ організації, образ трудового колективу), афективно-мотиваційного (глицічні, комунікативні та практичні емоції) й конативно-нормативного (механізми саморегуляції, реальна активність) компонентів цього конструкта.

Для виокремлення типів організаційної ідентичності використано кластерний аналіз (ієрархічна кластеризація методом міжгрупових зв'язків із визначенням евклідових відстаней).

Вибірку склали 204 співробітники ВФ ТЗОВ «Золотий Екватор» віком від 21 до 64 років, стаж професійної діяльності яких становить від одного до 18 років. Серед них було 45 % чоловіків та 55 % жінок.

**Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.** Кластерний аналіз отриманих даних у результаті застосування авторської методики діагностики організаційної ідентичності засвідчив, що вибірка сукупність залежно від міри сформованості структурних компонентів досліджуваного особистісного утворення диференціюється на шість самостійних груп. Аналіз вираженості індикаторів концепту окремо в межах кожного кластера на основі методу порівняння середніх величин (див. табл. 1) дав змогу визначити їхні особливості щодо змістового навантаження компонентів організаційної ідентичності та визначити її типи залежно від структурних особливостей.

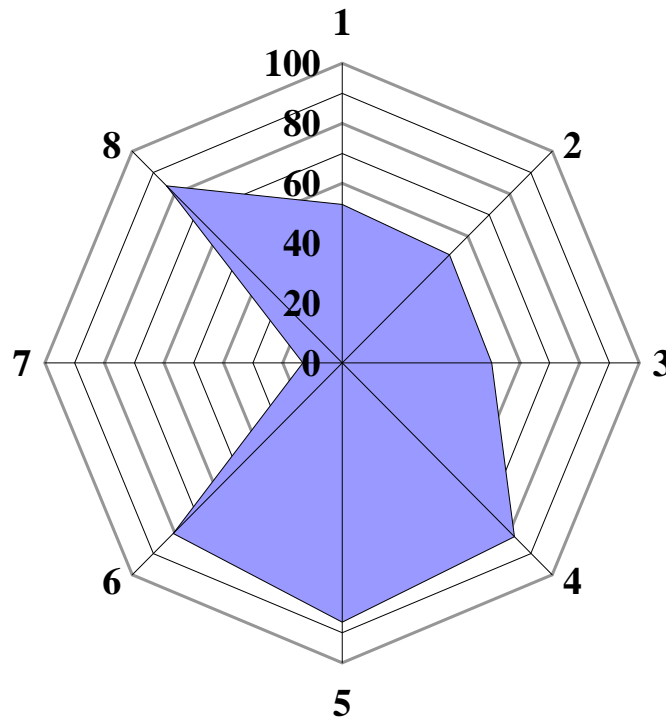
Таблиця 1

## Середні значення діагностичних критеріїв для виокремлених кластерів

Діагностичні критерії	Кластер					
	1	2	3	4	5	6
Когнітивно-рефлексивний компонент						
Образ-Я	52,81	76,96	53,90	77,26	87,89	9,33
Образ організації	50,91	81,41	54,13	83,39	97,45	13,35
Образ трудового колективу	50,37	82,54	53,76	77,08	87,22	15,83
Афективно-мотиваційний компонент						
Глоричні емоції	81,93	49,96	54,74	28,53	79,36	12,58
Архетипові емоції	86,41	45,85	54,81	25,26	95,38	15,98
Комунікативні емоції	80,29	46,26	83,58	48,23	97,33	16,03
Конативно-нормативний компонент						
Механізми саморегуляції	13,25	73,54	53,25	36,32	91,83	11,97
Реальна активність	83,54	21,95	53,61	81,70	86,43	13,53

Аналізуючи змістове наповнення кожної із виділених груп, можна помітити різну представленість у ній тих чи інших елементів організаційної ідентичності. Саме ці критерії бралися за основу при формулюванні назв типів досліджуваного конструкта.

Змістове наповнення концепту організаційної ідентичності респондентів першого кластера складає підґрунтя для його визначення як «*емотивно-адаптивний*». Слід зауважити, що ця група включила найбільший відсоток осіб вибіркової сукупності – 34,3 % (див. рис. 1).



**Рис. 1.** «Емотивно-адаптивний» тип організаційної ідентичності\*

Так, здійснені статистичні обрахунки вказують, що показники прояву всіх елементів (Образ-Я – 52,81; Образ організації – 50,91) когнітивно-рефлексивної складової частини організаційної ідентичності респондентів цієї групи містяться в діапазоні середніх значень. Тоді як показники за всіма індикаторами афективно-мотиваційного компонента (глоричні емоції – 81,93, архетипові емоції – 86,41, комунікативні емоції – 80,29) високі. Отож, слід відзначити ефективність реалізації всіх його функцій. Таким чином, здійснення емотивно-оцінної функції відображається в позитивному ставленні працівника до свого членства в організаційній спільноті, гордості за її досягнення, стабілізаційно-захисна функція зумовлює повноцінне задоволення базової потреби співробітника у відчутті безпеки, а компенсаторно-прогностична функція в представників цього кластера виявляється у винесенні логічних суджень щодо певних фактів організаційного життя через надання їм лише позитивного емоційного забарвлення.

Незважаючи на високий рівень задоволення ряду мотиваційних потреб у межах установи, а також на високі числові значення, отри-

\* Тут і далі: 1 – образ Я; 2 – образ організації; 3 – образ трудового колективу організації; 4 – глоричні емоції; 5 – архетипові емоції; 6 – комунікативні емоції; 7 – механізми саморегуляції; 8 – реальна активність.

мані за шкалою «Реальна активність» (83,54), що свідчить про виявлення прокреативно-цільової функції ідентичності особистості в схильності до цілеспрямованої демонстрації форм поведінки, орієнтованих на досягнення успіху організацією та підвищення ефективності її діяльності, результати діагностики вказали на низький рівень інтеріоризації працівниками цінностей установи в структуру власної особистості (механізми саморегуляції – 13,25). Отже, конативно-нормативна площина організаційної ідентичності співробітників цього типу характеризується низькою ефективністю нормативно-регулятивної функції, тобто вони не приймають цінностей організації, однак намагаються адаптуватися та дотримуватися задекларованих у ній норм поведінки. Таким чином, хоча вони й дотримуються правил організаційної дисципліни, водночас схильні в будь-який момент залишити установу або ж здійснити вчинок, який суперечить інтересам компанії та відповідає власним інтересам.

Другу групу (див. рис. 2) склали працівники, які тісно ототожнюють себе з організацією, виявляють високий рівень знань про загальні засади функціонування своєї компанії та трудового колективу, тобто характеризуються високим рівнем вираженості всіх діагностичних параметрів когнітивно-рефлексивної площини ідентичності, а отже й ефективною реалізацією нею особистісно-орієнтаційної, інформативно-гностичної та порівняльно-оцінної функції (відповідно Я-образ – 76,96; образ організації – 81,41; образ трудового колективу – 82,54).

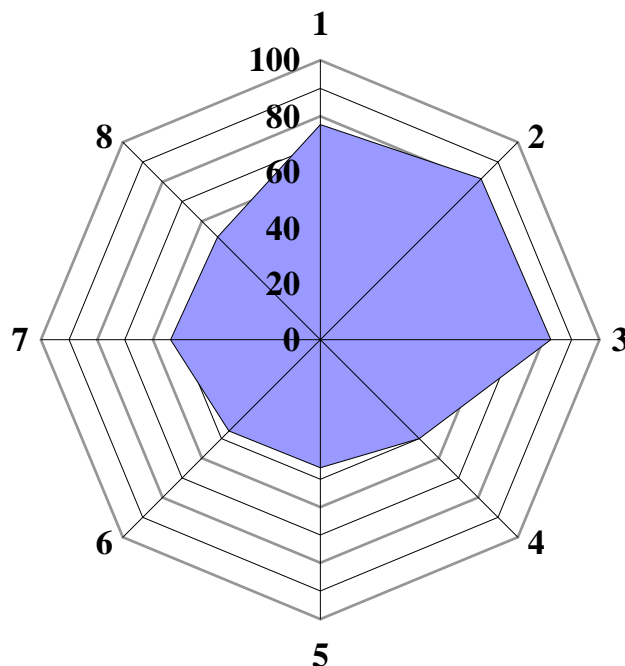
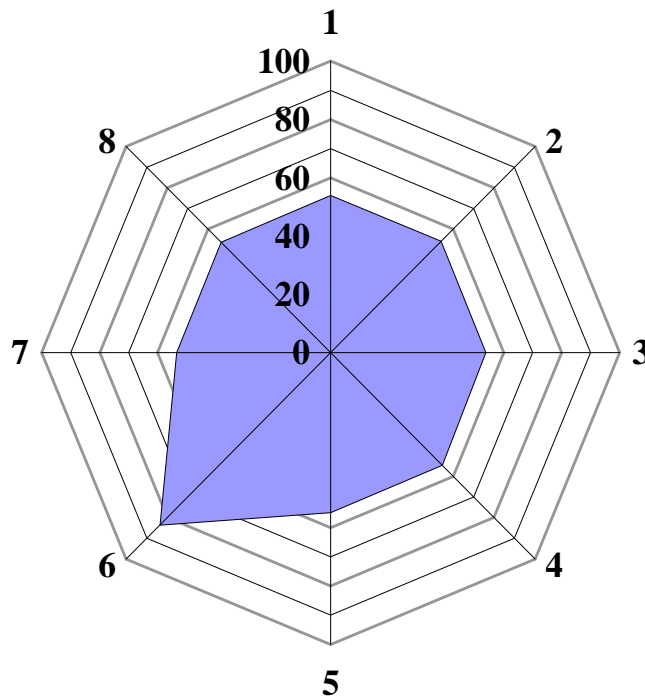


Рис. 2. «Когнітивно-нормативний» тип організаційної ідентичності

Усі показники, отримані респондентами за шкалами афективно-мотиваційного компонента, на відміну від представників попереднього кластерного профілю, є дещо нижчими та набувають середніх числових значень (глицьні емоції – 49,96; архетипові емоції – 45,85; комунікативні емоції – 46,26). Відмінним є і змістове навантаження конативно-нормативної складової частини організаційної ідентичності. Згідно з отриманими результатами, працівники цієї групи легко узгоджують норми, цілі та цінності організації з власними (нормативно-регулятивна функція) (механізми саморегуляції – 73,54), але рідко виявляють активну участь у житті установи, спрямовану на їх практичну реалізацію (прокреативно-цільова функція) (реальна активність – 21,95). Тому, ґрунтуючись на вказаних вище особливостях цього типу, інтерпретуємо його як *«когнітивно-нормативний»*.

Результати діагностики працівників третьої групи демонструють, що рівень диференціації показників організаційної ідентичності за ступенем їх сформованості низький (див. рис. 3).

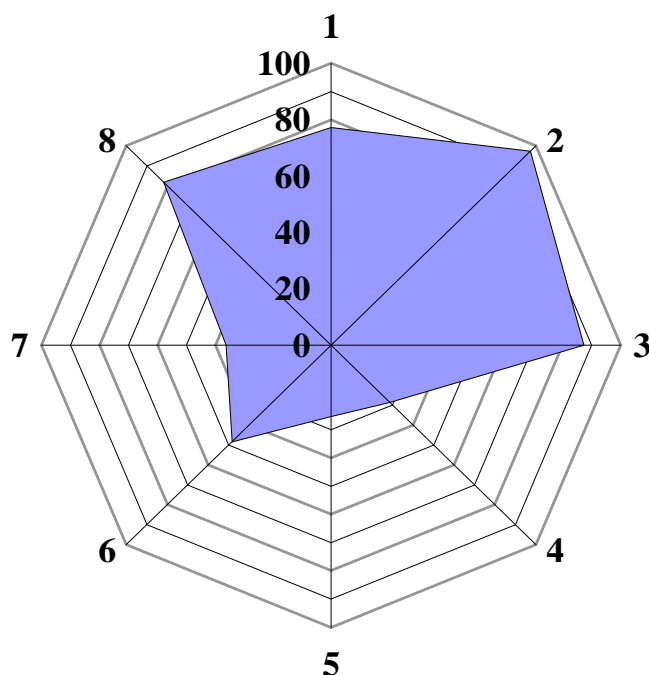


**Рис. 3.** «Афіліативний» тип організаційної ідентичності

Більшість індикаторів досліджуваного конструкта в представників цього кластеру характеризуються середнім рівнем прояву (Я-образ – 53,90; образ організації – 54,13; образ трудового колективу – 53,76; глицьні емоції – 54,74; архетипові емоції – 54,81; механізми саморегуляції – 53,25; реальна активність – 53,61). Високі значення виявлено лише за шкалою «Комунікативні емоції», яка виступає одним із діагностичних параметрів афективно-мотиваційного складника та ві-

дображає міру задоволеності потреб в афіляції, зокрема дружніх стосунках у колективі, підтримці та розумінні з боку колег, задоволенні від спілкування зі співробітниками, що є результатом реалізації емотивно-оцінної функції ідентичності. Тому цей тип працівників отримав назву «афілятивний».

Дещо більше виявляється асиметрія розвитку структурних компонентів організаційної ідентичності респондентів четвертого кластера (див. рис. 4).



**Рис. 4.** «Когнітивно-адаптивний» тип організаційної ідентичності

Результатом рефлексії працівника вказаного кластерного профілю є позиціонування себе як представника та невід'ємної частини компанії (особистісно-орієнтаційна функція), а також усвідомлення своєї схожості зі співробітниками (порівняльно-оцінна функція) (Я-образ – 77,26; образ організації – 83,39; образ трудового колективу – 77,08). Окрім цього, яскравий прояв індикаторів когнітивно-рефлексивного виміру ідентичності респондентів цього типу вказує на володіння широким спектром інформації про організацію, зокрема її місію, цілі, історію заснування та розвитку, напрями діяльності, а також про засади функціонування трудового колективу установи, наприклад, його традиції, правила та норми поведінки, професійну етику (інформативно-гностична функція).

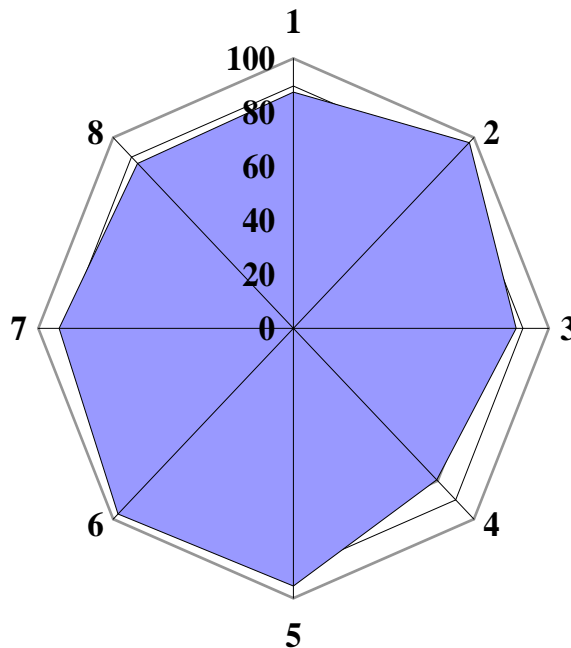
Результати, отримані за діагностичними параметрами афективно-мотиваційного компонента, свідчать, що задоволеність низки мотиваційних потреб працівників у межах організації, насамперед пов'яза-



них зі самоствердженням та відчуттям безпеки, є низькою, однак статистичні показники, що відображають міру задоволеності комунікативних потреб, набувають середніх значень.

Аналіз змістового навантаження конативно-нормативного складника організаційної ідентичності, як і в першому кластері, указує на схильність до прояву поведінки адаптивного характеру досліджуваними (адаптивна функція), оскільки низький рівень інтеріоризації цінностей та цілей організації респондентами поєднується зі спробами дотримуватися задекларованих норм організаційної поведінки (прокреативно-цільова функція). Отже, ґрунтуючись на структурно-змістових особливостях цього типу, інтерпретуємо його як **«когнітивно-адаптивний»**.

Графічне зображення отриманих результатів у межах п'ятого кластера (див. рис. 5) демонструє яскраву та рівномірну вираженість усіх діагностичних показників складових частин досліджуваного конструкта. Це дає змогу визначити його як **«зрілий»**.



**Рис. 5.** «Зрілий» тип організаційної ідентичності

Когнітивний вимір організаційної ідентичності працівників цієї групи виявляється в наявності широкого кола знань про організацію та загальні засади функціонування її трудового колективу. Безсумнівно, що результатом самокатегоризації цих співробітників у межах компанії є усвідомлення та чітке позиціонування себе як її частини. Висока міра афективної прихильності до установи детермінується задоволенням ряду мотиваційних потреб, зокрема прагнення до само-

ствердження, включеності в соціальну групу та комунікації. Якісний аналіз особливостей конативно-нормативного складника свідчить як про високу міру інтерналізації організаційних атрибутів у мотиваційну структуру досліджуваних, так і про їх активну реалізацію на поведінковому рівні.

Структурна модель організаційної ідентичності працівників шостого типу теж характеризується відсутністю асиметрії у вираженості її індикаторів, але за змістовим навантаженням виступає антиподом до попередньо описаної кластерної групи, оскільки за всіма діагностичними параметрами були отримані низькі значення (Я-образ – 9,33; образ організації – 13,35; образ трудового колективу – 15,83; глоричні емоції – 12,58; архетипові емоції – 15,98; комунікативні емоції – 16,03; механізми саморегуляції – 11,97; реальна активність – 13,53) (див. рис. 6). Тобто реалізація функціонального призначення конструкта організаційної ідентичності працівників цього кластера характеризується низькою мірою ефективності. Тому визначаємо цей тип як «незрілий».

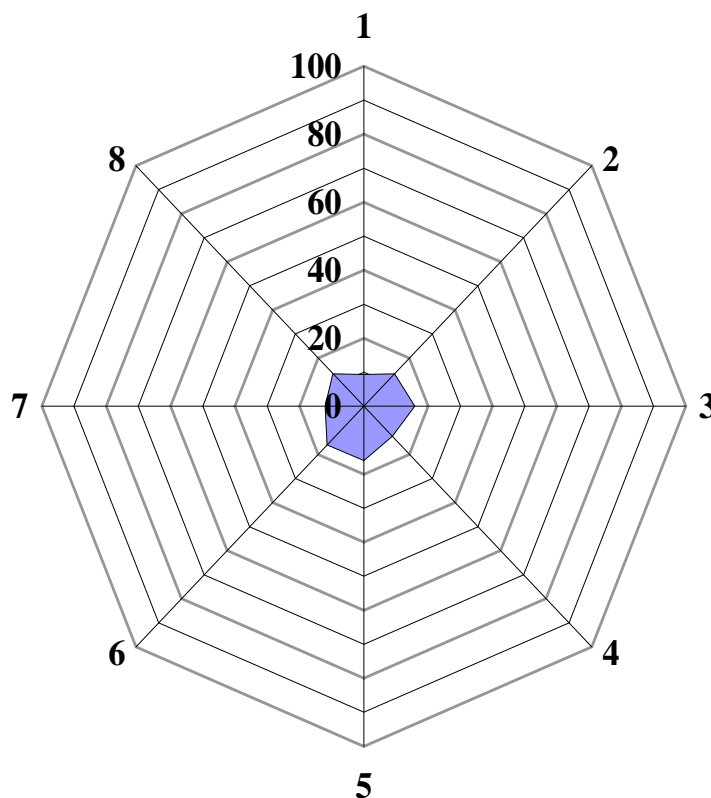


Рис. 6. «Незрілий» тип організаційної ідентичності

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Отже, виокремлення структурно-функціональних типів організаційної ідентичності та узагальнення їх специфічних рис свідчить про значний вплив характеристик цієї властивості особистості на її самовизначення та

взаємодію з іншими в межах установи, а тому її дослідження набуває вагомого значення для оптимізації стосунків у діаді «працівник – організація» загалом.

Проведене дослідження не вичерпує усіх аспектів окресленої проблеми. Перспективи подальших досліджень убачаємо в глибшій диференціації типологічних характеристик організаційної ідентичності особистості з метою аналізу прикладних можливостей її вивчення для передбачення установок і поведінкових проявів працівників.

УДК 159.923:001.102

**Х. Ю. Хворост**

Received November 26, 2015;

Revised March 28, 2016;

Accepted April 22, 2016.

## **СВІДОМЕ СТАВЛЕННЯ ОСОБИСТОСТІ ЯК ЧИННИК ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ЛЮДИНИ**

У статті обґрунтовано залежність свідомого ставлення особистості до інформації та інформаційно-психологічної безпеки людини. Подано сучасні наукові напрацювання у царині психології інформації. Розглянуто основні форми інформаційно-психологічного впливу на особистість. Обґрунтовано взаємозв'язок свідомих ставлень до інформації, що існують у такому інформаційному просторі, як семіосфера, з суспільною адекватністю соціально-психологічної зрілості людини, яка володіє стійкою інформаційно-психологічною безпекою.

Представлено результати емпіричного дослідження щодо виявлення основних крос-культурних відмінностей у свідомому ставленні до інформації українських та американських студентів. У дослідженні брали участь 250 респондентів Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки (Луцьк, Україна) та Університету Центрального Арканзасу (Конвей, США). Дослідження ґрунтувалося на основі авторського опитувальника, у якому бралось до уваги ставлення до інформації, отримуваної із різних сфер життя: спорт, сім'я, професійне зростання тощо. А також аналізувались основні джерела інформації, найбільш прийнятні для студентів обох країн.

Оскільки вибір інформаційного ресурсу залежить від ступеня його інтерактивності, було простежено відповідні відмінні та спільні риси. Результати нашого дослідження показали, що інформація є важливим складником сучасного студентства. Молодь обох країн висловлює адекватне ставлення до інформації.