

**АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИССЛЕДОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ  
ИДЕНТИФИКАЦИИ В ЗАРУБЕЖНОЙ ПСИХОЛОГИИ**  
**CURRENT TRENDS OF FOREIGN PSYCHOLOGY IN STUDYING THE  
ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION**

**DOI: 10.25629/НС.2018.01.05**

**Несмеянова Роксана Константиновна**, сотрудник кафедры социальной психологии факультета психологии. E-mail: Roxielight@mail.ru. **Липатов Сергей Алексеевич**, кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры социальной психологии факультета психологии. SPIN-код: 1636-4491. E-mail: S\_lipatov@mail.ru. Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова. 125009, Москва, ул. Моховая, д. 11, стр. 9.

**Nesmeyanova Roksana Konstantinovna**, employee of the Department of social psychology faculty of psychology. E-mail: Roxielight@mail.ru. **Lipatov Sergei Alekseevich**, candidate of psychological Sciences, associate Professor, Department of social psychology faculty of psychology. SPIN-code: 1636-4491. E-mail: S\_lipatov@mail.ru. Moscow state University named after M. V. Lomonosov. 125009, Moscow, Mokhovaya str., 11, p. 9.

**Аннотация.** В научном мире существует неослабевающий интерес к феномену организационной идентификации, что обуславливает его активное исследование. Изучается его содержание, структура, выделяются основные виды, составляются классификации и типологии. В данной статье представлена предыстория возникновения организационной идентификации и ее источники, рассмотрены родственные ей понятия, такие как социальная идентичность, социальная идентификация и организационная идентичность. Даны основные определения, описаны характеристики организационной идентификации, ее положительные и отрицательные стороны, мотивы и предпосылки возникновения. Также подробно рассмотрено ее влияние на различные аспекты, связанные деятельностью сотрудников и компании в целом. Отмечено, что идентификации могут быть множественными, а их уровень согласуется с потребностью в идентификации. Подробно проанализированы основные виды организационной идентификации, такие как: ситуационная и глубинная структурная идентификация; реляционная и идентификация с коллегами; с родом деятельности и профессиональная; с подразделением и со всей организацией. Отдельно представлены и сопоставлены две модели организационной идентификации. Особое внимание уделено наиболее используемой в настоящее время расширенной модели, включающей в себя четыре ее вида: собственно идентификацию, нейтральную, амбивалентную идентификацию и дезидентификацию. Обзор модели дополняется ее критическим анализом. Статья завершается обсуждением перспектив дальнейшего развития исследований в данной области.

**Abstract.** In the scientific world, there is an unflagging interest in the phenomenon of organizational identification, which causes its active research. They study its content and structure, also its main types are distinguished, and classifications and typologies are made up. The work presented in this paper is the origin background of organizational identification and its sources, and the related concepts such as social identity, social identification and organizational identity are considered here. Basic definitions are given, characteristics of organizational identification, its positive and negative sides, motives and prerequisites of origin are described. Also, its impact on various aspects related to the employees' activities and the company as a whole is discussed in detail. It is noted that identifications can be multiple, and their level is consistent with the need for identification. The following main types of organizational identification are analyzed in detail: situational and deep structural identification; relational and identification with colleagues; with the kind of activity and

professional; with division and the whole organization. Two models of organizational identification are presented separately and compared. The particular attention is paid to the most currently used extended model, which includes four types of it: identification itself, neutral identification, ambivalent identification, and de-identification. The model review is supplemented by its critical analysis. The article concludes with a discussion of prospects for further study development in this field.

**Ключевые слова:** социальная идентичность, социальная идентификация, организационная идентичность, организационная идентификация, нейтральная идентификация, амбивалентная идентификация, дезидентификация.

**Key words:** social identity, social identity, organizational identity, organizational identification, neutral identification, ambivalent identification, disidentification.

**Введение.** Истоки изучения идентичности и идентификации берут свое начало в социальных науках. Термин “*организационная идентификация*” появился относительно недавно и базируется на понимании идентичности, которое, в свою очередь, дополняет, уточняет, а иногда даже заменяет собой более традиционные понятия Я-концепции, образа Я, Self, самости и т.д. [10].

Изучение процесса идентификации с организацией помогает высветить проблему взаимоотношений организации и индивида с точки зрения их взаимного соответствия. Чем выше идентичность человека к организации по своим характеристикам, тем больше вероятность эффективности деятельности обеих сторон как результата их взаимодействия [3].

В настоящее время исследования сосредоточены на углубленном понимании того, что представляет собой идентификация. Изучаются: причины ее возникновения, динамика развития и трансформаций, классификация видов, способы измерения, применение ее к организационным контекстам и возможности управления данным процессом. Также представляется важным ее взаимодействие и взаимное влияние с другими организационными феноменами.

Для того, чтобы лучше разобраться в сути этого явления, понять смысл идентификации и частично проследить предысторию ее изучения, следует сначала обратиться к классическому социально-психологическому пониманию идентичности.

**Социальная идентичность и социальная идентификация.** Было установлено, что идентичность возникает в результате взаимодействия человека с какой-то определенной социальной группой. Еще в 1949 году американский психолог и социолог Э. Мэйно отметил, что группы изменяют индивидов, а результат коллективной работы не является просто суммой личных вкладов вкладов сотрудников. Таким образом, социальные группы – это источник формирования психологии личности индивида, являющийся продуктом жизни группы и ее различных психологических и социальных реалий [35].

Исследования в этой области продолжались, и в 70х-80х гг. XX века свое развитие понимание социальной идентичности получило в двух известных концепциях – “Теории социальной идентичности” британского ученого А. Тэшфела и “Теории самокатегоризации” австралийского психолога Дж. Тернера – которые до сих пор применяются в качестве объяснительного принципа в социальной и организационной психологии.

А. Тэшфел определил *социальную идентичность* как “ту часть Я-концепции индивида, которая вытекает из его знания о своей принадлежности к определенной социальной группе (или группам) вместе с ценностным и эмоциональным значением, которое придается этому членству” [53, с. 255]. В свою очередь, Дж. Тернер указывал, что “*социальная идентичность* – общая сумма личностных идентификаций, которые

являются специфическими социальными категориями, интернализированными в когнитивный компонент Я-концепции” [2, с. 244].

Стоит отметить, что иногда данные теории подвергаются критике за излишний индивидуализм. Есть мнение [43], что помимо мотивационных потребностей индивида и его когнитивных процессов, идентификация также зависит и от контекстуальных факторов, таких как, например, статус и размер группы.

Тем не менее, теории А. Тэшфела и Дж. Тернера пользуются заслуженным уважением и являются методологической основой для многих научных концепций. Так, например, с точки зрения данных подходов, отнесение себя и окружающих людей к различным социальным категориям дает возможность индивиду не только структурировать своё социальное окружение, но и определить свое место в нем. Как отмечает С.А. Липатов, не только личная идентичность (физические, интеллектуальные и нравственные качества), но и социальная идентичность индивида являются значимым регулятором его самосознания и социального поведения [3].

Поскольку интерес к данным теориям не ослабевал, они получили свое дальнейшее продолжение и развитие. Ряд ученых [16, 28] говорили о социальной идентичности как самовосприятию, основанном на когнитивных связях между личностными идентичностями и идентичностями групп или организаций.

Что касается понятия идентификация, оно впервые упоминается в контексте теории социальной идентичности, где говорится о том, что группы высокого статуса вызывают сильную идентификацию их членов [21]. Здесь следует осмыслить различие между двумя этими понятиями.

В своих работах А. Тэшфел определял “идентификацию” как процесс, а “идентичность” как продукт данного процесса [1]. Аналогичным образом американский ученый К.Р. Скотт с соавт. [48] указывали на то, что идентификация является процессом появления идентичности.

*Социальная идентификация* изучалась как процесс, посредством которого информация о социальных группах связана с собственной личностью [21]. Таким образом, человек склонен осознавать себя в качестве представителя той или иной группы и воспринимать ее характерные особенности как самоописательные. Это приводит к тому, что для формирования собственного поведения он начинает ориентироваться на групповые нормы.

Последователи “теории социальной идентичности” [25; 34], как и А. Тэшфел, утверждают, что социальная идентификация является многомерным конструктом, состоящим из трех элементов. Так, когнитивный компонент представляет собой самокатегоризацию, оценочный – групповую самооценку, а эмоциональный – аффективную приверженность.

Как замечают С.А. Липатов и А.В. Ловаков [6], некоторые авторы (Cheney, 1983; van Dick, 2001; van Dick, Wagner, 2002; van Dick et al., 2004) выделяют также и поведенческий компонент идентификации, подразумевая под этим поведенческие проявления индивида, характеризующие его как члена конкретной организации. Тем не менее, по результатам проведенных эмпирических исследований можно сделать вывод, что нет оснований для рассмотрения поведения как необходимого компонента идентичности [11].

Кроме того, в последнее время в связи с бурным развитием промышленности, организаций и различных корпораций, особый интерес ученых и практиков вызывает такой ее вид как *организационная идентификация*. Так, для многих людей идентификация с организацией может быть более значимой, чем гендерная или этническая идентичность, к тому же она оказывает определенное влияние на поведение и отношения сотрудников внутри организации [5].

**Организационная идентификация и организационная идентичность.** Первые упоминания данного конструкта появляются достаточно рано в развитии организационной науки. Так, например, Ч. Бэрнард (1938/1968) в своих работах писал о "слиянии" (coalescence) человека и корпорации, которое создает чувство личной убежденности и готовности вкладывать больше усилий в организацию [14]. Зарубежные ученые считают, что она является специфической формой социальной идентификации [16, 29], когда человек воспринимает себя в качестве члена какого-либо социального объекта, в частности организации как социальной системы.

Одно из самых ранних определений организационной идентификации было предложено Г. Саймоном еще в 1947 году. По его мнению, она является процессом, посредством которого индивидуальные цели замещаются организационными. Кроме того, эти цели становятся определяющими при принятии производственных решений.

В настоящее время под организационной идентификацией понимается восприятие и чувство единства с организацией или принадлежности к ней, когда индивид определяет себя в терминах организации, членом которой он является [4].

Считается, что организационная идентификация является когнитивным конструктом и происходит посредством познавательных процессов категоризации. Индивид на основании своего сходства с другими сотрудниками, а также сходства с членами других организаций образует самостоятельные категории организационного членства [16, 28, 56].

Некоторые исследователи утверждают, что в организационной идентификации могут также присутствовать и аффективные элементы, однако другие ученые полагают, что эти аффективные аспекты являются только результатом когнитивной идентификации, которая представляет собой ядро организационной идентификации [16, 46].

Чтобы избежать терминологической неточности, необходимо оговорить, что в настоящее время, когда говорят об идентификации с организацией, понятия "процесс" и "продукт" этого процесса обычно не разделяют, а обозначают единым термином "организационная идентификация" [1, 6]. Ряд исследователей [46, 35] используют данный термин и как существительное (когда фиксируют *состояние* бытия и ощущение стабильности), и как глагол (когда подразумевают *процесс* становления или обозначают вариации).

Сначала об "*организационной идентичности*" говорили, как о совокупности разделяемых сотрудниками характеристик и атрибутов корпорации, отличающих её от других организаций, а в последнее время она понимается как комбинация организационной культуры, истории, структуры, характеристик, состояния и репутации [41].

Как видно из определения, в фокусе рассмотрения организационной идентичности находятся организации, а исследования организационной идентификации базируются на всестороннем изучении именно индивида. Организационная идентификация отражает основную связь, психологическую привязанность, которая существует между работником и организацией, и поэтому потенциально способна объяснить и предсказать многие важные установки и поведение сотрудников на рабочем месте [14, 29]. Таким образом, в настоящее время она является одним из ключевых понятий, применяемых в научной литературе.

Здесь стоит добавить, что для объяснения связи индивид-организация используется также понятие "организационная приверженность" (organizational commitment) [7]. Ее можно определить, как установку работника по отношению к организации, которая связана с принятием решения о том, продолжать ли оставаться ее сотрудником

или уволиться из нее. Таким образом, организационная идентификация является скорее социально-психологическим конструктом, в то время как организационная приверженность – организационно-психологическим [6].

Организация способна обеспечить ряд условий и преимуществ, которые бы отвечали определенным запросам своих сотрудников. Так, например, *мотивами для идентификации* могут стать потребность в безопасности, в принадлежности, в целостности, самоэффективности, в самопоследовательности, самоактуализации и самопроверке, для подтверждения их внутреннего конструирования реальности [47]. Удовлетворяя ряд из них, предприятие, в свою очередь, имеет возможность получить работников, действующих согласованно в соответствии с ее целями и потребностями.

Что касается *предпосылок организационной идентификации*, Дж. Бартелс и соавт. [18] в своей статье перечисляют следующие: воспринимаемый внешний престиж, воспринимаемая отличительность организации, степень контакта между работником и организацией, важность общения и степень перекрытия между организационной идентичностью и личной идентичностью в восприятии сотрудников.

Кроме того, ряд ученых [30, 38, 45] указали, что воспринимаемая поддержка и понимание руководства, возможность карьерного продвижения и доступа к руководящим должностям также оказывают положительное влияние на организационную идентификацию. Было установлено [29], что уровень идентификации сотрудника с организацией будет повышаться, если он понимает предъявляемые к нему требования и при этом отсутствуют ролевые конфликты и ролевая неоднозначность.

Результаты проводившихся обширных исследований в данной области указали на положительное *воздействие организационной идентификации на различные важные аспекты*, связанные с работой и поведением. Такие, например, как: профессиональная привязанность, привязанность к рабочей группе, ролевая и экстраролевая эффективность, а также различные формы желательного для команды поведения [45, 54]. Кроме того, она влияет на удовлетворенность работой, вовлеченность, организационную приверженность, намерение остаться в организации, организационное гражданское поведение [30, 49].

Было установлено, что *идентификации могут быть множественные* (multiple identification) – с двумя или более объектами [16, 54]. Это связано с тем, что провозглашаемая корпоративная культура хотя формально и является единой для всей организации, в реальной жизни в ее структуре могут возникать разнообразные субкультуры. В связи с этим, сотрудник может идентифицироваться не только со всей корпорацией в целом, но и с рабочей группой, а также с *организационными подразделениями*, существующими на различных уровнях - отделами, филиалами [25, 54]. Что интересно, зачастую уровень идентификации сотрудников с их подразделением оказывается выше, чем со всей организацией [54].

Однако здесь следует отметить, что иногда встречаются ситуации, когда сотрудник, разочарованный своим локальным подразделением, тем не менее, удовлетворен общей деятельностью корпорации и, поэтому, идентифицирует себя только с организацией в целом [56, 58].

Еще одной интересной особенностью является то, что люди могут отличаться в их склонности к идентификации с социальными объектами. По мнению М. Глинн [33], *“потребность в организационной идентификации”* (need for identification) – это желание оставить свой заметный след, внести свой вклад в организацию. Это является индивидуальной диспозицией, которая, как правило, обобщает разные личные, ситуационные или организационные контексты. Индивиды с различным уровнем потребности в идентификации будут по-разному реагировать на одинаковые ситуации [23, 42]. Так, люди с более высоким уровнем потребности в идентификации имеют более высокую

восприимчивость к организационной социализации, а также тенденцию публично идентифицировать себя в качестве сотрудника данной организации. В свою очередь индивиды с более низким уровнем потребности в идентификации характеризуются сильным чувством обособленности или независимости. Они устойчивы к воздействию организационной социализации, и часто либо являются одиночками, либо членами нескольких организаций [57]. Следовательно, потребность в идентификации является модератором внешних предпосылок идентификации.

Важно отметить, что организационная идентификация иногда имеет и обратную сторону, например, приводит к появлению так называемой *сверхидентификации* (overidentification), которая, как правило, сопровождается нежелательными последствиями. Сверхидентификация определяется как чрезмерная форма идентификации, в долгосрочной перспективе связанная с трудоголизмом и плохим самочувствием [17]. Кроме того, она может привести к огрупплению мышления и подавлению инакомыслия, появлению конфликтных ситуаций, препятствовать развитию творчества и креативности, а также сделать сотрудников невосприимчивыми к организационным изменениям, обучению и инновациям [27, 36, 44, 55].

Таким образом, стоит еще раз подчеркнуть, что появление у сотрудников идентификации (в том числе сильной) имеет свои положительные стороны только до определенного момента.

Как видно из вышесказанного, идентификация – явление нестабильное и неоднозначное, но в его благополучном развитии заинтересованы не только сами сотрудники, так как это делает их пребывание на рабочем месте более комфортным, но и руководство организации. Это подвигло ученых на проведение различных дополнительных исследований, по результатам которых в зависимости от степени и типа идентификации *было выделено несколько ее видов*.

**Виды организационной идентификации.** Одно из самых известных разделений предложила Д. Руссо [46], описав два типа организационной идентификации: *ситуационную идентификацию* (situated identification), когда работники чувствует себя причастным к корпорации; и *глубинную структурную идентификацию* (deep structure identification), когда взаимодействие с организацией меняет Я-концепцию индивида.

В случае ситуационной идентификации сотрудники выполняют работу, которая от них ожидается в рамках их роли, и при этом у них возникает чувство принадлежности к коллективу, а также ощущение того, что их усилия не напрасны и вносят значимый вклад в общее дело. В целом, это элементарная форма идентификации, которая может довольно быстро образоваться, но также быстро и исчезнуть [29, 46].

Глубинная структурная идентификация, в свою очередь, формируется более медленно и заключается в том, что складывающиеся отношения между человеком и организацией постепенно меняют его ментальную схему. Так, организация становится частью самооценки индивида.

Идентификация – это не данность, а отношение, постоянно формируемое и реформируемое в рамках определенного дискурса, потому что для людей очень важны такие показатели, как их статус, авторитет, уважение и оценка окружающих, которые существуют или возникают в контексте социального взаимодействия. Зачастую складывающиеся отношения, как и в целом членство в организации, для индивидов даже важнее, чем определенная материальная выгода, т.к. данные отношения являются значимыми аспектами их социального Я.

Поэтому выделяется еще один вид – *реляционная идентификация* (relational identification) – это степень, в которой человек включает ролевые отношения в свою

Я-концепцию [12]. В рамках реляционного подхода формирование идентичности происходит не в контексте его внутреннего мира, а на основании связей человека с социальным окружением [9, 26]. Кроме того, предполагается, что реляционная идентификация структурно вложена в организационную идентификацию [49].

Как указывают Д. Сласс и Б. Эшфорт [50], одним из типов реляционной идентификации является *идентификация с коллегами* (coworker identification) - степень, в которой индивиды определяют себя с точки зрения конкретных ролевых отношений с другими людьми на рабочем месте.

Таким образом, реляционная идентификация в фокус своего внимания включает ролевые и межличностные отношения между сотрудниками предприятия.

Поскольку люди в организации занимаются определенной работой в рамках своей должности, то зачастую они больше склонны идентифицироваться со своим родом деятельности и с другими конкретными целями, которые могут находиться в организационной иерархии ниже, чем цели самой организации.

Такая *идентификация с родом деятельности* (occupational identification) или *профессиональная идентификация* (professional identification), как ее часто называют применительно к профессиям - это степень, в которой человек интернализирует профессиональную идентичность в качестве действительного определения личности [15]. Мало того, в некоторых конкретных профессиях (например, инженеры, врачи, ученые), индивиды с большей вероятностью усвоят ценности профессии, чем ценности организации.

**Расширенная модель организационной идентификации.** Таким образом, выше было рассмотрено несколько видов идентификации, однако более комплексный подход предложили американские ученые Дж. Дукерич, Р. Крамер и Дж. Паркс [27], описав *расширенную модель четырех видов идентификации*. Сопоставляя два измерения - идентификацию и дезидентификацию – они обозначили крайности четырех общих состояний организационной идентификации: апатичную, конфликтующую, целенаправленную идентификацию и целенаправленную дезидентификацию.

Вот как авторы описывают эти 4 состояния и их крайние патологические формы.

*Апатичная идентификация* (apathetic identification) - сотрудники определяют себя ни с точки зрения организации и ее идентичности, ни с точки зрения своей дифференциации от нее. Место работы не является центром для идентификации личности, то есть сотруднику не важно, принадлежит он к организации или нет. Патологическая форма – *недостаточная идентификация* (underidentification) – является формой социального аутизма, что подразумевает безразличие и отсутствие связи с организацией.

*Конфликтующая идентификация* (conflicting identification) – состояние, при котором сотрудник одновременно идентифицируется и дезидентифицируется с одной и той же организацией. Патология, связанная с ней – *шизо-идентификация* (schizo-identification). Она создает нестабильное состояние и напряжение между идентификацией и дезидентификацией, способствуя неравновесности в идентичности. Это, в свою очередь, провоцирует стресс.

*Целенаправленная дезидентификация* (focused disidentification) - появляется тогда, когда нет никакого перекрытия между человеком и организацией и сотрудник демонстративно позиционирует себя обособленно. Патологическая форма – *сверхдезидентификация* (overdisidentification) - состояние, когда потребность в отличительности преобладает над потребностью в типичности. В этом случае сотрудник выступает против любой инициативы организации.

*Целенаправленная идентификация* (focused identification) – сотрудник сильно идентифицирует себя с организацией. Она характеризуется акцентом на коллектив, а

не на отдельного человека. Патологией является *сверхидентификация* – состояние, в котором нет потребности в отличительности, и есть необходимостью быть типичным представителем. Идентичность организации начинает заменять собственное Я.

Американские ученые Г. Крэйнер и Б. Эшфорт [39], опираясь на предыдущие разработки и вышеизложенную концепцию [27, 44], провели эмпирическое исследование. На основе результатов этого исследования ими была предложена *расширенная модель идентификации*, включающая в себя 4 вида: идентификацию, амбивалентную, нейтральную идентификацию и дезидентификацию. Поскольку данная модель завоевала признание и используемые в ней термины часто фигурируют в научных работах, следует подробнее остановиться на них.

1) *Идентификация*. В своем классическом понимании. Она возникает, когда есть сильная потребность быть включенным и нет необходимости отделять себя от организации [27]. Сотрудник определяет себя в терминах своей ассоциации с организацией, а также принимает ее цели, ценности и миссию как соответствующие своим жизненным позициям [39].

2) *Амбивалентная идентификация* (ambivalent identification). Двойственное состояние одновременно идентификации и дезидентификации с организацией [27,31,39,44,50]. Предпосылками, в первую очередь, являются несоответствие (неконгруэнтность) идентичности организации и ее отрицательный образ/престиж [39].

Амбивалентная идентификация определяется *когнитивно* как “процесс, в котором сотрудник одновременно и одинаково воспринимает и не воспринимает самого себя как часть организации”, и *аффективно*, как “процесс, в котором сотрудник одновременно в равных долях имеет положительные и отрицательные чувства по отношению к организационной идентичности” [37].

Такая двойственность объясняется сложностью и многоплановостью современных организаций, а также некоторой разрозненностью целей, мотивов и убеждений индивида.

3) *Нейтральная идентификация* (neutral identification). Самовосприятие сотрудника может быть основано на отсутствии явной идентификации или дезидентификации с организацией. Проявляется это в том, что человек находится в апатичном состоянии и может определять себя в терминах нейтралитета по отношению к месту своей работы. Как говорят Г. Крейнер и Б. Эшфорт [39], такое сознательное избегание привязанности может быть вызвано прошлым опытом, позицией в жизни, либо отношением к работе.

Стоит заметить, что у людей, изначально имеющих инертное, “нейтральное” отношение к организации, в дальнейшем возможен переход к положительной или отрицательной поляризации [19].

4) *Дезидентификация*. Понимается как самокатегоризация в форме когнитивной диссоциации с группой или организацией. Если сотрудник считает, что его собственные принципы и ценности не совпадают с теми, которых придерживается его организация, то, в целях поддержания более позитивной самооценки, он начинает активно отделять свою индивидуальность от ее культуры, миссии и репутации [32]. Практически это выражается в том, что он может скрывать свое место работы, выявлять черты, которые отличают его от других сотрудников или высказываться о неприемлемых для себя аспектах организации.

Здесь следует подчеркнуть, что дезидентификация – это особое психологическое состояние человека, и несмотря на то, что идентификация и дезидентификация отрицательно коррелирует, они не являются противоположными концептами [8, 21].



В целом, дезидентификация нежелательна для организации, так как может вызвать ряд негативных последствий [20; 22; 27]: противостояние организационным инициативам и целям; генерирование недоверия среди других сотрудников; влияние на формирование поведения и дисциплину.

Можно заметить, что *модель Г. Крейнера и Б. Эшфорта базируется на модели Дж. Дукерич и соавт.* и во многом дублирует ее. Отличиями являются использование различающейся терминологии, а также тот факт, что Дж. Дукерич и соавт. выделяли крайние (патологические) формы проявления каждого выявленного вида. Так, идентификация в модели Г. Крейнера и Б. Эшфорта соответствует целенаправленной идентификации Дж. Дукерич и соавт. Аналогично, дезидентификация схожа с целенаправленной дезидентификацией. Амбивалентная идентификация соответствует конфликтующей, а нейтральная является эквивалентом апатичной.

Таким образом, несмотря на то, что первоначально модель была предложена и описана Дж. Дукерич, Р. Крамером и Дж. Паркс в 1998 году, большее признание и распространение получила расширенная модель идентификации Г. Крейнера и Б. Эшфорта, опубликованная в 2004 году. Это также связано с тем, что Г. Крейнер и Б. Эшфорт эмпирически рассмотрели взаимосвязи между переменными (организационными, личностными и связанными с работой) и измерениями идентификации, а также осуществили проверку модели на валидность.

Несмотря на популярность модели Г. Крейнера и Б. Эшфорта, *не все исследователи полностью признают ее правомерность*, и в научной литературе можно встретить критические высказывания о ней.

Так, например, Д. Стайлс [52] утверждает, что решение о наличии четырех состояний идентификации является редукционистским, учитывая всю сложность процессов идентификации и дезидентификации в организации. Суть его критики выражается в двух позициях. Во-первых, он считает, что отделение может быть от всей организации или от ее части; а амбивалентная идентификация означает, что индивиды активно идентифицируются и дезидентифицируются с различными аспектами. Во-вторых, Г. Крейнером и Б. Эшфортом в значительной степени игнорируется идеология, хотя она важна для понимания идентификации и дезидентификации.

*Еще одно направление критики* можно найти в работе К. Чанга и соавт. [24]. Они считают, что описанные четыре типа не могут быть взаимоисключающими конструктами, а являются взаимозависимыми. Это объясняется тем, что типы родственны по своей природе и могут перекрывать друг друга. Так, амбивалентная идентификация, скорее всего, является результатом слияния двух дисгармоничных идентичностей, а амбивалентную и нейтральную идентификацию следует рассматривать в качестве варианта дезидентификации. Также они считают, что все внимание уделяется изучению организационной идентификации, в то время как социальные идентичности и Я-концепции индивидов также могут быть определены через процесс дезидентификации.

**Заключение.** Высказанные критические замечания, возможно, правомерны и задают направление дальнейших исследований для уточнения общей концепции и частных моментов.

В процессе изучения необходимо учитывать, что любые возникшие идентификации – явления далеко не статичные. Так, например, многие ученые [44, 48] утверждают, что со временем в ответ на множество факторов сотрудники могут отчуждать себя от некоторых характеристик организации и начать идентифицировать себя с другими. Это может свидетельствовать о смене уровня или типа идентификации.

Подводя итог данного теоретического обзора, можно еще раз сказать о том, что процесс идентификации очень сложный и многоплановый, о чем свидетельствует

большое количество исследований, проводимых в области организационной психологии. На данный процесс влияет множество аспектов, которые необходимо учитывать в разработках при создании теоретических схем и моделей.

### **Литература:**

1. Агадуллина Е.Р., Мальцева М.Ю. Разработка и апробация методики оценки организационной идентификации с ВУЗом // Вестник университета, – 2010. – №17. – С. 4-8.
2. Белинская Е.П., Тихомандрицкая О.А. Социальная психология личности: Учеб. пособие для вузов. – М.: Аспект Пресс, – 2001. – 301 с.
3. Липатов С.А. Проблема организационной приверженности и идентификации с точки зрения социальной психологии // Мир психологии, – 2004. – № 2. – С. 142-148.
4. Липатов С.А. Социальная идентичность работников в организационных условиях // Идентичность и организация в меняющемся мире / Под ред. Н.Л. Ивановой, Н.М. Лебедевой, В.А. Штроо – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, – 2008. – С. 191-212.
5. Липатов С.А. Социальная идентичность работников и межгрупповые отношения в организации // Социальная психология в стенах РГСУ: коллективная монография / Под ред. Е.А. Петровой. – М.: РИЦ АИМ, – 2006. – С. 81-88.
6. Липатов С.А., Ловаков А.В. Исследования организационной идентификации в зарубежной психологии // Национальный психологический журнал, 2010. №1(3). С. 70-75.
7. Ловаков А.В. Современные тенденции в исследованиях организационной идентификации // Психологические проблемы современного бизнеса, НИУ ВШЭ, 2011. №23. С. 135-159.
8. Мухина В. С. Возрастная психология: феноменология развития, детство, отрочество : учеб. для студ. вузов / В. С. Мухина. – М.: Изд. Центр “Академия”, 1999. 456 с.
9. Орлова Э.А. Концепции идентификации/идентичности: антропологическая трактовка // Вопросы социальной теории, – 2011. – Т. 5. – С. 170-192.
10. Стефаненко Т. Г. Изучение идентификационных процессов в психологии и смежных науках // Трансформация идентификационных структур в современной России / Под ред Т.Г. Стефаненко. — Московский общественный научный фонд Москва, – 2001. – С. 11–29.
11. Стефаненко Т.Г. Поведенческий компонент этнической идентичности: за и против // Кризис идентичности и проблемы становления гражданского общества: Сб. науч. трудов / Отв. ред. Н.Л. Иванова. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2003. С. 127–134.
12. Aron A., Aron E. Self-expansion motivation and including other in the self // W. Ickes, S. Duck, eds. The Social Psychology of Personal Relationships. John Wiley and Sons, New York, 2000, pp. 109–128.
13. Ashforth B. E. Role transitions in organizational life: An identity-based perspective // Mahwah, NJ: Erlbaum, 2001, 376 p.
14. Ashforth B.E., Harrison [SEP]S.H., Corley K.G. Identification in Organizations: An Examination of Four Fundamental Questions // Journal of Management, 2008, Vol. 34, No. 3, pp. 325-374.
15. 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, No. 43, pp. 2426–2448.
16. Ashforth, B. E., Mael. F. Social identity theory and the organization // Acad. Management Rev., 1989, Vol. 14. pp. 20–39.

17. Avanzi L., van Dick R., Fraccaroli F., Sarchielli G. The downside of organizational identification: Relations between identification, workaholism and well-being // *Work & Stress*, 2012, Vol. 26, No. 3, pp. 289-307.

18. Bartels J., Pruyn A., Jong M.D., Joustra I. Multiple organizational identification levels and the impact of perceived external prestige and communication climate // *Journal of Organizational Behavior*, 2007, No. 28, pp. 173–190.

19. Bhattacharya C.B., Elsbach K.D. Us versus them: The roles of organizational identification and disidentification in social marketing initiatives // *Journal of Public Policy & Marketing*, 2002, Vol. 21, No. 1, pp. 26-36.

20. Bolton L.R., Harvey R.D., Grawitch M.J., Barber L.K. Counterproductive work behaviours in response to emotional exhaustion: a moderated meditational approach // *Stress & Health: Journal of the International Society for the Investigation of Stress*, 2012, Vol. 28, No. 28, pp. 222-233.

21. Boros S. Organizational identification: theoretical and empirical analyses of competing conceptualizations // *Cognition, Brain, Behavior*, 2008, №12, pp. 1-27.

22. Boros S., Curseu P.L. To be or not to be...identified. Explorations of students' (dis)identification in a Romanian university // *Psihologia Resurselor Umane*, 2012, Vol. 10, pp. 57-69.

23. Boros S., Curseu P.L., Miclea M. Integrative tests of a multidimensional model of organizational identification // *Social Psychology*, 2011, Vol. 42, No. 2.

24. Chang K., Kuo C., Su M., Taylor J. Disidentification in Organizations and Its Role in the Workplace // *Industrial relations*, 2013, Vol. 68, No. 3, pp. 479-506.

25. Christ, O., van Dick, R., Wagner, U., Stellmacher, J. When teachers go the extra mile: Foci of organisational identification as determinants of different forms of organisational citizenship behaviour among school teachers // *British Journal of Educational Psychology*, 2003, Vol. 73, pp. 329–341.

26. Cooper, D., Thatcher, S.M.B. Identification in organizations: The role of self-concept orientations and identification motives // *Academy of Management Review*, 2010, Vol. 35, pp. 516-538.

27. Dukerich J.M., Kramer R.M., Parks J.M. The dark sides of organizational identification. *Organizational Behavior*, 1998, pp. 245-256.

28. Dutton J.E., Dukerich J.M., Harquail C.V. Organizational images and member identification // *Administrative Science Quarterly*, 1994, Vol. 39, No. 2, pp. 239-263.

29. Edwards M.R. Organizational identification: A conceptual and operational review // *International Journal of Management Reviews*, 2005, Vol. 7, pp. 207–230.

30. Edwards M.R., Peccei R. Perceived organizational support, organizational identification, and employee outcomes: Testing a simultaneous multifoci model // *Journal of Personnel Psychology*, 2010, Vol. 9, No. 1, pp. 17-26.

31. Elstak M.N., van Riel C.B.M. Organizational identity change: An alliance between organizational identity and identification // *Academy of Management Best Conference Paper*, 2005, MOC: E1-E6.

32. Glasford, D.E., Pratto, F.E., Dovidio, J.F. Intragroup dissonance: Responses to in-group violation of personal values. *Journal of Experimental Social Psychology*, 2008, Vol. 44, pp. 1057–1064.

33. Glynn, M.A. Individuals need for organizational identification (nOID): speculations on individual differences in the propensity to identify // In D. A. Whetten, and P. C. Godfrey (Eds.). *Identity in organizations: Building theory through conversations*, 1998, pp. 238-244.

34. Harquail, C. Organizational identification and the “whole person”: Integrating affect, behavior, cognition // In D. Whetten, P. Godfrey (Eds.), *Identity in organizations: Building theory through conversations*, 1998, pp. 223 – 231.
35. Haslam S.A. *Psychology in organizations: The social identity approach*. - SAGE Publications Ltd, 2004, 336 p.
36. Hassan Sh. Employee attachment to workplace: a review of organizational and occupational identification and commitment // *International journal of organization theory and behavior*, 2012, Vol. 15, No. 3, pp. 383-422.
37. Hayashi S. Complexity of organizational identification: measuring ambivalent identification // *International Business Research*, 2014, Vol. 7, No. 1.
38. Katrinli A., Atabay G., Gunay G., Guneri B. Exploring the antecedents of organizational identification: the role of job dimensions, individual characteristics and job involvement // *Journal of Nursing Management*, 2009, Vol. 17, pp. 66–73.
39. Kreiner G.E., Ashforth B.E. Evidence toward an expanded model of organizational identification // *Journal of Organizational Behavior*, 2004, Vol. 25, pp. 1-27.
40. Lai J.Y.M., Chan K.W., Lam L.W. Defining who you are not: The roles of moral dirtiness and occupational and organizational disidentification in affecting casino employee turnover intention // *Journal of Business Research*, 2013, pp. 1659–1666.
41. Martin, K.D., Johnson, J.L., French, J.J. Institutional pressures and marketing ethics initiatives: The focal role of organizational identity // *Journal of the Academy of Marketing Science*, 2011, Vol. 39, pp. 574-591.
42. Mayhew M.G., Gardner J., Ashkanasy N.M. Measuring individuals’ need for identification: Scale development and validation // *Personality and Individual Differences*, 2010, Vol. 49, pp. 356–361.
43. Oakes, P. The salience of social categories. In Turner, J.C., Hogg, M.A., Oakes, P.J., Reicher, S.D., & Wetherell, M.S. (Eds), *Rediscovering the social group. A self-categorization theory* (pp. 117±141). Oxford: Blackwell, 1987.
44. Pratt M.G. The good, the bad, and the ambivalent: Managing identification among Amway distributors // *Administrative Science Quarterly*, 2000, Vol. 45, pp. 456-493.
45. Riketta, M. Organizational identification: A meta-analysis // *J. Vocational Behav.*, 2005, Vol. 66, pp. 358–384.
46. Rousseau D. Why Workers Still Identify with Organizations // *Journal of Organizational Behavior*, 1998, Vol. 19, pp. 217-233.
47. Ruvalo, C.M. Benefits of Organization-Level Identity // *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 2004, Vol. 56, No. 3, pp. 163-172.
48. Scott C.R., Corman S.R., Cheney G. Development of a structural model of identification in the organization // *Communication Theory*, 1998, Vol. 8, pp. 298-336.
49. Sluss D.M., Ashforth B.E. How relational and organizational identification converge: Processes and conditions // *Organization Science*, 2008, Vol. 19, pp. 807-823.
50. Sluss, D. M., Ashforth, B. E. Relational identity and identification: Defining ourselves through work relationships // *Academy of Management Review*, 2007, Vol. 32, pp. 9–32.
51. Stiles D.R. Disorganization, disidentification and ideological fragmentation: Verbal and pictorial evidence from a British business school // *Culture and Organization*, 2011, Vol. 17, No. 1, pp. 5–30.
52. Tajfel H. *Human groups and social categories: Studies in social psychology* // Cambridge, 1981.
53. Van Knippenberg, D., van Schie E.C.M. Foci and correlates of organizational identification // *J. Occupational Organ. Psych.*, 2000, Vol.73, pp. 137–147.

54. Verganti, R. Designing breakthrough products. Harvard Business Review, 2011, Vol. 89, No. 10, pp. 114–120.

55. Vora D., Kostova T. A model of dual organizational identification in the context of the multinational enterprise // Journal of Organizational Behavior, 2007, Vol. 28, No. 3, pp. 327–350.

56. Wann D.L., Hamlet M.A. Author and Subject Gender in Sports Research // International Journal of Sport Psychology, 1995, Vol. 26, No. 2, pp. 225-232.

57. 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, No. 4, pp. 457-481.

## ЭНТРОПИЯ БЕЗОПАСНОСТИ SECURITY ENTROPY

DOI: 10.25629/НС.2018.01.06

**Григорьева Марина Анатольевна**, кандидат педагогических наук, преподаватель ВА РВСН, научный сотрудник 4 ЦНИИ МО РФ. E-mail: maririg@bk.ru. **Григорьев Сергей Михайлович**, кандидат военных наук, доцент, доцент Финансового университета при Правительстве РФ, старший научный сотрудник ВА РВСН. Московская область, Балашиха, улица Карбышева, 8. E-mail: smgrig@mail.ru.

**Grigor'eva Marina Anatol'evna**, the candidate of pedagogical Sciences, teacher of VA RVSН, researcher, 4 TSNII MO RF. E-mail: maririg@bk.ru. **Grigor'ev Sergei Mikhailovich**, candidate of military Sciences, associate Professor of Financial University under the Government of the Russian Federation, senior researcher of VA RVSН. Moscow region, Balashikha, street Karbysheva, 8. E-mail: smgrig@mail.ru.

**Аннотация.** Национальная безопасность государства во многом зависит от отдельного человека и качества человеческих отношений. Потребность в стабильности каждого гражданина страны, защите, свободе от страха, тревоги и хаоса – это и есть его безопасность. Специалисты могут значительно стабилизировать безопасную деятельность людей, повысить их психологическую устойчивость, укрепить психологический климат в малых группах, корпорациях и обществе.

**Abstract.** The state national security largely depends on the individual and the quality of human relations. The need for stability of every citizen of the country, protection, freedom from fear, anxiety and chaos - this is his security. Specialists can significantly stabilize the safe operation of the people, improve their psychological stability, and strengthen the psychological climate in small groups, corporations and society.

**Ключевые слова:** национальная безопасность, психологическая безопасность, энтропия, гомеостазис, психологические ресурсы, психическая устойчивость, особые и экстремальные условия деятельности, психологическая коррекция, нейролингвистическое программирование, эриксоновская психотерапия.

**Keywords:** national security, psychological security, entropy, homeostasis, psychological resources, mental stability, special and extreme conditions of activity, psychological correction, neurolinguistic programming, Ericksonian psychotherapy.

Большинство исследователей и теоретиков хорошо знают, что ценность теории и исследования зависит от их практической пользы для общества. И что теории часто проверяются на свою валидность не только в научных стенах, и их нередко приходится пересматривать из-за того, что происходит на улицах. А безопасность общества и государства во многом зависит от качества человеческих отношений. От того, насколько