

УДК 159.9.072.432, 159.9.075
doi 10.11621/vsp.2017.01.92

СУБЪЕКТИВНОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЕ И ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ИДЕНТИФИКАЦИЯ: ОСОБЕННОСТИ ВЗАИМОСВЯЗИ

Р. К. Несмеянова

Изучалось наличие влияния переменной «соответствие индивидуальных и организационных ценностей» на взаимосвязь между воспринимаемым типом корпоративной культуры и организационной идентификацией сотрудников, а также роль этой переменной в данной взаимосвязи — в качестве модератора или в качестве медиатора. Респонденты — 92 сотрудника коммерческих предприятий (56 женщин, 36 мужчин; средний возраст 28.6 года). Методики: опросник «Шкалы организационных парадигм» Л. Константина; «Опросник организационной культуры OCS» С. Глейзер и др. в адаптации Е.В. Кузавлёва; опросник «Идентификация с организацией/подразделением» Б. Эшфорта и Ф. Маела в модификации Ю. Липпонена; методика «Соответствие индивидуальных и организационных ценностей» Ч. О'Райли и др. в адаптации Е.В. Кузавлёва. Использовался метод корреляционного анализа. Были рассчитаны частные коэффициенты корреляции. Полученные результаты свидетельствуют о том, что переменная «соответствие индивидуальных и организационных ценностей» выступает в качестве модератора между переменными «открытый воспринимаемый тип корпоративной культуры» и «идентификация с организацией», т.е. является промежуточной переменной, оказывающей влияние на прочность и/или направление их связи. Чем в большей мере, по мнению работника, его ценности совпадают с ценностями организационной культуры открытого типа, тем сильнее он идентифицируется с ней. Выдвинуто предположение, что выявленная взаимосвязь двусторонняя, так как, возможно, переменные «открытый воспринимаемый тип корпоративной культуры» и «идентификация с организацией» детерминируют друг друга.

Несмеянова Роксана Константиновна — аспирант кафедры социальной психологии ф-та психологии МГУ имени М.В. Ломоносова. *E-mail*: roxielight@mail.ru

Работа выполнена под руководством кандидата психологических наук, доцента С.А. Липатова.

Ключевые слова: корпоративная культура, организационная идентификация, соответствие индивидуальных и организационных ценностей, медиатор, модератор.

Введение

Многие отечественные и зарубежные исследователи выявляют факторы, воздействующие на деятельность организаций и обеспечивающие их успешное функционирование. Особый интерес в последнее время представляет изучение *организационной (корпоративной) культуры (ОК)*, а также того влияния, которое она оказывает на эффективность работы. Ведущиеся сейчас научные разработки были вызваны и простимулированы проведенными в 1980-х гг. исследованиями, выявившими тот факт, «что процветающие компании отличаются высоким уровнем культуры, которая формируется в результате продуманных усилий, направленных на развитие духа организации» (Липатов, 1997, с. 55). Таким образом, изучение ОК — сравнительно новое, но достаточно перспективное направление развития теоретической базы в области организационной психологии.

Важный компонент и условие успешной адаптации и идентификации человека на месте работы — соответствие его основных жизненных принципов, моральных устоев и ценностей целям и деятельности корпорации в целом. Стоит отметить, что немаловажную роль в формировании идентификации сотрудника с организацией играет ОК. Именно поэтому в последние десятилетия большое внимание уделяется изучению связи между субъективными представлениями сотрудников об ОК и их идентификацией с предприятием, а также выявлению и проверке других переменных, которые гипотетически могут влиять на эту связь (Ловаков, Липатов, 2010; Schrod, 2002). Поскольку на сегодняшний день еще не существует комплексного представления о специфике взаимосвязи вышеназванных конструкций, а полученные результаты по данной проблеме не всегда однозначны, исследования в указанной области актуальны как с теоретической, так и с практической позиции.

Корпоративная (организационная) культура

Одно из определений ОК в рамках социальной психологии предложил С.А. Липатов, указав, что можно ее понимать как «систему коллективных представлений о нормах, ценностях, способах поведения, принимаемых и разделяемых членами организации» (Липатов, 1999, с. 111). Субъектом ОК является организация, представляющая

собой группы людей, объединенных для достижения определенных целей. По мнению Т.Ю. Базарова и Б.Л. Еремина (Управление..., 2009), ОК раскрывается в управленческих стратегиях, заданных нормами поведения, общепринятых ценностях. К. Камерон и Р. Куинн (2001) пишут, что каждая успешная организация вне зависимости от ее размеров обладает сложившейся, хорошо видимой культурой, четко распознаваемой ее сотрудниками. По их мнению, в некоторых случаях ОК закладывается основателем фирмы, а иногда формируется постепенно, по мере того как организация в процессе своей деятельности преодолевает воздвигающиеся извне препятствия.

В настоящее время существует несколько наиболее признанных типологий ОК. Например, описание исторических типов ОК (Базаров, 1996), типология К. Камерона и Р. Куинна (2001), а также «парадигмальный» подход Ларри Константина (Липатов, 2005), который и использовался в данной работе. По мнению Л. Константина, организационная парадигма представляет собой образ (модель) и в целом определяет характер ОК. В основе организационных типов, предложенных им, лежат различные иерархии ценностей, присущие рассматриваемой ОК, а также способы решения в ее рамках ключевых проблем.

Таким образом, ОК выступает не только как феномен, интегрирующий ресурсы человека и организации, где сотрудники объединяются для решения общих задач и достижения поставленных целей, но также как координатор совместных представлений о внешней среде и деятельности в ней. ОК является одним из способов структуризации и категоризации мнений членов корпорации о внешней и внутренней среде для построения слаженной системы восприятия окружающего мира. Кроме того, одной из основных функций ОК считается идентификация сотрудников с организацией.

Организационная идентификация

С точки зрения Б. Эшфорта и Ф. Маела (2012), *организационная идентификация* (ОИ) представляет собой специфическую форму социальной идентификации. Данный феномен рассматривается ими в контексте принадлежности к организации, которая отражается в Я-концепции как членство в конкретной социальной группе. Самоопределение себя в терминах организации дает частичный ответ на вопрос «Кто Я?» и оказывает существенное влияние на поведение. По мнению финского исследователя Юкки Липпонена (Lipponen, 2001), ОИ — это восприятие чувства единства и принадлежности к корпорации, членом которой человек является. В целом выделены три основные характеристики ОИ (Johnson et al., 1999): 1) она имеет

непосредственное отношение ко всем социально-психологическим процессам в организациях; 2) влияет на принятие различных организационных решений; 3) поддерживается коммуникациями и зависит от сложившейся структуры организации. Использование понятия ОИ позволяет более полно учитывать социальный контекст внутри корпорации и вне ее, а не только рассматривать психологическую связь организации и человека.

Как утверждают Т.Ю. Базаров и М.Ю. Кузьмина (2005), ОИ определяется такими характеристиками ОК, как ценности, имидж, миссия и цель. Это значит, что сила ОИ зависит от степени принятия ОК и ее соответствия индивидуальным особенностям работника. Однако следует отметить, что возможны случаи, когда ОК не становится единым общим образованием для всей организации. В ее структуре появляются отдельные субкультуры на уровне подразделений. Как показывают некоторые эмпирические исследования, уровень идентификации работников с подразделением зачастую выше, чем с организацией (Knippenberg, Schie, 2000; Riketta, van Dick, 2005). Однако также есть данные (Vora, Kostova, 2007; Williams, Connaughton, 2012), что в отдельных случаях сотрудники, по тем или иным причинам недовольные своим подразделением, в целом одобряют общую деятельность предприятия и вследствие этого идентифицируют себя лишь с корпорацией в целом.

Опираясь на вышеизложенное, можно заключить, что ОИ представляет собой ключевой конструкт, связывающий человека как индивида и организацию как социальную группу.

Взаимосвязь корпоративной культуры и организационной идентификации

Конечная цель процесса ОИ — благоприятная адаптация, полноценное вхождение сотрудника в иерархическую структуру корпорации, в существующие в ней социальные группы, а также налаживание необходимых коммуникаций. ОИ способствует соблюдению устава корпорации и поддержанию принятых в ней норм, законов и правил, а также положительного эмоционального настроения, влияющего на общую эффективность труда.

Результаты ряда исследований (Dutton et al., 1994; Finegan, 2000; Lahiry, 1994; Lang, 1992; McKinnon et al., 2003; O'Reilly et al., 1991; Липатов, Жилкина, 2005; Ловаков, Липатов, 2010) показывают, что связи между ОК и ОИ достаточно сложны, порой неоднозначны и различаются по своей силе и направлению. Взаимосвязь между данными конструктами, как правило, подвержена влиянию различных дополнительных переменных.

В основе многих процессов, протекающих в организации, лежат ценности. Так, например, некоторые ученые (Chatman, 1989; Katz, Kahn, 1978) под фундаментальными аспектами организации подразумевают корпоративные цели, ценности и представления сотрудников.

Безусловно, совпадение индивидуальных и организационных ценностей — один из ключевых ориентиров в выборе места работы. Так, Б. Шнайдер (Schneider, 1987) высказал мнение, что люди с большей вероятностью будут стремиться в те организации, ценности которых воспринимаются ими как сходные с их личными. Следует учитывать, что степень соответствия целей и ценностей человека и организации влияет и на формирование ОИ. Ученые утверждают (Занковский, 2009; Эшфорт, Маел, 2012), что интериоризация основных ценностей, составляющих основу той или иной ОК, непосредственно затрагивает психологические процессы, которые связаны с ОИ работника.

Таким образом, об успешности процесса ОИ можно судить по степени принятия или непринятия сотрудником корпоративных ценностей.

Эмпирическое исследование взаимосвязи корпоративной культуры и организационной идентификации

Цель данной работы состояла в выявлении особенностей взаимосвязи между субъективно воспринимаемой ОК и ОИ сотрудников.

Для этого были поставлены следующие задачи исследования:

1) Провести корреляционный анализ для выявления взаимосвязей между переменными «соответствие индивидуальных и организационных ценностей», «воспринимаемый тип ОК», отдельными компонентами ОК («работа в коллективе», «атмосфера в организации», «обмен информацией», «вовлеченность в принятие решений», «начальство», «собрания») и «ОИ»;

2) установить, в каких случаях промежуточная переменная «соответствие индивидуальных и организационных ценностей» является модератором, а в каких — медиатором.

Гипотеза 1: взаимосвязь между ОИ и воспринимаемым типом ОК опосредуется сходством индивидуальных и организационных ценностей. *Гипотеза 2:* взаимосвязь между ОИ и отдельными компонентами ОК опосредуется сходством индивидуальных и организационных ценностей. *Гипотеза-следствие:* ОИ сотрудника положительно связана с соответствием друг другу его индивидуальных и организационных ценностей.

Выборка. Всего в исследовании приняли участие 92 сотрудника коммерческих предприятий (36 мужчин и 56 женщин) с образованием не ниже среднего специального. Средний возраст — 28.6 года ($SD=11.3$). Средний стаж — 4.5 года ($SD=7.2$).

Методики

В исследовании использовались 4 опросника.

1. Опросник «Шкалы организационных парадигм» Л. Константина (Липатов, 2005) — для определения представлений сотрудников о наличествующем в их организации типе ОК. В данной методике применяется принцип вынужденного выбора. Опросник включает в себя 25 пунктов. В каждом из них содержится утверждение, которое необходимо продолжить одним из четырех предлагаемых вариантов, соответствующих разным базовым типам культуры (закрытая, случайная, открытая и синхронная). Например: «1. **Наша организация направляется...** А — сильным руководством; В — свободной инициативой; С — всесторонними обсуждениями; D — согласием с общей идеей». Операционализацию переменных см. в табл. 1.

Таблица 1

Операционализация переменных в методике «Шкалы организационных парадигм» Л. Константина

Воспринимаемый тип ОК	Характеристики ОК
Закрытый	Стабильная иерархически выстроенная власть со строгим распределением ролей и выполняемых функций. Соблюдение регламента, конформность работников. Обратная связь чаще носит негативный характер
Случайный	Не предполагает четкого распределения ролей и стабильности правил, норм и традиций. Ориентирована на нововведения и нестандартный подход. Индивидуальные интересы ценятся выше групповых
Открытый	Адаптивна, строится на принципах договоренности и сотрудничества. Распределение ролей базируется на взаимном согласии. Взаимозависимость и взаимозаменяемость сотрудников
Синхронный	Основана на единстве целей и ценностей. Гармония и имплицитная договоренность как основа для согласованной деятельности

2. «Опросник организационной культуры OCS» С. Глейзер, С. Заману и К. Хакер (Glaser et al., 1987) в адаптации Е.В. Кузавлёва (2008) — для оценки ОК с точки зрения ее эффективности. Опросник состоит из 36 пунктов, в основе которых лежат 6 шкал, позволяющих оценить такие компоненты ОК, как «работа в коллективе», «атмосфера в организации», «обмен информацией», «вовлеченность в принятие решений», «начальство», «собrania». Каждый пункт методики оценивается по 5-балльной шкале. Примеры вопросов: 1) «Люди, с которыми я работаю, прямы и честны в отношениях между собой»; 2) «Я получаю всю информацию, необходимую для качественного выполнения моей работы» (операционализацию переменных см. в табл. 2).

Таблица 2

Операционализация переменных в «Опроснике организационной культуры OCS» С. Глейзер, С. Заману и К. Хакер

Шкалы (компоненты) ОК	Характеристика шкалы
Работа в коллективе	Мера конструктивности взаимоотношений внутри организации, степень межличностного доверия и открытости в обсуждении проблем
Атмосфера в организации	Эмоциональное восприятие условий работы, мотивация сотрудников и сложившаяся рабочая атмосфера
Обмен информацией	Степень свободы коммуникаций и ощущение контакта с другими работниками
Вовлеченность в принятие решений	Ощущение сотрудником степени как своего участия в принятии организационных решений, так и учета его мнений
Начальство	Восприятие работниками руководителей, контакты с ними, наличие пояснений требований к работе и обратной связи
Собрания	Качество проводимых собраний, а также степень их продуктивности

3. Опросник «Идентификация с организацией/подразделением» Б. Эшфорта и Ф. Маела в модификации Ю. Липпонена (Lipponen, 2001) — для оценки выраженности идентификации сотрудника с подразделением и с организацией в целом. Опросник состоит из двух блоков (отношение к подразделению и отношение к организации), содержащих по 5 аналогичных высказываний в каждом. Пункты оцениваются по 5-балльной шкале. Анализируются два кумулятивных показателя для определения соотношения уровней (выше/ниже в числовом выражении) идентификации с подраз-

делением и с организацией в целом. Примеры вопросов: 1) «Когда кто-либо хвалит отдел, в котором я работаю, я воспринимаю это как личный комплимент»; 2) «Мне очень интересно, что думают другие о моей организации».

4. Методика «Соответствие индивидуальных и организационных ценностей» Ч. О'Райли и соавт. (O'Reilly et al., 1991) в адаптации Е.В. Кузавлёва (2008) — для определения Опросник состоит из 26 пунктов (ценностных характеристик), которые оцениваются по 5-балльной шкале с двух фокусов — их важность для сотрудника лично и для его организации в целом. Рассчитываются два кумулятивных показателя, затем по формуле вычисляется итоговый показатель соответствия индивидуальных и организационных ценностей. Примеры вопросов: 1) «Сотрудничество с коллегами по работе»; 2) «Тщательность и точность».

Обработка. Математическая обработка полученных данных проводилась с применением статистического пакета SPSS PASW Statistics 18 и осуществлялась в два этапа: 1) анализ парных корреляций (коэффициент корреляции Пирсона); 2) расчет частных коэффициентов корреляции.

Результаты

Для предварительного анализа использовался критерий Колмогорова—Смирнова, с помощью которого было установлено, что все исследуемые переменные подчиняются нормальному распределению ($p > 0.05$) и можно использовать коэффициент корреляции Пирсона.

1. Анализ взаимосвязей исследуемых переменных

Анализ парных корреляций показал следующее.

1.1. Переменная «открытый» воспринимаемый тип ОК» в опроснике «Шкалы организационных парадигм» Л. Константина значимо коррелирует:

— со всеми компонентами ОК в «Опроснике организационной культуры OCS» С. Глейзер и др.: с «работой в коллективе» ($r=0.594$; $p=0.000$), с «атмосферой в организации» ($r=0.531$; $p=0.000$), с «обменом информацией» ($r=0.361$, $p=0.014$), с «вовлеченностью в принятие решений» ($r=0.448$; $p=0.002$), с «начальством» ($r=0.357$, $p=0.015$), с «собранием» ($r=0.363$, $p=0.013$). Другими словами, если служащий воспринимает культуру своей организации как основанную на принципах сотрудничества, согласия, взаимозависимости и

взаимозаменяемости, предполагающих договорное распределение ролей и ротацию персонала, то он, скорее всего, считает взаимоотношения внутри корпорации конструктивными, а условия труда — комфортными. Работник также полагает, что в организации налажены свободные коммуникации, коллектив прислушивается к его мнению, начальство контактное и дает обратную связь, а проводимые собрания продуктивны;

— с переменными «идентификация с организацией» ($r=0.421$, $p=0.004$) в опроснике «Идентификация с организацией/подразделением» Б. Эшфорта и Ф. Маела и «соответствие индивидуальных и организационных ценностей» ($r=0.398$, $p=0.006$) в опроснике «Соответствие индивидуальных и организационных ценностей» Ч. О'Райли и др. Можно сказать, что совпадение личных ценностей с организационными чаще фиксируется при восприятии культуры своей корпорации как адаптивной системы с развитой коммуникацией, где работа основана на договоренности и доверии. Все это, вероятно, больше располагает сотрудника к отождествлению себя со своей корпорацией.

1.2. Переменная «идентификация с организацией» по опроснику Б. Эшфорта и Ф. Маела значимо коррелирует:

— с переменной «случайный воспринимаемый тип ОК» ($r=0.438$, $p=0.002$) в опроснике «Шкалы организационных парадигм» Л. Константина. Если сотрудник воспринимает ОК как практикующую нестандартный подход, прогрессивные изменения, индивидуальное творчество работников, без стабильных традиций и правил, то это связано с его положительной ОИ;

— со всеми компонентами ОК в «Опроснике организационной культуры ОCS» С. Глейзер и др.: с «работой в коллективе» ($r=0.490$; $p=0.001$), с «атмосферой в организации» ($r=0.520$; $p=0.000$), с «обменом информацией» ($r=0.425$, $p=0.003$), с «вовлеченностью в принятие решений» ($r=0.741$; $p=0.000$), с «начальством» ($r=0.407$, $p=0.005$), с «собранием» ($r=0.444$, $p=0.002$). Это означает, что сотрудник со сформированной положительной ОИ, скорее всего, считает, что для его корпорации характерна высокая степень межличностного доверия, атмосфера в ней способствует повышению мотивации деятельности, существует развитая система коммуникаций, способствующая свободному обмену информацией. Он также полагает, что его мнение считается значимым, есть возможность свободного общения с руководством, а проводимые собрания плодотворны;

— с переменной «идентификация с подразделением» ($r=0.565$; $p=0.000$). Это говорит о наличии связи между процессами идентификации как с непосредственным коллективом, так и с корпорацией в целом.

1.3. Переменная «соответствие индивидуальных и организационных ценностей» в опроснике Ч. О'Райли и соавт. значимо коррелирует:

— со всеми компонентами ОК в «Опроснике организационной культуры OCS» С. Глейзер и др.: «работой в коллективе» ($r=0.320$; $p=0.030$), с «атмосферой в организации» ($r=0.389$; $p=0.008$), с «обменом информацией» ($r=0.567$, $p=0.000$), с «вовлеченностью в принятие решений» ($r=0.293$; $p=0.048$), с «начальством» ($r=0.367$, $p=0.012$), с «собранием» ($r=0.445$, $p=0.002$). Из этого можно заключить: если ОК устраивает сотрудника по всем ее 6 компонентам, то, вероятно, существует схожесть его личных ценностей с ценностями организации;

— с «идентификацией с подразделением» ($r=0.325$; $p=0.028$) и с «идентификацией с организацией» ($r=0.455$; $p=0.001$) по опроснику Б. Эшфорта и Ф. Маела. Другими словами, если ценности корпорации, в которой работает человек, совпадают с его личными ценностями, то он, вероятно, будет себя идентифицировать как с локальным подразделением, так и со всей организацией в целом.

1.4. Переменная «случайный воспринимаемый тип ОК» в опроснике «Шкалы организационных парадигм» Л. Константина значимо коррелирует с переменной «вовлеченность в принятие решений» ($r=0.401$, $p=0.006$) в «Опроснике организационной культуры OCS» С. Глейзер и др. Так, если сотрудник считает свою организацию ориентированной на творческий подход и стремление к нововведениям, то он, скорее всего, чувствует себя причастным к деятельности организации и считает, что его мнение учитывается в процессе работы.

1.5. Переменная «идентификация с подразделением» значимо коррелирует с переменными «вовлеченность в принятие решений» ($r=0.355$; $p=0.015$) и «собрания» ($r=0.395$; $p=0.007$). Выявленная связь говорит о том, что если в организации проводятся собрания, способствующие общей деятельности организации, и сотрудник чувствует, что его мнение учитывается коллективом при принятии решений, то у него формируется идентификация с подразделением, в котором он работает.

2. Определение роли переменной «соответствие индивидуальных и организационных ценностей» во взаимосвязи ОИ и воспринимаемого типа ОК

Установлено, что взаимосвязь между воспринимаемой ОК и ОИ может опосредоваться различными промежуточными переменными. Однако важно учитывать, что эти переменные могут быть либо *медиаторами* — посредниками, без которых данная взаимосвязь исчезает, либо *модераторами* — посредниками, влияющими на прочность и/или направление связи между независимыми и зависимыми переменными (Baron, Kenny, 1986).

Для установления роли переменной «соответствие индивидуальных и организационных ценностей» в исследуемой взаимосвязи были рассчитаны частные коэффициенты корреляции. Их анализ позволяет определить степень взаимосвязи двух компонентов без учета влияния промежуточной переменной.

Таблица 3

Частные коэффициенты корреляции (промежуточная переменная «соответствие индивидуальных и организационных ценностей»)

Исследуемые взаимосвязи	Коэффициент корреляции и уровень значимости
«Идентификация с организацией» (ОИ) и «открытый воспринимаемый тип ОК»	0.303* (p=0.043)
«ОИ» и «работа в коллективе»	0.371* (p=0.012)
«ОИ» и «атмосфера в организации»	0.405** (p=0.006)
«ОИ» и «обмен информацией»	0.171 (p=0.261)
«ОИ» и «вовлеченность в принятие решений»	0.753** (p=0.000)
«ОИ» и «начальство»	0.354* (p=0.017)
«ОИ» и «собrania»	0.379** (p=0.010)

Примечание. * — коэффициент корреляции значим на уровне 0.05 (2-сторонняя); ** — коэффициент корреляции значим на уровне 0.01 (2-сторонняя).

Как видно из табл. 3, только связь между ОИ и таким компонентом ОК, как «обмен информацией», оказалась незначимой. Это

говорит о том, что переменная «соответствие индивидуальных и организационных ценностей» является *медиатором* в данной взаимосвязи. Остальные связи, установленные при анализе парных корреляций, сохранились с небольшими изменениями значений коэффициентов. Из этого следует, что во всех рассмотренных выше случаях кроме варианта, в котором участвовал компонент ОК «обмен информацией», промежуточная переменная выступила в качестве модератора.

Несмотря на то что при исключении переменной «соответствие индивидуальных и организационных ценностей» установленная взаимосвязь между «*открытым* воспринимаемым типом ОК» и «ОИ» сохранилась ($r=0.303$; $p=0.043$), данная промежуточная переменная повлияла на эту взаимосвязь в качестве модератора. Таким образом, взаимосвязь между ОИ и воспринимаемым типом ОК опосредуется сходством индивидуальных и организационных ценностей в случае открытого типа ОК, что частично подтверждает выдвинутую гипотезу 1. Это означает, что чем в большей степени сотрудник осознает, что его личные ценности совпадают с корпоративными, свойственными ОК открытого типа, тем в большей степени он идентифицирует себя с ней. Можно высказать предположение, что выявленная взаимосвязь — двусторонняя, т.е. осознание сотрудником наличия схожести его ценностей с организационными способствует процессу ОИ. И наоборот, процессы ОИ позволяют работнику осознать соответствие корпоративных и индивидуальных ценностей. Возможно, эти две переменные детерминируют друг друга, что требует дальнейших исследований.

Взаимосвязь между компонентами ОК и ОИ опосредуется переменной «уровень соответствия индивидуальных и организационных ценностей», что было установлено при проведении корреляционного анализа и проверке на наличие частных корреляций. Таким образом, выдвинутая гипотеза 2 нашла свое подтверждение.

Полученные результаты позволяют сделать следующий **вывод**: несмотря на то что существует связь между тем, как сотрудник идентифицирует себя с организацией, и тем, как он воспринимает ее культуру, степень сходства его личных ценностей с организационными может повлиять на характер этой связи — усилить или ослабить ее.

В ходе исследования также выяснилось, что идентификация сотрудника с корпорацией положительно связана с соответствием индивидуальных и организационных ценностей, что является подтверждением гипотезы-следствия.

* * *

Для того чтобы каждый из работающих чувствовал причастность к общему корпоративному духу, культуре организации, а также ощущал психологический комфорт, осуществляя свою трудовую деятельность, он должен осознавать себя необходимым звеном в общей структуре единого механизма организации и идентифицировать себя с коллективом, членом которого он является. Чем лучше человек вливается в коллектив, чем полнее он ощущает свою причастность к нему и к общей деятельности, тем более осмысленно и успешно проходят для него процессы вхождения в окружающую социальную среду.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Базаров Т.Ю. Управление персоналом развивающейся организации: Учеб. пособие. М.: ИПК госслужбы, 1996.

Базаров Т.Ю., Кузьмина М.Ю. Процессы социальной идентичности в организациях // Российский психологический журнал. 2005. Т. 3. № 1. С. 30—44.

Занковский А.Н. Организационная психология: Учеб. пособие для вузов. М.: Форум, 2009.

Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры / Пер. с англ. под ред. И. В. Андреевой. СПб: Питер, 2001.

Кузавлёв Е.В. Организационная культура как фактор приверженности персонала: магистерская диссертация. М.: факультет психологии ГУ-ВШЭ, 2008.

Липатов С.А. Организационная культура: концептуальные модели и методы диагностики // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. 1997. № 4. С. 55—65.

Липатов С.А. Организационная культура: социальное познание в организационном контексте // Мир психологии. 1999. № 3. С. 106—112.

Липатов С.А. Опросник «Шкалы организационных парадигм» Л.Л. Константина // Журнал практического психолога. 2005. № 2. С. 186—198.

Липатов С.А., Жилкина О.В. Процессы социальной идентификации в организациях // Журнал практического психолога. 2005. № 2. С. 25—40.

Ловаков А.В., Липатов С.А. Организационная идентификация и представления работников об организационной культуре // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2010. № 23. С. 50—54.

Управление персоналом: Учебник для вузов / Под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юнити-Дана, 2009.

Эшфорт Б. Маел Ф. Теория социальной идентичности в контексте организации / Пер. А.А. Дятловой, науч. ред. А.В. Ловаков // Организационная психология. 2012. Т. 2. № 1. С. 4—27.

Baron R.M., Kenny D.A. The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, strategic, and statistical considerations // Journal of Personality and Social Psychology. 1986. Vol. 51. N 6. P. 1173—1182. Doi 10.1037/0022-3514.51.6.1173

Chatman J.A. Improving interactional organizational research: A model of person-organizational fit // The Academy of Management Review. 1989. Vol. 14. N 3. P. 333—349.

Dutton J.E., Dukerich J.M., Harquail C.V. Organizational images and member identification // Administrative Science Quarterly. 1994. Vol. 39. N 2. P. 239—263. Doi 10.2307/2393235

Finegan J.E. The impact of person and organizational values on organizational commitment // Journal of Occupational and Organizational Psychology. 2000. Vol. 73. N 2. P. 149—169. Doi 10.1348/096317900166958

Glaser S., Zamanou S., Hacker K. Measuring and interpreting organizational culture // Management Communication Quarterly. 1987. Vol. 1. N 2. P. 173—198. Doi 10.1177/0893318987001002003

Johnson W., Johnson A., Heimerg F.A. Primary- and second-order component analysis of the organizational identification questionnaire // Educational and Psychological Measurement. 1999. Vol. 59. N. 1. P. 159—170. Doi 10.1177/0013164499591011

Katz D., Kahn R. The social psychology of organizations. N. Y.: Wiley, 1978.

Knippenberg van D., Schie van E.C.M. Foci and correlates of organizational identification // Journal of Occupational and Organizational Psychology. 2000. Vol. 73. N 2. P. 137—147. Doi 10.1348/096317900166949

Lahiry S. Building commitment through organizational culture // Training and Development. 1994 (Apr.). P. 50—52.

Lang D.L. Organizational culture and commitment // Human Resource Development Quarterly. 1992. Vol. 3. N 2. P. 191—196. Doi 10.1002/hrdq.3920030211

Lipponen J. Organizational identifications: Antecedents and consequences of identifications in a shipyard context. Helsinki: Department of Social Psychology, University of Helsinki, 2001.

McKinnon J.L., Harrison G.L., Chow C.W., Wu A. Organizational culture: association with commitment, job satisfaction, propensity to remain, and information sharing in Taiwan // International Journal of Business Studies. 2003. Vol. 11. N 1. P. 25—44.

O'Reilly C.A., Chatman J., Caldwell D.F. People and organizational culture: A profile comparison approach to assessing person-organization fit // The Academy of Management Journal. 1991. Vol. 34. N 3. P. 487—516. Doi 10.2307/256404

Riketta M., Dick van R. Foci of attachment in organizations: A metaanalytic comparison of the strength and correlates of workgroup versus organizational identification and commitment // Journal of Vocational Behavior. 2005. Vol. 67. N 3. P. 490—510. Doi 10.1016/j.jvb.2004.06.001

Schneider B. The people make the place // Personnel Psychology. 1987. Vol. 40. N 3. P. 437—453. Doi 10.1111/j.1744-6570.1987.tb00609.x

Schrodt P. The relationship between organizational identification and organizational culture: Employee perceptions of culture and identification in a retail

sales organization // *Communication Studies*. 2002. Vol. 53. N 2. P. 189—202. Doi 10.1080/10510970209388584

Vora D., Kostova T. A model of dual organizational identification in the context of the multinational enterprise // *Journal of Organizational Behavior*. 2007. Vol. 28. Is. 3. P. 327—350. Doi 10.1002/job.422

Williams E.A., Connaughton S.L. Expressions of identifications: The nature of talk and identity tensions among organizational members in a struggling organization // *Communication Studies*. 2012. Vol. 63. N. 4. P. 457—481. Doi 10.1080/10510974.2011.630439

Поступила в редакцию 12.03.17
Принята к публикации 03.04.17

PERCEIVED CORPORATE CULTURE AND ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION: THE FEATURES OF INTERRELATION

Roksana K. Nesmeianova

Lomonosov Moscow State University, Faculty of Psychology, Moscow, Russia

Abstract: This article reports the results of empirical research, dedicated to the features of the relationship between perceived corporate culture and employee's organizational identification. The influence and the nature (a moderator or a mediator) of the variable "person-organization fit" were studied. Participants were 92 employees of for-profit companies. The data was mathematically processed using a correlation analysis and a partial correlation analysis. The data indicate that the person-organization fit (as a moderator) influenced the relationship between perceived corporate culture of open paradigm and organizational identification. Thus, the person-organization fit is an intermediate variable that affects the direction and/or strength of the relation. This suggests that the more employees believe that his values fit the organizational ones, which characterize the open paradigm, the more he will identify with it. It may be assumed that the revealed relationship is bilateral, because, probably, these two variables determine each other. A further perspective of this research area is to clarify the obtained findings and to check other variables, which can influence given interrelation.

Key words: corporate culture, organizational identification, person-organization fit, mediator, moderator.

References:

Baron, R.M., Kenny, D.A. (1986) The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, strategic, and statistical considerations.

Journal of Personality and Social Psychology, 51, 6, 1173—1182. Doi 10.1037/0022-3514.51.6.1173

Bazarov, T.Yu. (1996) *Upravlenie personalom razvivayushcheysya organizatsii: Ucheb. posobie* [Personnel management in a developing organization: Textbook]. Moscow: IPK gosszluzhby.

Bazarov, T.Yu., Eremina, B.L. (2009, eds.) *Upravlenie personalom: Uchebnik dlya vuzov* [Personnel management: Textbook for universities]. 2-e izd. Moscow: Yuniti-Dana.

Bazarov, T.Yu., Kuz'mina, M.Yu. (2005) Protsessy sotsial'noy identichnosti v organizatsiyakh. *Rossiyskiy psikhologicheskii zhurnal* [Russian Psychological Journal], 3, 1, 30—44.

Chatman, J.A. (1989) Improving interactional organizational research: A model of person-organizational fit. *The Academy of Management Review*, 14, 3, 333—349.

Dutton, J.E., Dukerich, J.M., Harquail, C.V. (1994) Organizational images and member identification. *Administrative Science Quarterly*, 39, 2, 239—263. Doi 10.2307/2393235

Eshfort, B. Mael, F. (2012) Teoriya sotsial'noy identichnosti v kontekste organizatsii. *Organizatsionnaya psikhologiya* [Organizational Psychology], 2, 1, 4—27.

Finegan, J.E. (2000) The impact of person and organizational values on organizational commitment. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73, 2, 149—169. Doi 10.1348/096317900166958

Glaser, S., Zamanou, S., Hacker, K. (1987) Measuring and interpreting organizational culture. *Management Communication Quarterly*, 1, 2, 173—198. Doi 10.1177/0893318987001002003

Johnson, W., Johnson, A., Heimerg, F.A. (1999) Primary- and second-order component analysis of the organizational identification questionnaire. *Educational and Psychological Measurement*, 59, 1, 159—170. Doi 10.1177/0013164499591011

Kameron, K., Kuinn, R. (2001) *Diagnostika i izmenenie organizatsionnoy kul'tury* [Diagnosis and change in organizational culture]. St. Petersburg: Piter.

Katz, D., Kahn, R. (1978) *The social psychology of organizations*. New York: Wiley.

Knippenberg van, D., Schie van, E.C.M. (2000) Foci and correlates of organizational identification. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73, 2, 137—147. Doi 10.1348/096317900166949

Kuzavlyov, E.V. (2008) *Organizatsionnaya kul'tura kak faktor priverzhennosti personala: magisterskaya dissertatsiya* [Organizational culture as a factor of staff adherence: Master's thesis]. Moscow: fakul'tet psikhologii GU-VShE.

Lahiry, S. (1994) Building commitment through organizational culture. *Training and Development*, Apr., 50—52.

Lang, D.L. (1992) Organizational culture and commitment. *Human Resource Development Quarterly*, 3, 2, 191—196. Doi 10.1002/hrdq.3920030211

Lipatov, S.A. (1997) Organizatsionnaya kul'tura: kontseptual'nye modeli i metody diagnostiki. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 14. Psikhologiya* [Moscow University Psychology Bulletin], 4, 55—65.

Lipatov, S.A. (1999) Organizatsionnaya kul'tura: sotsial'noe poznanie v organizatsionnom kontekste. *Mir psikhologii* [The World of Psychology], 3, 106—112.

Lipatov, S.A. (2005) Oprosnik «Shkaly organizatsionnykh paradig» L.L. Konstantina. *Zhurnal prakticheskogo psikhologa* [Journal of Practical Psychologist], 2, 186—198.

Lipatov, S.A., Zhilkina, O.V. (2005) Protsessy sotsial'noy identifikatsii v organizatsiyakh. *Zhurnal prakticheskogo psikhologa* [Journal of Practical Psychologist], 2, 25—40.

Lipponen, J. (2001) *Organizational identifications: Antecedents and consequences of identifications in a shipyard context*. Helsinki: Department of Social Psychology, University of Helsinki.

Lovakov, A.V., Lipatov, S.A. (2010) Organizatsionnaya identifikatsiya i predstavleniya rabotnikov ob organizatsionnoy kul'ture. *Vestnik Universiteta (Gosudarstvennyy universitet upravleniya)* [University Bulletin (State University of Management)], 23, 50—54.

McKinnon, J.L., Harrison, G.L., Chow, C.W., Wu, A. (2003) Organizational culture: association with commitment, job satisfaction, propensity to remain, and information sharing in Taiwan. *International Journal of Business Studies*, 11, 1, 25—44.

O'Reilly, C.A., Chatman, J., Caldwell, D.F. (1991) People and organizational culture: A profile comparison approach to assessing person-organization fit. *The Academy of Management Journal*, 34, 3, 487—516. Doi 10.2307/256404

Ricketta, M., Dick van, R. (2005) Foci of attachment in organizations: A metaanalytic comparison of the strength and correlates of workgroup versus organizational identification and commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 67, 3, 490—510. Doi 10.1016/j.jvb.2004.06.001

Schneider, B. (1987) The people make the place. *Personnel Psychology*, 40, 3, 437—453. Doi 10.1111/j.1744-6570.1987.tb00609.x

Schrodt, P. (2002) The relationship between organizational identification and organizational culture: Employee perceptions of culture and identification in a retail sales organization. *Communication Studies*, 53, 2, 189—202. Doi 10.1080/10510970209388584

Vora, D., Kostova, T. (2007) A model of dual organizational identification in the context of the multinational enterprise. *Journal of Organizational Behavior*, 28, 3, 327—350. Doi 10.1002/job.422

Williams, E.A., Connaughton, S.L. (2012) Expressions of identifications: The nature of talk and identity tensions among organizational members in a struggling organization. *Communication Studies*, 63, 4, 457—481. Doi 10.1080/10510974.2011.630439

Zankovskiy, A.N. (2009) *Organizatsionnaya psikhologiya: Ucheb. posobie dlya vuzov* [Organizational psychology: Textbook for high schools]. Moscow: Forum.