



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ПСИХОЛОГИЯ

ISSN 2312-5942

www.orgpsyjournal.hse.ru



2019. Том 9. № 3.



HIGHER SCHOOL OF ECONOMICS
NATIONAL RESEARCH UNIVERSITY

SCIENTIFIC E-JOURNAL

ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY

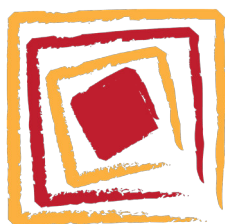
ISSN 2312-5942

www.orgpsyjournal.hse.ru



2019. Vol. 9. No. 3.

2019. Том 9. № 3.



Электронный научный журнал

URL: www.orgpsyjournal.hse.ru

E-mail: orgpsyjournal@hse.ru

Учредитель:

Национальный
исследовательский университет
Высшая школа экономики»



Выходит 4 раза в год



Редакция

Главный редактор:

Штроо В.А. (НИУ «Высшая школа экономики»)

Зам. главного редактора:

Липатов С.А. (Московский государственный университет)

Редакторы:

Вовна О.С. (НИУ «Высшая школа экономики»)

Редакционная коллегия:

Аксеновская Л.Н. (Саратовский государственный университет)

Базаров Т.Ю. (Московский государственный университет)

Бентон С. (Университет Вестминстера, Лондон, Великобритания)

Булгаков А.В. (Московский государственный гуманитарный университет)

Гайдар К.М. (Воронежский государственный университет)

Дик ван Р. (Университет Гёте, Франкфурт-на-Майне, Германия)

Емельянов Е.Н. (Консалтинг-Центр «ШАГ»)

Карпов А.В. (Ярославский государственный университет)

Леонова А.Б. (Московский государственный университет)

Липатов С.А. (Московский государственный университет)

Маничев С.А. (Санкт-Петербургский государственный университет)

Моргунов Е.Б. (Московская Высшая школа социальных и экономических наук)

Мякушкин Д.Е. (Южно-Уральский государственный университет)

Осин Е.Н. (НИУ «Высшая школа экономики», Москва)

Поддьяков А.Н. (НИУ «Высшая школа экономики», Москва)

Сарычев С.В. (Курский государственный университет)

Серкин В.П. (НИУ «Высшая школа экономики», Москва)

Стоунер Дж. (Университет Фордхам, Нью-Йорк, США)

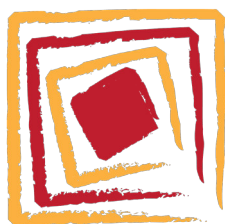
Такушьян Г. (Университет Фордхам, Нью-Йорк, США)

Чернышев А.С. (Курский государственный университет)

Шауфели В. (Университет Утрехта, Утрехт, Нидерланды)

Штроо В.А. (НИУ «Высшая школа экономики», Москва)

Корректор: Вовна О.С.

2019. Vol. 9. No. 3.

Scientific e-journal

URL: www.orgpsyjournal.hse.ruE-mail: orgpsyjournal@hse.ru

Founder:

National research university

Higher School of Economics



Published 4 times per year

**Editor-in-chief**Wladimir A. Stroh (*National Research University «Higher School of Economics», Russia*)**Deputy Editor-in-chief**Sergey A. Lipatov (*Lomonosov Moscow State University, Russia*)**Managing Editors**Olga Vovna (*National Research University «Higher School of Economics», Russia*)**Editorial Board****Lyudmila N. Aksenovskaya** (*Chernyshevsky Saratov State University, Russia*)**Takhir Yu. Bazarov** (*Lomonosov Moscow State University, Russia*)**Stephen Benton** (*Westminster University, UK*)**Alexander V. Bulgakov** (*Moscow State Humanitarian University, Russia*)**Alexey S. Chernyshev** (*Kursk State University, Russia*)**Rolf van Dick** (*Goethe University Frankfurt-am-Main, Germany*)**Karina M. Gaydar** (*Voronezh State University, Russia*)**Eugeny N. Emelyanov** (*«Consultig Center «SHAG», Russia*)**Anatoly V. Karpov** (*Yaroslavl Demidov State University, Russia*)**Anna B. Leonova** (*Lomonosov Moscow State University, Russia*)**Sergey A. Lipatov** (*Lomonosov Moscow State University, Russia*)**Sergey A. Manichev** (*Saint Petersburg State University, Russia*)**Eugeny B. Morgunov** (*Moscow School of Social and Economic Sciences, Russia*)**Dmitry Myakushkin** (*South Ural State University, Russia*)**Evgeny N. Osin** (*National Research University «Higher School of Economics, Russia»*)**Alexander N. Poddiakov** (*National Research University «Higher School of Economics», Russia*)**Sergey V. Sarychev** (*Kursk State University, Russia*)**Wilmar Schaufeli** (*Utrecht University, Netherlands*)**Vladimir P. Serkin** (*National Research University «Higher School of Economics, Russia»*)**James Stoner** (*Fordham University, USA*)**Wladimir A. Stroh** (*National Research University «Higher School of Economics, Russia»*)**Harold Takooshian** (*Fordham University, USA*)**Corrector:** Olga Vovna

Содержание

От редакции

- 6–7 Представляем новый номер

Исследования в организационной психологии

- 8–19 Социальный интеллект в культурном контексте: сравнение индийских и словацких руководителей (на англ. яз.)
М. Франковский, З. Биркнерова, Л. Збихлейова, А. Кумар, Н. Марва
- 20–34 Социально-демографические и психологические предикторы успешности профессионалов
Л. В. Карапетян
- 35–56 Мотивация лояльности государственных служащих профессионально-служебным группам принадлежности
С. В. Горностаев
- 57–73 Взаимосвязь между организационной культурой и трудовой мотивацией в вузе
Л. С. Верещагина, Л. А. Ольхова

Организационно-психологическая практика

- 74–102 Разработка инструментария изучения идентификации работников в организации
А. В. Сидоренков, О. Ю. Шипитко, Д. Е. Штильников, В. А. Штроо
- 103–119 Психосемантический анализ рынка тренингов личной эффективности: эскиз методики
Е. Л. Доценко, Ю. С. Хамзина, Т. Х. Хамзин

Обзоры

Первые шаги

- 120–152 Создание и анализ психометрических свойств опросника «Статус управленческой идентичности»
А. В. Парамузов, Р. К. Несмеянова
- 153–173 Эмоциональный интеллект руководителя и деятельность группы
М. А. Ситников

Организационная психология в лицах, диалогах, дискуссиях

Конференции

- 174–177 XXI апрельская международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества
- 178–179 Международная конференция по профессиональной этике психологов
- 180–183 Бизнес-психология: теория и практика

Литературный гид

Content

Editorial

- 6–7 We are glad to introduce our readers to new issue

Research in organizational psychology

- 8–19 Social intelligence in the Cultural Context: Comparison of Indian and Slovak Managers (in English)
M. Frankovský, Z. Birknerová, L. Zbihlejšová, A. Kumar, N. Marwah
- 20–34 Social and psychological predictors of successfulness: a comparative study among representatives of professional groups
L. Karapetyan
- 35–56 Motivation and loyalty of public servants to job-related groups
S. Gornostaev
- 57–73 Organizational culture and work motivation in educational organization
L. Vereschagina, L. Olhova

Organizational psychology in practice

- 74–102 Development of tools for the study of employee identity in the organization
A. Sidorenkov, O. Shipitko, D. Shtilnikov, W. Stroh
- 103–119 Psychosemantic analysis of personal efficiency training market: designing of the methodology
E. Dotsenko, J. Khamzina, T. Khamzin

Reviews

First steps

- 120–152 Creation and analysis of psychometric properties of the Managerial Identity Status Questionnaire
A. Paramuzov, R. Nesmeianova
- 153–173 The influence of the manager's level of emotional intelligence on the group activity
M. Sitnikov

Organizational psychology in dialogues and discussions

Conferences

- 174–177 XXI April International Academic Conference on Economic and Social Development
- 178–179 International conference on Professional ethics of psychologists
- 180–183 Business psychology: theory and practice

Literary guide



От редакции

Представляем новый номер нашего журнала. Журнал продолжает знакомить читателей с последними событиями в области организационной психологии.

Рубрику **«Исследования в организационной психологии»** сегодня представляют четыре статьи. В статье *«Социальный интеллект в культурном контексте: сравнение индийских и словацких руководителей»* (на англ. яз.) интернационального авторского коллектива в составе М. Франковский, З. Биркнерова, Л. Збихлейова, А. Кумар и Н. Марва представлены результаты исследования, направленного на анализ согласованности факторной структуры методики *«Измерение социального интеллекта»* (*Measuring Social Intelligence, MESI*). В статье Л. В. Карапетян *«Социально-демографические и психологические предикторы успешности профессионалов»* доказано, что представители различных профессиональных категорий в разной степени оценивают свою успешность. Статья *«Мотивация лояльности государственных служащих профессионально-служебным группам принадлежности»* С. В. Горностаева содержит эмпирические доказательства специфичности мотивации лояльности служащих группам, функционирующим в их профессионально-служебной среде. В статье Л. С. Верещагиной и Л. А. Ольховой *«Взаимосвязь между организационной культурой и трудовой мотивацией в вузе»* выявлены доминирующие субордеры и типы организационной культуры, а также структура трудовых мотивов вузовских работников.

В рубрике **«Организационно-психологическая практика»** вы найдёте две статьи. Статья *«Разработка инструментария изучения идентификации работников в организации»* авторского коллектива в составе А. В. Сидоренков, О. Ю. Шипитько, Д. Е. Штильников и В. А. Штроо знакомит читателей с итогами психометрической проверки нового методического инструментария организационного психолога. Согласно статье Е. Л. Доценко, Ю. С. Хамзиной, Т. Х. Хамзина *«Психосемантический анализ рынка тренингов личной эффективности: эскиз методики»* оказалось, что личная эффективность (в узком значении) сущностно субъектна, что означает, в частности, «лидировать» (а не только руководить), «управлять конфликтом» (а не просто общаться). В расширенном значении она может быть раскрыта и как умение управлять — другими и/или собой.

В рубрике **«Первые шаги»** размещены две статьи. Первая версия методики, которая позволяет количественно измерять статусы управленческой идентичности, представлена в статье А. В. Парамузова и Р. К. Несмеяновой *«Создание и анализ психометрических свойств опросника «Статус управленческой идентичности»*. В статье М. А. Ситникова *«Эмоциональный интеллект руководителя и деятельность группы»* определены две группы факторов взаимосвязи уровня эмоцио-нального интеллекта руководителя с деятельностью группы — факторы-условия и факторы-результаты.

В рубрике **«Конференции»** вы найдете информацию о предстоящих конференциях. В 2019 году пройдут две конференции. 12–13 октября 2019 г. во Вьетнаме, в г. Дананг пройдёт *Международная конференция по профессиональной этике психологов*. 29 ноября — 1 декабря 2019 г. в Москве на базе НИУ ВШЭ пройдёт *Шестая международная научно-практическая конференция «Бизнес-психология: теория и практика»*. А 6–10 апреля 2020 там же (Москва, НИУ ВШЭ) состоится *«XXI апрельская международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества»*.



ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY

Editorial

We are pleased to continue to acquaint readers with the latest developments in organizational psychology in 2019–3 issue of **Organizational Psychology Journal**.

The “**Research in Organizational Psychology**” column is presented in four articles. The article “*Social intelligence in the Cultural Context: Comparison of Indian and Slovak Managers*” (in English) by an international authoring team composed of by an international authoring team composed of *Miroslav Frankovský, Zuzana Birknerová, Lucia Zbihlejšová, Anuj Kumar, Nishu Marwah* presents the results of a study aimed at analysis of the consistency of the factor structure of the MESI methodology (Measuring Social Intelligence). In the article by *Larisa Karapetyan* “*Social and psychological predictors of successfulness: a comparative study among representatives of professional groups*” there have been established that vitality, psychological well-being, adaptability, resistance to professional burnout, optimism, extraversion, dominance and self-sufficiency are psychological predictors of successfulness.

The article «*Motivation and loyalty of public servants to job-related groups*» by *Stanislav Gornostaev* contains empirical evidence of the specific features of motivation and loyalty to groups from employees’ professional environment. *Liudmila Vereschagina* and *Larisa Olhova* in the research «*Organizational cul-ture and work motivation in educational organization*» revealed the dominant suborders and types of or-ganizational culture, and the structure of labor motives of university employees.

There are two articles in the “**Organizational psychology in practice**” column. The article «*Development of tools for the study of employee identity in the organization*» by the team of *Andrey Sidorenkov, Olesya Shipitko, Denis Shtilnikov and Wladimir Stroh* acquainted readers with the results of test of a new psychomet-ric method of an organizational psychologist. *Eugene Dotsenko, Julia Khamzina* and *Timur Khamzin* shared the results of psychosemantic analysis of market of personal efficiency trainings.

In the column “**First Steps**” posted two articles. The first version of the method, which allows to measure managerial identity, is presented in the article of *Alexander Paramuzov* and *Roksana Nesmeianova* «*Creation and analysis of psychometric properties of the Managerial Identity Status Questionnaire*». Two types of factors that relate the level of emotional intelligence of the leader and the activities of the group — conditions and results are identified in the article by *Mikhail Sitnikov* «*The influence of the manager’s level of emotional intelligence on the group activity*».

In the “**Conferences**” section you will find information about the upcoming conferences in 2019. *International conference on Professional ethics of psychologists* will be held October 12—13, 2019 in Da Nang, Vietnam. The 6th International Scientific and Practical Conference «*Business psychology: theory and practice*» will be held November 29 — December 1, 2019 in Moscow at the HSE. «*XXI April International Aca-demic Conference on Economic and Social Development*» held on April 6—10, 2020 (Moscow, HSE).



Social intelligence in the Cultural Context: Comparison of Indian and Slovak Managers

MIROSLAV FRANKOVSKÝ

ZUZANA BIRKNEROVÁ

LUCIA ZBIHLEJOVÁ

University of Prešov, Prešov, Slovakia

ANUJ KUMAR

NISHU MARWAH

Bharati Vidyapeeth Institute of Management and Research, Deemed University, New Delhi, India

Abstract. The presented study is based on the assumption that social constructs do not have a generally valid form but are culturally conditioned. *Purpose.* It presents the results of a research aimed at an analysis of the consistency of the factor structure of the MESI methodology (Measuring Social Intelligence) in the Indian and Slovak managerial environment. At the same time, the results of the analysis of differences in the assessment of the extracted social intelligence factors (Manipulation, Empathy and Social Irritability) between the managers from India and Slovakia are presented. *Study design.* The research file consisted of 504 managers, of which 252 were Indian and 252 were Slovak managers. *Findings.* The findings enable formulation of solution to two issues. The first is related to the degree of universality of the extracted factor structures of social intelligence in the individual cultures. The second relates to the assessment of the individual specified social intelligence factors within different cultures. The presented findings confirm that the MESI methodology factor structure detected based on the samples of Indian and Slovak managers is consistent. The only difference was detected in the order of the factors extracted based on the percentage of the variance explained. Consistency of the factor structure presented is confirmed also by the results of saturation of the factors by the individual items, the Cronbach's alpha values, and correlation of the extracted factors. Existence of several differences in the assessment of the social intelligence attributes of Manipulation and Social Irritability was confirmed. Manipulation was more prominently rejected by the Indian managers, while Social irritability was more prominently rejected by the Slovak managers. *Value of results.* This finding also points to the necessity of accepting the cultural context in examining social intelligence and social constructs in general.

Keywords: social intelligence, cultural context, MESI, management, manipulation, empathy, social irritability.

Introduction

Culture has a great impact on the formation of human characteristics, including attitudes, behaviors, habits and values that are transmitted from one generation to the next (Matsumoto,

2000). Accepting the requirement to explore social phenomena in a cultural context is an important theoretical and methodological basis of any social research. The researchers focus not only on the comparison of the social, ethnic and cultural differences that are reflected in the behavior of people, but also on studying the impact of culture on the development of individuals. Discussions are aimed at verification of generally applicable characteristics, independently of the cultural context, but also at how a particular culture affects a person. This approach automatically assumes that social constructs do not have a generally valid form but, on the contrary, they are shaped by culture, habits, customs — the entire cultural heritage of a particular society (Heine, Ruby, 2010; Markus, Kitayama, 2003).

M. E. Ascalon, D. J. Schleicher, and M. P. Born studied the issue of social intelligence across cultures and developed an instrument which was labeled as CCSI (Cross Cultural Social Intelligence). According to their research, CCSI can be used in cross-cultural situations, although one crucial limitation of its use is that it has not been validated in terms of relations to job performance. After development of CCSI, the authors argued that there had been no similar instrument available at that time, particularly not a theoretically grounded and empirically sound one (Ascalon, Schleicher, Born 2008).

The presented study therefore focuses on the theory and methodology based on the assumption that social constructs do not have a generally valid form but are culturally conditioned. Its objective is to explore the differences in the assessment of the particular social intelligence factors by Slovak and Indian managers in the context of verification of an own, original methodology for measuring social intelligence — MESI (Frankovský and Birknerová, 2014a), which is further described in the methodological section of this paper.

Literature review

Every manager behaves differently in social situations. Some feel comfortable in these situations; behavior does not present a problem for them; they even seek these situations out. Others avoid them, feel uncomfortable; they are unable to choose the right behavior forms. The causes of these differences can be sought in several areas and analyzed from different angles. It is clear that the specifics of behavior in these situations can be caused by characteristics at the individual level of each manager (temperament, personality characteristics, experience), but also at the level of the situation (culture, conflict, friendly atmosphere, threats, unknown situation). Social intelligence in this sense can be considered as one of the leading personality predictors of managerial behavior in social situations.

One of the typical examples of research into the cultural context is the area of values (Hofstede, 2001), but H. R. Markus and S. Kitayama also discuss the impact of culture on the processes of self-esteem, self-respect, management (Markus, Kitayama, 2003; see also Mikušová, Horváthová, 2010), selection, dissonance, emotions, motivation, control, attention and categorization, creativity, the impact of culture on the assessment of well-being, morality, health, and so on. In this concept, social intelligence also has its place (Birknerová et al., 2013).

When defining social intelligence, the emphasis is on how individuals understand and interpret their own behavior and behavior of other people, and also, depending on this interpretation, how they can effectively regulate their behavior. Some definitions accentuate rather perceptual, cognitive-analytical dimension, or an ability to understand other people (e.g. Barnes, Sternberg, 1989). Other definitions concentrate more on behavior, or an ability to successfully affect other people (e.g. Ford, Tisak, 1983), and accentuate the behavioral aspect. Social intelligence is characterized also from the point of view of the traditional three-component model with differentiation of perceptual,

cognitive, and behavioral components (Bjorkqvist, 2000). Multidimensional feature of the social intelligence construct is unquestionable.

D. H. Silvera, M. Martinussen, and T. I. Dahl describe social intelligence as an individual personality trait. Beginnings of the efforts to conceptualize and operationalize it date back to E. L. Thorndike (1920). However, efforts to theoretic define social intelligence come across certain difficulties (Silvera, Martinussen, Dahl, 2001). Issues of distinguishing social intelligence from other similar constructs (academic intelligence, emotional intelligence, practical intelligence, but also e.g. communication, social influence, etc.) are still under discussion, as well as understanding of social intelligence as a performance characteristic or a personality trait.

As we observe the basic lines of social intelligence study in the literature, essentially, two main tendencies represented by the psychometric and the personal approach (Kihlstrom, Cantor, 2000) can be set apart. The psychometric approach conceptualizes and operationalizes social intelligence as ability or a number of abilities, where people can be compared on a low versus high dimension, and in this case the only difference from the academic intelligence lies in the focus on the social sphere (Silvera, Martinussen, Dahl, 2001). On the other hand, the personal approach representatives speculate about social intelligence on the basis of behavior in various interpersonal situations, social interactions, and social structures (Ruisel, 1999), which are not evaluated strictly on the efficiency dimension.

In terms of exploring social intelligence in a cultural context, it is possible to define at least two sets of issues. The first one is related to solving the level of universality of the extracted factor structures of social intelligence in individual cultures. The second one is related to the assessment of the individual specified factors of social intelligence in different cultures.

R. J. Emmerling and R. E. Boyatzis focused in their study on the cultural issues related to applied use of emotional and social intelligence competences, particularly to their cross-cultural validation, which is seldom studied empirically. Their research revealed that these competences represent a practical, reliable, theoretically coherent, and valid approach to the assessment and development of individuals in diverse cultures (Emmerling, Boyatzis 2012).

In accordance with L. S. Sigmar, G. E. Hynes, and K. L. Hill social and emotional capabilities are at least an equivalent predictor of professional success as cognitive assumptions (Sigmar, Hynes, Hill, 2012). In terms of identifying social intelligence as a predictor of successful managerial behavior, two concepts can be mentioned. The first one is related to social competences as a prerequisite for the management of work teams. The second one is based on the findings of R. E. Boyatzis (2011) and says that social and emotional intelligences explain a significant part of the variance in the prediction of managers' performance competences. From the viewpoint of both concepts, it is necessary to consider the impact of the cultural context on the aforementioned attributes.

Methodology

The aim of the research was to contribute to the discussions about the cultural impact on the construct of social intelligence on the basis of a comparison of the extracted factor structures, Cronbach's alpha values, correlations and the specification of differences in the assessment of the identified factors on the samples of Indian and Slovak managers, and at the same time to verify the possibilities to use the MESI questionnaire in various cultural contexts.

The MESI methodology (*Measuring Social Intelligence*; Frankovský, Birknerová, 2014a) detects social intelligence as a personality trait. Its authors assume the trans-situational stability of social intelligence which they define as a dispositional personality attribute. MESI was developed on the

basis of the previous research studies in which the EMESI methodology (Empathy, Manipulation, Social Irritability; Frankovský, Birknerová, 2013) was used. EMESI had been initially designed for students, their peers, and their teachers to measure the perception of social intelligence as a performance characteristic. Its structure was then revised and perfected to accommodate wider audience, i.e. to become MESI — a generally applicable tool for detecting social intelligence of people. Both MESI and EMESI were inspired by and proposed according to the PESI methodology (Peer-Estimated Social Intelligence) created by, A. Kaukiainen, K. Bjorkqvist, K. Osterman, K. Lagerspetz, S. Forsblom (Kaukiainen et al., 1995).

MESI consists of 21 items evaluated on a 5-point Likert scale where 0 represents „never“ and 4 represents „very often“. By means of a factor analysis, three factors were extracted and labeled by M. Frankovský and Z. Birknerová (2014a) as follows:

Manipulation: People who have higher scores in this social intelligence attribute are able to persuade others to do almost anything. They can use others for their own benefit and persuade them to take their side. At the same time, they are happy about it. They use the lie of others for their own advantage. Example item: “I know how to persuade others to take my side”.

Empathy: Individuals with higher scores in this factor are able to recognize the intentions, feelings, and weaknesses of other people. They can decipher the ways others think, adapt to new people, guess their wishes as well as fulfill them. Example item: “I know how to act in accordance with the feelings of others”.

Social irritability: Persons characterized by higher scores in this factor are nervous in contact with other people. They avoid the presence of others if possible. Feelings of others baffle them; adapting to other people is a problem for them as it invokes unpleasant feelings in them. Weaknesses and wishes of others confuse them. Example item: “People who are willing to do anything for me make me nervous”.

The research sample, which was collected offline using the Snowball data collection method, consisted of 504 managers. Of these, 252 (50%) were Indian managers and 252 (50%) were Slovak managers, all approached in their native cultural environment. The sample of Indian managers was made up of 125 (49.6 %) men and 127 (50.4 %) women, aged 33.7 years on average (SD: 10.860 years). The sample of Slovak managers was made up of 123 (48.6 %) men and 129 (51.4 %) women, aged 30.4 years on average (SD: 9.125 years). Two methodology language variations were used to conduct the research – the Slovak version for the Slovak sample (Frankovský, Birknerová, 2014b), and the English version for the Indian sample (Frankovský, Birknerová, 2014a). The acquired data was processed by means of the SPSS 20 statistical software.

Results

One of the possible approaches to verifying the new methodology is also the definition of its use in other linguistic mutations in different cultural environments. The research problem was aimed at determining whether the factor structure of the MESI methodology, identified on a sample of Slovak managers, is identical to the factor structure of the methodology extracted on the sample of Indian managers. One of the primary objectives of the conducted study was to verify the factor structure on two culturally distant samples in order to find out whether the attributes of social intelligence remain unchanged when assessed by managers whose cultural background is in many ways different from the one where the initial methodological studies had been conducted (Frankovský, Birknerová, 2013; 2014a; 2014b).

On the basis of a factor analysis (Principal Component Analysis with Varimax Rotation) carried out on the sample of Slovak and Indian managers, three identical factors of social intelligence were

extracted in both cases (Table 1). The identified factors can be ordered according to the variance explained and described content-wise as Manipulation, Empathy and Social irritability.

Table 1. Factors Extracted on the Sample of Slovak and Indian Managers and Their Saturation with the Individual Items of MESI

MESI items	Slovak managers			Indian managers		
	Manipulation	Empathy	Social Irritability	Manipulation	Empathy	Social Irritability
5. I am able to persuade others to do almost anything	.496			.426		
6. Using others for my own benefit pleases me	.784			.704		
11. I can use my behavior to persuade people to do for me what I want	.697			.538		
12. If I want, I know how to use others for my own benefit	.791			.739		
13. I know how to use the lives of others for my own benefit	.700			.687		
19. I use others for my own benefit	.824			.775		
20. I know how to persuade others to take my side	.806			.519		
2. I can guess how to adapt to new people		.703			.460	
3. I am able to guess the wishes of others		.765			.671	
8. I am able to recognize the wishes of others		.764			.637	
9. I know how to act in accordance with the feelings of others		.488			.503	
16. I am able to guess the feelings of others even when they do not want to show them		.765			.675	
17. I can guess the weaknesses of others		.620			.636	
21. In contact with other people I can recognize their intention		.549			.483	
1. Contact with others makes me nervous			.640			.652
4. Feelings of others baffle me			.493			.639
7. I feel uncomfortable when I have to adapt to new people			.628			.584
10. Weaknesses of others baffle me			.542			.494
14. I feel uneasy when I have to adapt to new people			.583			.605
15. Wishes of others make me nervous			.518			.489
18. People who are willing to do anything for me make me nervous			.635			.337

On the basis of the factor analysis it may be claimed that the factor structure of the MESI methodology detected on the sample of Slovak managers corresponds to the factor structure of the mentioned methodology detected on the sample of Indian managers. The individual extracted factors in both cases are saturated with the same items of the methodology. Factors extracted on the Slovak sample of managers explain 54.2% of the variance, while the factors extracted on the Indian sample of managers explain 42.2% of the variance. In both cases, the variance is explained at an acceptable level and is essentially identical.

The eigenvalue and percentage of the variance explained for the individual extracted factors on the research samples of Slovak and Indian Managers are displayed in Table 2. It is necessary to note that the order of the factors extracted based on the percentage of the variance explained was in the sample of Indian managers as follows: Empathy, Manipulation, Social irritability. In the sample of Slovak managers it was first Manipulation, followed by Empathy and then Social irritability.

Table 2. Eigenvalue and Percentage of Variance Explained for Individual Extracted Factors on the Research Samples of Slovak and Indian Managers

Statistics	Slovak managers			Indian managers		
	M	E	SI	E	M	SI
Eigenvalue	4.642	4.114	2.653	3.284	3.041	2.542
Variance (%)	22.019	19.592	12.631	15.640	14.480	12.103

Note. M = Manipulation; E = Empathy; SI = Social Irritability

The factor structure of the methodology extracted on the samples of Indian and Slovak managers is also identical. The MESI methodology is therefore applicable to both the Slovak and the Indian managers. This fact is also demonstrated by the graphical expressions of the extracted factors (Figure 1, Figure 2).

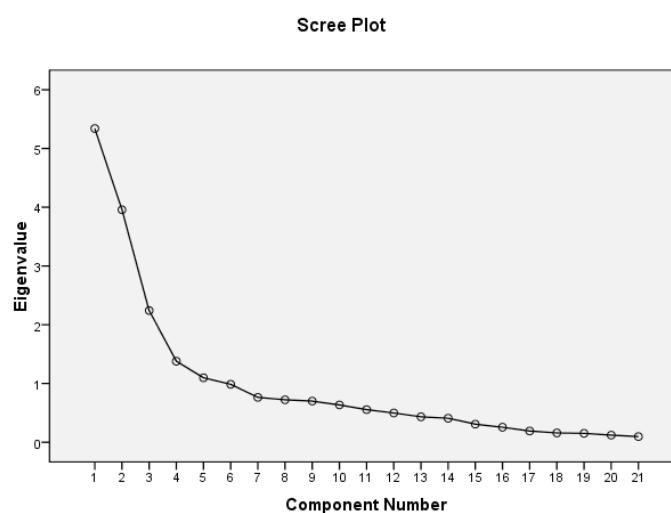


Figure 1. Scree Plot of the Factors Extracted on the Slovak Sample of Managers

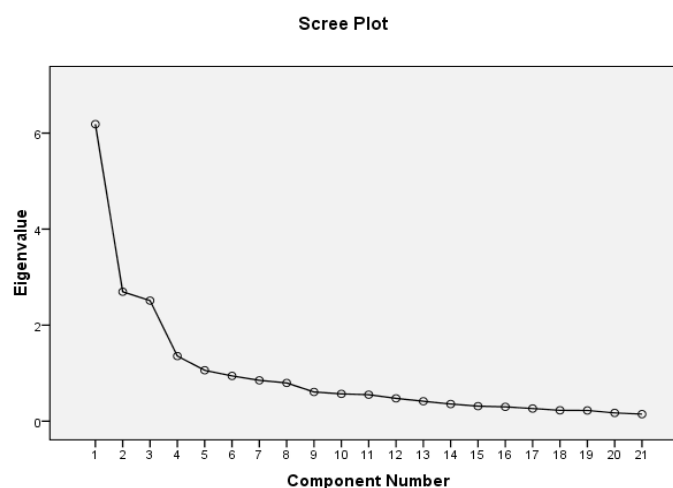


Figure 2. Scree Plot of the Factors Extracted on the Indian Sample of Managers

The degree of internal consistency of the individual factors was measured by the Cronbach's alpha coefficient (Table 3).

Table 3. Cronbach's Alpha Values for the MESI Methodology Factors Extracted on the Sample of Slovak and Indian Managers

Country/Factor	Manipulation	Empathy	Social irritability
Indian managers	.805	.721	.743
Slovak managers	.882	.830	.780

The Cronbach's alpha values detected on the Slovak sample of managers show a sufficient internal consistency of the individual factors of the MESI methodology.

The results of the correlation analysis of the extracted MESI factors carried out on both samples of managers indicate the existence of similarities between these factors calculated from the data from the Slovak and the Indian samples of managers. The correlation coefficient values found on the sample of Indian managers (Table 4) point to a significant relationship between Empathy and Manipulation, which is expressed by a positive correlation coefficient. This fact tells us that those Indian managers who score higher in the Empathy factor have higher scores also in the factor of Manipulation. It means that the managers who are able to guess the wishes, feelings, and intentions of other people are, at the same time, capable of persuading them to behave and act in their favor and support them, standing by their side.

A significant relationship was detected also between the assessment of Manipulation and Social irritability, which is expressed by a positive correlation coefficient. It means that the managers, who tend to behave manipulatively, feel unpleasant when having to adapt to other people. They perceive the feelings and wishes of others as unpleasant.

Table 4. Correlations of the MESI Factors Extracted on the Indian Sample of Managers

Factor	Manipulation	Empathy	Social irritability
Manipulation			
Empathy			
		.381***	.283***
			.068

Note. *** $p < .001$

Analysis of the data gained from the Slovak managers (Table 5) confirmed, similarly to the Indian sample, the existence of statistically significant correlation coefficients between Empathy and Social irritability. These results prove that the higher the Slovak managers score in the Manipulation factor, which means using other people for their own benefit and persuading them to do whatever they want, the higher their tendency towards to assess themselves as able to guess the wishes, feelings and intentions of others.

Contrarily to the Indian managers, the correlation analysis on the sample of Slovak managers confirmed a statistically significant correlation between Empathy and Social irritability. It means that the managers who are able to guess the wishes, feelings, and intentions of others, at the same time feel unpleasant when having to adapt to other people. They perceive the wishes and feelings of others as unpleasant.

Table 5. Correlations of the MESI Factors Extracted on the Slovak Sample of Managers

Factor	Manipulation	Empathy	Social irritability
Manipulation			
Empathy			
		.454***	.147*
			.160*

Note. *** $p < .001$, * $p < .05$

Based on the presented analysis of the factor structures extracted on the samples of Indian and Slovak managers, a comparison of the assessment of the three MESI factors, individually for the managers from India and for the managers from Slovakia, was carried out.

The multivariate analysis for repeated measurements confirmed the similarity of statistically significant differences in the assessment of the three factors of the MESI methodology by the Slovak managers (F test value was 317.258, statistical significance 0.00) as well as by the Indian managers (F test value was 273.243, statistical significance 0.00). The average values of the individual MESI factor assessments by the Slovak and the Indian managers are shown in Figure 3.

The Indian and Slovak managers indicated that they use the social intelligence attribute of Empathy often in their behavior. It means that they can guess the wishes, feelings, and intentions of other people, and when necessary, they can also adapt to them. Contrarily, the manifestations of Manipulation and Social irritability in the behavior of the Slovak and Indian managers occur only rarely.

From the above results it is necessary to draw attention to the difference between the Slovak and Indian managers in the assessment of manipulative behavior. Data analysis confirmed a statistically significant difference in the assessment of this factor among the Slovak and Indian managers (Table 6).

Table 6. Country comparison of the social intelligence factors

MESI factors	Country	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>p</i>	<i>t</i>
Manipulation	Indian managers	1.6803	.76341	< .01	3.805
	Slovak managers	1.9416	.77080		
Empathy	Indian managers	2.5391	.57991	.308	1.021
	Slovak managers	2.5920	.57172		
Social Irritability	Indian managers	1.4003	.63272	.049	1.981
	Slovak managers	1.5017	.51366		

It is obvious that the Indian managers significantly less often use manipulative behavioral attributes than the Slovak managers. They have a lesser tendency to use other people for their benefits, to persuade them to do anything for them and stand on their side.

At the same time, the Slovak managers assessed themselves as less socially irritable than Indian managers (as seen in Table 6). They feel less uncomfortable if they are to adapt to others. They perceive wishes and feelings of others as less unpleasant. Figure 3 presents an overall illustration of the differences in the assessment of each of the MESI factors between the studied samples (t test).

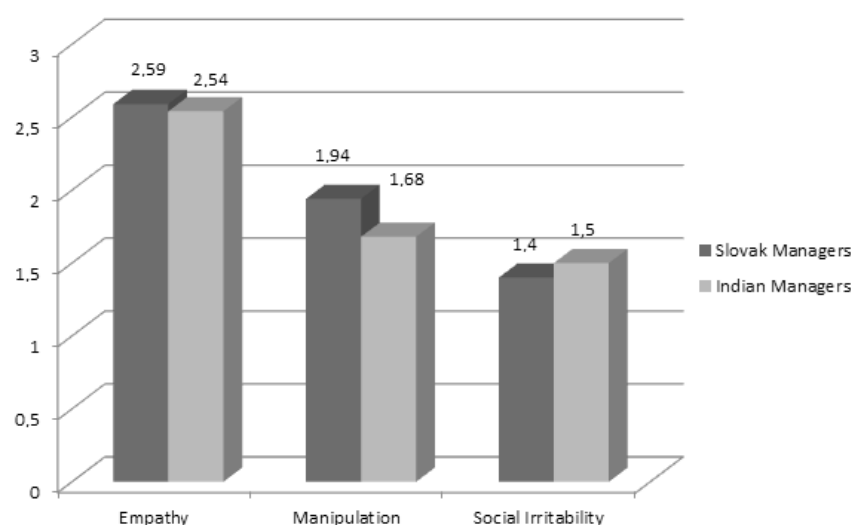


Figure 3. Average Values of the Individual MESI Factor Assessments by the Slovak and the Indian Managers

Discussion and Conclusion

MESI methodology has been utilized in the previous research studies but it is still quite a new tool that needs to be validated within various contexts. H. Uzun, A. C. Buran, and E. T. Beydilli used MESI to investigate the effect of dimensions of social intelligence on entrepreneurship intention. They conducted a survey on the sample of 249 students of Kutahya Social Sciences Vocational College and Kutahya Technical Sciences Vocational College. In their analyses they found out that manipulation and empathy had a direct impact on entrepreneurship intention. As entrepreneurship requires strong social relations of individuals, it raises the idea that entrepreneurs with a high level of social intelligence will have high levels of manipulation in the context of personality or empathic approach (Uzun, Buran, Beydilli, 2017).

The theoretical and methodological concept of social intelligence presented in this study in the context of cultural specifics is based on the assumption that social constructs do not have to have a generally valid definition but are may be conditioned by culture. The acquired results contribute to the discussion of the definition of attributes, which can be understood as transculturally unchanged, or the attributes that are modified by a particular culture. At the same time, these results support the findings of H. R. Markus and S. Kitayama (2003) on the broad-spectrum impact of culture and beyond. In this concept, social intelligence also has its place, as already proven in the previous studies (Birknerová et al., 2013; Frankovský et al., 2018).

T.-Y. Kim and M. A. Rahim carried out a cross-cultural study on the links between leaders' social intelligence and their creative performance (Kim, Rahim, 2013). Based on their model, which was tested on the sample of employed MBA students from five countries (Hong Kong, Thailand, U.S., U.K, and Scotland) and designed to indicate to what extent their supervisors displayed social intelligence and creative performance, they found out that the supervisors with greater social intelligence contributed more to creative performance.

The findings presented in this contribution suggest that the social intelligence attributes are trans-culturally fixed (extracted factor structure of social intelligence, saturation of the factors by items, similar Cronbach's alpha values), as well as confirm the existence of certain cultural specifics of this issue (links between Empathy and Social irritability within the Slovak sample, order of the extracted factors according to the variance explained, as well as the assessment of Manipulation and Social irritability as such). An essential finding resulting from this research is confirmation of the stable factor structure of the MESI methodology in both cultures and, at the same time, detected different assessments of two of the social intelligence factors (Manipulation and Social Irritability) between the Slovak and the Indian managers.

In general, it is possible to discuss the issue of whether the influence of culture changes the internal structure of the social construct, i.e. social intelligence and thus if it is possible to specify different attributes of social intelligence in different cultures, or if it is possible to identify the influence of culture only in the context of assessment of these extracted factors. From this viewpoint it is also possible to interpret the detected statistically significant difference between the Indian and the Slovak managers in the assessment of manipulative forms of behavior: Indian managers use manipulative behavioral attributes significantly less than Slovak managers. At the same time, the Slovak managers considered themselves less socially irritable than the Indian managers.

The presented results support the necessity of accepting the possible cultural specifics in the studies of social constructs including social intelligence, but at the same time they indicate the appropriateness of utilizing the MESI methodology also in other cultures, as already proven within the Ukrainian settings (Frankovský et al., 2018).

The mentioned characteristics of the influence of culture on the assessment of the attributes of social intelligence need to be interpreted in the context of the specifics of the research sample used. At the same time, from the perspective of the possibilities of using the presented MESI methodology, it is necessary to extend the research scope to other cultural environments, as well as to accentuate the issue of language transformations of the MESI methodology. In this sense, it is crucial to verify the language variations of the methodology by means of a reverse translation.

Funding

This research was conducted with the support of the grant project KEGA 003PU-4/2017 («Coping with demanding situations — subject innovation and university textbook preparation»).

References

- Ascalon, M. E., Schleicher, D. J., Born, M. P. (2008). Cross-cultural social intelligence: An assessment for employees working in cross-national contexts. *Cross Cultural Management: An International Journal*, 15(2), 109–130. doi: 10.1108/13527600810870570
- Barnes, M. L., Sternberg, R. J. (1989). Social intelligence and decoding of nonverbal cues. *Intelligence*, 13, 263–287.
- Birknerová, Z., Vávrová, S., Andrysová, P., Frankovský, M., Hladík, J., Hrbáčková, K., Janovská, A. (2013). *Vybrané sociální jevy v kulturních souvislostech: Výzkumná sonda mezi české a slovenské vysokoškolské studenty*. Prague: Hnutí R.
- Bjorkqvist, K., Osterman, K., Kaukiainen, A. (2000). Social Intelligence – Empathy = Aggression? *Aggression and Violent Behavior*, 5(2), 191–200.
- Boyatzis, R. E. (2011). Managerial and Leadership Competencies: A Behavioral Approach to Emotional, Social and Cognitive Intelligence. *Vision: The Journal of Business Perspective*, 15(2), 91–100. doi: 10.1177/097226291101500202
- Emmerling, R., Boyatzis, R. E. (2012). Emotional and social intelligence competencies: cross cultural implications. *Cross Cultural Management: An International Journal*, 19(1), 4–18.
- Ford, M. E., Tisak, M. S. (1983). A further search for social intelligence. *Journal of Education psychology*, 75, 196–206.
- Frankovský, M., Birknerová, Z. (2013). *Sociálna inteligencia v kontexte manažérskej práce*. Prešov: Bookman, Ltd.
- Frankovský, M., Birknerová, Z. (2014a). Measuring Social Intelligence — The MESI Methodology. *Canadian Center of Science and Education: Asian Social Science*, 10(6), 90–97. doi: 10.5539/ass.v10n6p90
- Frankovský, M., Birknerová, Z. (2014b). Detecting Social Intelligence by MESI Methodology – Psychometric Characteristics. *Individual and Society*, 17(1), 97–111.
- Frankovský, M., Birknerová, Z., Zbihlejová, L., Medvid', M. (2018). Social intelligence in the cultural context: comparison of Ukrainian and Slovak managers. *Economic Annals-XXI*, 169(2), 62–66. doi: 10.21003/ea.V169-12
- Heine, S. J., Ruby, M. B. (2010). Cultural psychology. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Cognitive Science*, 1(2), 254–266. doi: 10.1002/wcs.7
- Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations*. Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.
- Hudec, O., Suhányi, L., Urbančíková, N. (2014). Regional decision-making criteria: Strategic investment in the central Europe. *Theoretical and empirical researches in urban management*, 9(2), 104–117.

- Kaukiainen, A., Bjorkqvist, K., Osterman, K., Lagerspetz, K., Forsblom, S. (1995). *Peer-Estimated Social Intelligence (PESI)*. Turku, Finland, Department of Psychology, University of Turku.
- Kihlstrom, J. F., Cantor, N. (2000). *Social Intelligence*. Available at: <http://ist-socrates.berkeley.edu>
- Kim, T.-Y., Rahim, M. A. (2013). *A Cross-Cultural Model of Leaders' Social Intelligence and Creative Performance*. Available at: <https://ssrn.com/abstract=2636647>
- Markus, H. R., Kitayama, S. (2003). Culture, Self, and the Reality of the Social. *Psychological Inquiry*, 14(3), 277–283. doi: 10.1080/1047840X.2003.9682893
- Matsumoto, D. R. (2000). *Culture and psychology*. Pacific Grove, CA, Brooks/Cole.
- Mikušová, M., Horváthová, P. (2010). Psychological And Sociological Approaches On The Crisis And Its Management. *Proceedings of International Conference on Information and Finance (ICIF 2010), Malaysia: Kuala Lumpur, November 26-28 (10–14)*.
- Ruisel, I. (1999). *Inteligencia a osobnost'*. Bratislava: Veda.
- Sigmar, L. S., Hynes, G. E., Hill, K. L. (2012). Strategies for Teaching Social and Emotional Intelligence in Business Communication. *Business Communication Quarterly*, 75(3), 301–317. doi: 10.1177/1080569912450312
- Silvera, D. H., Martinussen, M., Dahl, T. I. (2001). The Tromso Social Intelligence Scale, a self-report measure of social intelligence. *Scandinavian Journal of Psychology*, 42, 313–319. doi: 10.1111/1467-9450.00242
- Štefko, R., Nowak, S. (2014). Cooperation shrines of Europe in regional management and development. *Polish journal of management studies*, 10(2), 209–215.
- Suhányi, L., Suhányiová, A. (2014). Multi-criteria decision-making tool design for the investment decision-making of territorial self-government regions. *Journal of applied economic sciences*, 9(1), 110–122.
- Thorndike, E. L. (1920). Intelligence and its use. *Harpers Magazine*, 140, 227–235.
- Uzun, H., Buran, A. C., Beydilli, E. T. (2017). The effect of social intelligence on entrepreneurship intention: A research on vocational college students. *Research journal of politics, economics and management*, 5(5), 1–13.

Received 30.04.2019

Социальный интеллект в культурном контексте: сравнение индийских и словацких руководителей

ФРАНКОВСКИЙ Мирослав

БИРКНЕРОВА Зузана

ЗБИХЛЕЙОВА Люсия

Прешовский университет, Прешов, Словакия

КУМАР Ануй

МАРВА Нишу

Институт управления и исследований им. Бхарати Видьяпита (университет), Нью-Дели, Индия

Аннотация. Представленное исследование основано на предположении, что социальные конструкты не имеют общепринятой формы, а обусловлены культурой. *Цель.* В статье представлены результаты исследования, направленного на анализ согласованности факторной структуры методики «Измерение социального интеллекта» (*Measuring Social Intelligence, MESI*) в управленческой среде Индии и Словакии. Вместе с этим представлены результаты анализа различий в оценке выделенных факторов социального интеллекта (манипуляция, сочувствие и социальная раздражительность) между менеджерами из Индии и Словакии. *Дизайн исследования.* Выборка исследования включала 504 менеджеров, из которых 252 были индийскими и 252 были словацкими менеджерами. *Выводы.* Полученные данные позволяют сформулировать решение двух проблем. Первая связана со степенью универсальности выделяемых факторных структур социального интеллекта в отдельных культурах. Вторая относится к оценке отдельных указанных факторов социального интеллекта в разных культурах. Полученные результаты подтверждают, что факторная структура методики MESI, выявленная на материале выборки индийских и словацких менеджеров, является согласованной. Единственная разница была обнаружена в порядке собственного значения факторов на основе процента объяснённой дисперсии. Непротиворечивость представленной факторной структуры подтверждается также результатами наполнения факторов отдельными переменными, значениями коэффициента альфа Кронбаха и корреляцией выделенных факторов. Было подтверждено существование нескольких различий в оценке атрибутов социального интеллекта — манипуляции и социальной раздражительности. Манипуляция была более заметно отвергнута индийскими менеджерами, в то время как социальная раздражительность была более заметно отвергнута словацкими менеджерами. *Ценность результатов.* Результаты исследования указывают на необходимость учёта культурного контекста при рассмотрении социального интеллекта и социальных конструктов в целом.

Ключевые слова: социальный интеллект, культурный контекст, MESI, управление, манипулирование, эмпатия, социальная раздражительность.



Социально-демографические и психологические предикторы успешности профессионалов

КАРАПЕТЯН Лариса Владимировна

Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина, Екатеринбург, Россия

Аннотация. Современное общество требует от специалиста любого направления деятельности профессионализма, компетентности, мобильности, толерантности, готовности эффективно действовать в меняющихся условиях. Несформированность данных качеств является барьером карьерного и профессионального роста, человек оказывается не в состоянии противостоять конкуренции, выполнять предъявляемые к нему требования и, как следствие, чувствует себя неуспешным. *Цель* — выявить социально-демографические и психологические предикторы успешности у представителей различных профессиональных групп. *Дизайн исследования.* Выборка сформирована специалистами таких профессиональных категорий, как: спасатели МЧС, сотрудники МВД, врачи, психологи, педагоги, работники сферы услуг, ИТР и рабочие промышленных предприятий (всего 1348 человек). Группу сравнения составили заключённые ФСИН в количестве 351 человек. Для изучения успешности респондентам было предложено оценить её выраженность у себя («Считаете ли Вы себя успешным?») по 7-балльной шкале. На основании полученных оценок с помощью двухшагового кластерного анализа выборка была кластеризована на четыре группы: специалисты с низкой, сниженной, повышенной и высокой успешностью. *Результаты.* Доказано, что представители различных профессиональных категорий в разной степени оценивают свою успешность. Так, трудящиеся производственной сферы (ИТР, рабочие) в меньшей степени, чем представители других профессиональных категорий, считают себя успешными. В то же время сотрудники МВД и врачи свою успешность оценивают наиболее высоко. Выявлено, что профессиональная принадлежность, пол, возраст, образование и социальные условия влияют на самооценку успешности и являются её предикторами. Установлено, что жизнестойкость, психологическое благополучие, адаптивность, устойчивость к профессиональному выгоранию, оптимизм, экстраверсия, доминантность и самодостаточность являются психологическими предикторами успешности. *Ценность результатов.* Результаты исследования могут быть использованы для дальнейшего изучения феномена успеха в рамках общей, социальной, возрастной и организационной психологии, психологии труда, а также для разработки программ формирования успешного поведения, психологического сопровождения индивидуальных траекторий карьерного роста представителей различных профессиональных категорий.

Ключевые слова: успех; успешность; социально-демографические предикторы; психологические предикторы.

Введение

Значимость темы исследования продиктована социальными, экономическими и политическими переменами, происходящими в современном российском обществе, которые в первую очередь коснулись трудящихся как наиболее активной части социума. В условиях нестабиль-

ности и турбулентности как общества в целом, так и социально-трудового кластера, специалисты разных сфер пытаются соответствовать стремительно меняющимся требованиям, нормам профессиональной деятельности. Высокая конкуренция на рынке труда, широкая вариативность заработной платы, разноплановые возможности карьерного роста ориентируют специалистов на актуализацию внутренних ресурсов достижения успеха.

Успех относится к числу тех понятий, реальный жизненный смысл которых широко представлен и закреплён в обыденном сознании, имплицитных представлениях. При этом научное содержание данного понятия многогранно и далеко не очевидно в силу многовариантности смыслов и отношений, проявляющихся в зависимости от области изучения. Так, при изучении различных аспектов эффективности деятельности используются такие понятия, как «успех» и «успешность». Зачастую, особенно в лингвистических словарях, трудах по философии, социологии, педагогике, они употребляются как синонимы, однако, на наш взгляд, при всей родственности и сходности данных понятий, с позиции психологической науки они всё же отличаются в тонкостях, нюансах. Так, при оперировании понятием «успех», подчёркивается результативность деятельности, объективные достижения человека. Критериями личного успеха принято считать финансовое благополучие, внешний вид, социальное благополучие (в плане социального статуса и окружения), устойчивое семейное положение, здоровье, хорошее образование, профессиональный статус и тому подобное. Говоря об успешности, учёные акцентируют роль субъективных переживаний, рассматривая успешность как состояние человека, которое мало зависит от достигнутых им реальных результатов, а в большей степени определяется внутренними ощущениями (см., например, исследования феномена самоэффективности: Bandura, 1977; Бандура, 2000).

Интерес к категории «успех» возник достаточно давно, ещё во времена Античности. Одним из первых, кто обратился к этой проблеме, был Гесиод, размышлявший о социальных причинах и личностной обусловленности успеха и неуспеха и считавший, что успех выражается в усилиях и способностях личности. Платон отмечал значимость для человека славы и общественного признания достигнутых им результатов. Со временем понятие «успех» завоевало большую популярность, особенно за рубежом. С конца 1950-х гг. в западной социальной психологии стремление к успеху было признано одним из главных социокультурных мотивов человеческой деятельности. Инициатором этого направления был Д. Мак-Клелланд (McClelland). Его идеи получили развитие в работах Д. Аткинсона (Atkinson) и других зарубежных исследователей. В отечественной науке вплоть до начала 1990-х гг., по мнению О. И. Ефремовой, понятие «успех» не являлось научной категорией, а было представлено в основном в обыденном сознании россиян, проявлялось в их имплицитных представлениях (Ефремова, 1993). Однако позже понятие «успех» получило научный статус и стало с различных сторон рассматриваться отечественными учёными. Разрабатывался понятийный аппарат для описания и изучения данного феномена (Бодров, 2006; Геворкян, 2015; Шадриков, 1996), изучались внутренние факторы успешности в определённой деятельности (Мерлин, Климов, 1967) и в соотношении с её эффективностью (Штроо, Серов, 2011), компоненты успешности (Бодров, 2006; Ильин, 1983; Марков, 2001). Ряд учёных в рамках психодиагностического подхода решали задачи оценки и прогноза успешности в разных видах деятельности, выявляя показатели и критерии успешности (Марков, 2001; Толочек, 2006). Заслуживают внимания результаты изучения влияния успеха на различные стороны психического функционирования и определения индивидуальных ресурсов успешности (Батулин, 1999). Исследуются представления об успехе, успешности, анализируется образ успешного человека, успешной личности (Дворецкая, Лощакова, 2016; Славнов, 2003; Тугушева, 2006).

Изучается профессиональная успешность различных категорий трудящихся: предпринимателей, педагогов, менеджеров, государственных служащих, специалистов силовых структур и ведомств (Бессонова, 2003; Карапетян, 2017; Карапетян, 2018; Кондратюк, Моросанова, 2010; Тарасов, Булавина, 2017).

Анализ литературы по проблемам успеха и успешности даёт нам основания разграничить эти понятия, а в качестве рабочего использовать следующее определение успеха: «Успех — достижение целей, имеющих значение для общества и группы» (Корж, 2008, с. 32). Данное определение подчеркивает ориентацию изучаемого феномена на внешний мир, значимость внешних критериев эффективности деятельности. Под успешностью мы будем поднимать «динамическую характеристику переживания и оценивания индивидом результата собственных действий» (Артамошина, 2008, с. 295). Такая трактовка феномена успешности даёт основание рассматривать его как внутренний критерий эффективности деятельности, акцентируя внимание на значимости самооценивания.

Цель, задачи, организация эмпирического исследования

Цель исследования

Цель исследования — оценить выраженность успешности, а также выявить её социально-демографические и психологические предикторы у представителей различных профессиональных групп.

Методы исследования

Диагностические методики: «Тест жизнестойкости, ТЖС» С. Мадди (Maddi, 1994) в адаптации Д. А. Леонтьева, Е. И. Рассказовой (Леонтьев, Рассказова, 2006); «Шкала психологического благополучия, ШПБ» К. Рифф (Ryff, 1995) в адаптации Т. Д. Шевеленковой, П. П. Фесенко (Шевеленкова, Фесенко, 2005); «Социально-психологическая адаптация, СПА» К. Роджерса и Р. Даймонд (Rogers, Dymond, 1954) в адаптации А. К. Осницкого (Осницкий, 2004); «Профессиональное выгорание, ПВ» К. Маслак (Maslach, Jackson, 1981) в адаптации Н. Е. Водопьяновой и Е. С. Старченковой (Водопьянова, Старченкова, 2008); «Опросник атрибутивного стиля, ОАС» М. Селигмана (Селигман, 2006) в адаптации Ю. Е. Перунова (Перунов, 2006); «Индикатор типа личности по Майерс — Бриггс» (MBTI, F) И. Майерс и К. Бриггс (Myers, 1962) в адаптации Е. Ф. Абельской (Абельская, 2006); «Тест 16 личностных факторов, 16 ПФ» Р. Кеттелла, форма А (Cattell, Eber, Tatsuoka, 1970) в адаптации А. А. Рукавишникова, М. В. Соколовой, В. И. Чиркова (Рукавишников, Соколова, Чирков, 2002).

Помимо стандартизованных психодиагностических методик в работе использовалась исследовательская процедура самооценки успешности. При её проведении респонденты всей выборки ($N = 1348$), отвечая на вопрос: «Считаете ли вы себя успешным?», выставляли оценку своего согласия по 7-балльной шкале Р. Ликерта, где 7 — «Совершенно точно, да»; 6 — «Да»; 5 — «Скорее да»; 4 — «Трудно сказать, 50% на 50%»; 3 — «Скорее нет»; 2 — «Нет»; 1 — «Совершенно точно, нет».

Для обработки полученных количественных данных использовались методы многомерной статистической обработки результатов (двухшаговый кластерный анализ, непараметрический критерий различий Колмогорова — Смирнова, угловое преобразование φ^* Фишера, коэффициент корреляции ρ Спирмена).

Выборка

Общая численность выборки исследования составила 1699 человек. Однако в силу ряда объективных причин мы располагаем различными диагностическими данными по каждой профессиональной группе. Структура выборки представлена в таблице 1.

Таблица 1. Структура выборки исследования

Профессиональные группы	Число респондентов, заполнивших методику							
	Самооценка успешности	СПА	ОАС	ПВ	МВТИ	16-ПФ	ШПБ	ТЖС
Психологи ($N = 254$)	254	186	140	30	105	0	0	0
Врачи ($N = 85$)	85	85	49	36	0	0	0	0
Работники сферы услуг ($N = 212$)	212	212	182	64	0	0	0	0
Педагоги ($N = 221$)	221	171	50	221	0	0	0	0
ИТР ($N = 264$)	264	133	133	0	131	0	0	0
Рабочие ($N = 112$)	112	112	112	0	0	0	0	0
Сотрудники МВД ($N = 200$)	200	0	0	0	200	200	0	0
Спасатели МЧС ($N = 55$)	55	0	0	0	0	0	55	55
Заключённые ($N = 351$)	351	0	0	0	0	0	0	0
Всего ($N = 1699$)	1699	899	666	351	436	200	55	55

Этапы исследования

Для достижения заявленной цели было проведено поэтапное исследование, в ходе которого на каждом этапе решались конкретные задачи.

Этап 1

При проведении этого этапа исследования были поставлены следующие задачи. 1. Выявить группы с разным уровнем успешности, оценить их наполняемость. 2. Выявить различия в самооценке успешности между представителями разных профессиональных категорий. Эта часть исследования была проведена на выборке ($N = 1348$) разного пола, возраста и профессионального статуса (85 врачей различного профиля, 212 сотрудников организаций сферы услуг, 376 сотрудников промышленных предприятий г. Екатеринбурга, из них 264 инженерно-технических работника (ИТР) и 112 рабочих различных специальностей, 200 сотрудников МВД (офицерский состав), 221 педагог из средних общеобразовательных учреждений г. Екатеринбурга, 254 профессиональных психолога различных сфер занятости).

Этап 2

Задачей данного этапа являлось исследование взаимосвязи успешности с социально-демографическими признаками: полом, возрастом, образованием, условиями жизнедеятельности. Для выявления влияния социальных условий на самооценку успешности наряду с основной группой ($N = 1348$) методику самооценки успешности заполняла группа сравнения — заключённые ($N = 351$), социальные условия которых отличаются от условий жизнедеятельности основной части выборки в негативную сторону.

Этап 3

На этом этапе исследования задача выявления психологических предикторов самооценки успешности решалась при использовании стандартизованных психодиагностических методик, которые выборочно применялись в разных профессиональных группах.

Этап 1. Самооценка успешности в профессиональных группах

При определении уровня самооценки успешности респонденты всей выборки ($N = 1348$), отвечая на вопрос: «Считаете ли вы себя успешным?», выставляли оценку по 7-балльной шкале. На основании полученных данных выборка с помощью двухшагового кластерного анализа была разделена на четыре группы: с низким ($n = 197$), сниженным ($n = 295$), повышенным ($n = 485$) и высоким ($n = 371$) уровнем воспринимаемой успешности. Таким образом, оказалось, что 63.51% участников выборки оценивают позитивно собственную успешность (повышенная и высокая самооценка успешности), а более чем у трети трудящихся (36.49%) самооценка успешности находится в негативном регистре (низком и сниженном). Средние значения успешности приведены в табл. 2.

Таблица 2. Средние значения успешности в группах с разной степенью её выраженности

Успешность	Min	Max	M	SD
Низкая успешность	1	3	2.66	.655
Сниженная успешность	4	4	4	0
Повышенная успешность	5	5	5	0
Высокая успешность	6	7	6.3	.46

Из таблицы видно, что средние оценки в выделенных группах различаются, группы хорошо дифференцированы, а проведённая кластеризация отражает разницу в оценке респондентами собственной успешности. Анализ результатов исследования также показал, что представители различных профессиональных групп по-разному оценивают собственную успешность (Рис. 1).

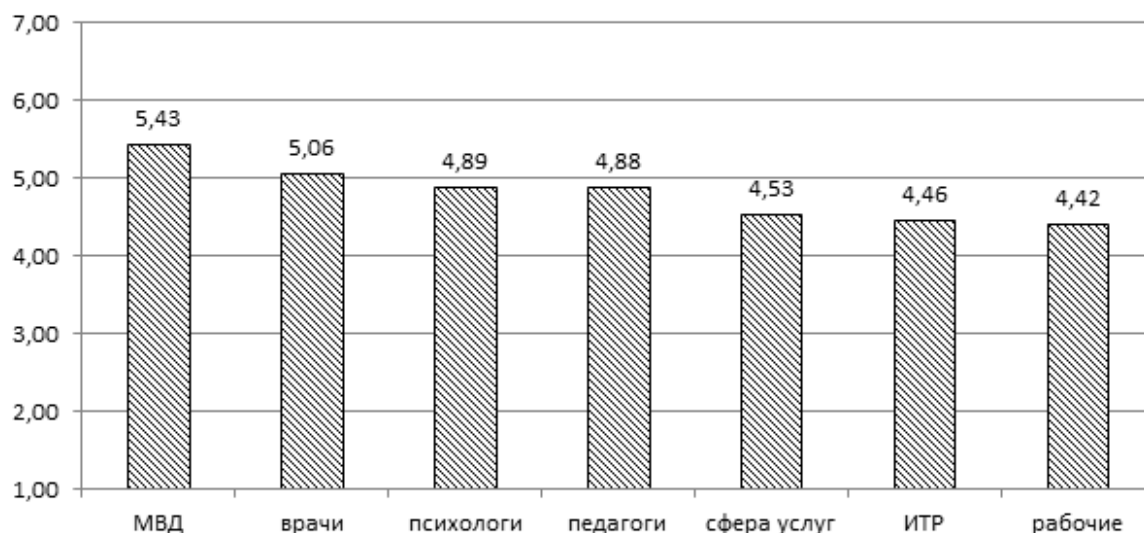


Рисунок 1. Средние значения успешности представителей разных профессиональных групп

Наиболее успешными себя считают представители МВД и врачи. Самые низкие среднegrupповые показатели успешности — у сотрудников промышленных предприятий: инженерно-технических работников и рабочих. При этом анализ различий (критерий Колмогорова — Смирнова) показал, что средние значения самооценки успешности в выборках ИТР и рабочих достоверно ниже, чем в группах сотрудников МВД, врачей, психологов и педагогов ($p \leq 0.05$).

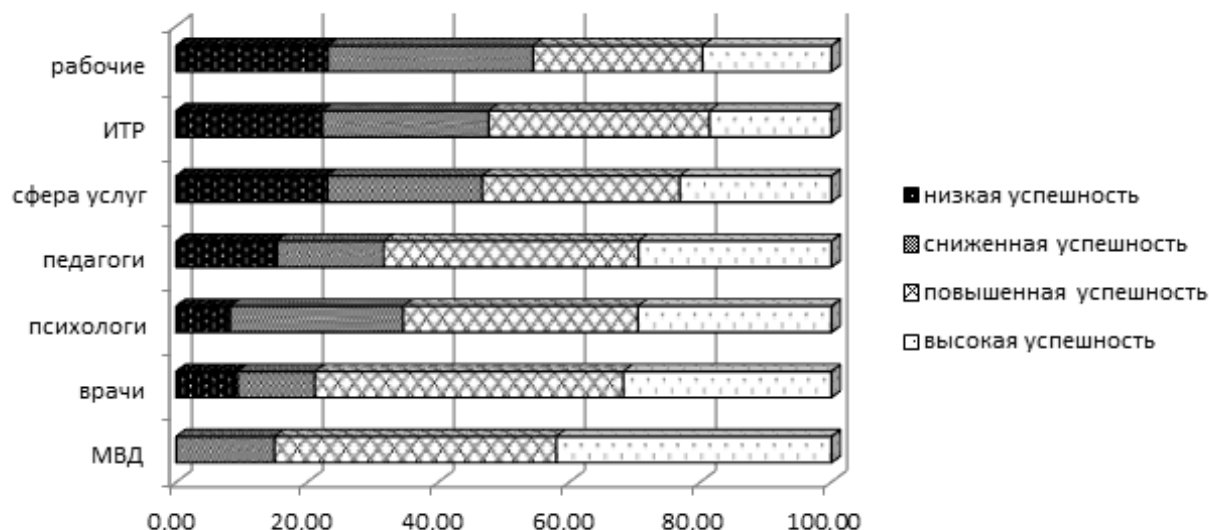


Рисунок 2. Количество испытуемых с разным уровнем успешности в профессиональных группах

На рисунке 2 наглядно прослеживается предрасположенность к положительной оценке успешности у представителей МВД, врачей, психологов и педагогов, поскольку доля лиц с повышенной и высокой воспринимаемой успешностью в этих группах значительно преобладает.

Этап 2. Влияние социально-демографических факторов на воспринимаемую успешность специалистов

Проанализируем, насколько пол влияет на оценку собственной успешности (Табл. 3). В исследовании приняло участие 963 женщины и 385 мужчин. Из таблицы 3 видно, что в группе с низкой самооценкой успешности численность женщин достоверно превышает численность мужчин. Есть также различия на уровне тенденции в численности респондентов разного пола в группе с повышенной оценкой собственной успешности: в ней женщин меньше, чем мужчин. Таким образом, можно сделать вывод, что женщины значимо чаще, чем мужчины, оценивают себя как неуспешных.

Таблица 3. Количество женщин и мужчин в группах с различной успешностью

Пол	Низкая успешность		Сниженная успешность		Повышенная успешность		Высокая успешность	
	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%
Женщины (<i>N</i> = 963)	153	15.89	207	21.50	336	34.89	267	27.73
Мужчины (<i>N</i> = 385)	44	11.43	88	22.86	149	38.70	104	27.01
ϕ^*	2.61*		-.54		-1.31		.26	

Примечание: * — $\phi^*_{крит.} = 2.31$ при $p \leq .01$.

Рассмотрим, является ли возраст предиктором успешности (Табл. 4; Рис. 3). В группе молодого возраста (от 18 до 30 лет) респондентов с низким уровнем успешности достоверно меньше, чем в двух других группах ($\phi^*_{эм.} = -5.6 < \phi^*_{крит.} = 2.31$, $p < 0.01$, в сравнении с группой среднего возраста, и $\phi^*_{эм.} = -4.67 < \phi^*_{крит.} = 2.31$, $p < 0.01$, в сравнении с группой зрелого возраста), в группе с повышенной успешностью значимо больше, чем в группе зрелого возраста ($\phi^*_{эм.} = 2.51 > \phi^*_{крит.} = 2.31$, $p < 0.01$), а в группе с высокой успешностью молодых

профессионалов достоверно больше, чем в других группах ($\varphi_{\text{эмп.}}^* = 2.47 > \varphi_{\text{крит.}}^* = 2.31, p < 0.01$, в сравнении с группой среднего возраста, и $\varphi_{\text{эмп.}}^* = 2.29 < \varphi_{\text{крит.}}^* = 2.31, p < 0.01$, в сравнении с группой зрелого возраста). Полученные данные демонстрируют, что наиболее успешными считают себя трудящиеся молодого возраста.

Таблица 4. Представленность в возрастных группах лиц с разным уровнем успешности (%)

Возрастной интервал	Низкая успешность	Сниженная успешность	Повышенная успешность	Высокая успешность
Молодой возраст	8.79	21.42	38.87	30.92
Средний возраст	20.70	20.70	34.42	24.19
Зрелый возраст	21.60	25.82	29.58	23.00

На рисунке 3 наглядно представлено, как меняется наполняемость возрастных групп в зависимости от оценки собственной успешности.

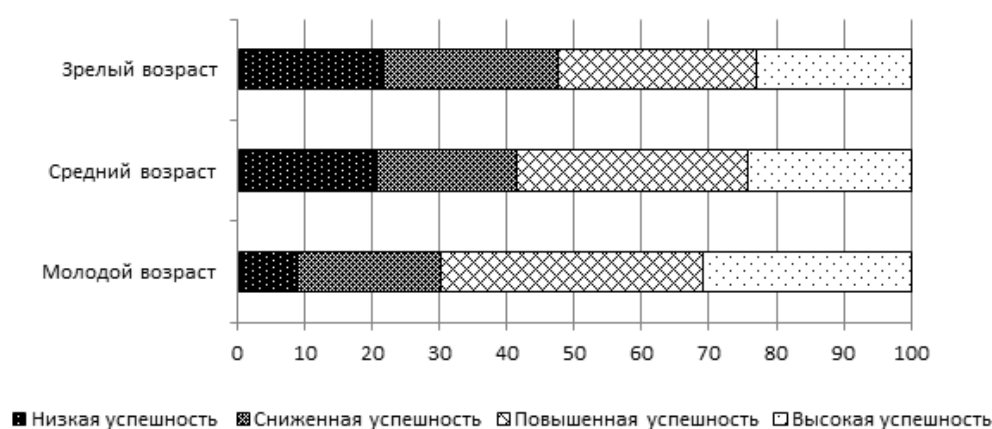


Рисунок 3. Представленность респондентов с разной степенью успешности в возрастных группах

Рассмотрим в качестве предиктора успешности образование респондентов. Наиболее низкие средние оценки собственной успешности выставили лица со средним профессиональным образованием ($M = 4.62$), что достоверно ниже, чем у респондентов с незаконченным высшим ($M = 4.89; p \leq 0.05$) и высшим образованием ($M = 4.84; p \leq 0.01$). С группой с общим средним образованием ($M = 4.80$) различия в оценке успешности не достигли критического уровня значимости.

Проанализируем наполняемость групп, выделенных по признаку «образование» респондентами с разным уровнем успешности (Табл. 5). О том, что группа со средним профессиональным образованием может рассматриваться как наименее успешная, свидетельствует тот факт, что объём сегмента с низкой успешностью в данной группе достоверно больше, чем в остальных группах (со средним образованием: $\varphi_{\text{эмп.}}^* = 1.65 > \varphi_{\text{крит.}}^* = 1.64, p < 0.05$, с незаконченным высшим образованием: $\varphi_{\text{эмп.}}^* = 3.48 > \varphi_{\text{крит.}}^* = 1.64, p < 0.05$. В сравнении с группой с высшим образованием — различия находятся на уровне тенденции: $\varphi_{\text{эмп.}}^* = 1.60 < \varphi_{\text{крит.}}^* = 1.64, p < 0.05$). Объём же сегмента с высокой успешностью в группе со средним профессиональным образованием достоверно меньше, чем в двух других группах, выделенных по данному признаку (со средним образованием: $\varphi_{\text{эмп.}}^* = 1.66 > \varphi_{\text{крит.}}^* = -1.64, p < 0.05$; с высшим образованием: $\varphi_{\text{эмп.}}^* = -1.98 < \varphi_{\text{крит.}}^* = 1.64, p < 0.05$).

Для исследования влияния социальных условий на оценку собственной успешности, в качестве группы сравнения мы использовали выборку заключённых ($N = 351$). Сравнение средних значений показателя «оценка собственной успешности» в группе заключённых и

в выборке трудящихся ($M = 2.95$ и $M = 4.8$, соответственно) показало наличие достоверных различий между ними ($p \leq 0.01$). Определение степени успешности заключённых производилось путём отнесения индивидуальных результатов по данному показателю к группе, выделенной с помощью кластеризации основной выборки (см. Табл. 1). Рисунок 4 демонстрирует различия в наполняемости основной группы ($N = 1348$) и группы сравнения ($N = 351$) респондентами с разной степенью успешности (Рис. 4).

Таблица 5. Представленность респондентов с разной степенью успешности в группах в зависимости от образования (%)

Образование	Низкая успешность	Сниженная успешность	Повышенная успешность	Высокая успешность
Среднее	14.07	24.62	32.16	29.15
Среднее профессиональное	18.92	21.62	36.68	22.78
Незаконченное высшее	6.82	28.79	38.64	25.76
Высшее	14.64	20.05	36.28	29.02

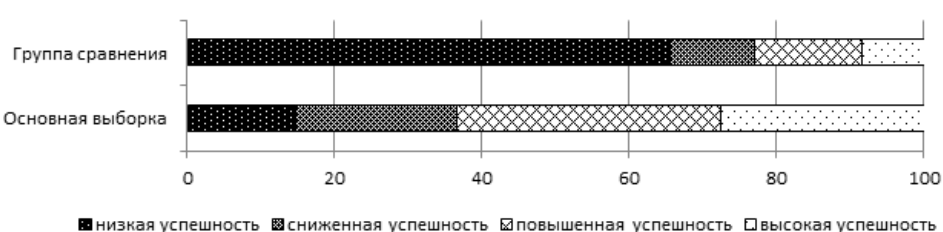


Рисунок 4. Представленность респондентов с разной степенью успешности в основной группе и группе сравнения

Так, поскольку в выборке заключённых достоверно преобладают низкие самооценки успешности, объём группы лиц с низкой воспринимаемой успешностью у заключённых в четыре с половиной раза превосходит объём аналогичной группы в выборке трудящихся. Процентный состав заключённых, оценивающих высоко свою успешность значимо меньше процентного состава группы с выраженной позитивной самооценкой успешности респондентов основной выборки (Табл. 6).

Таблица 6. Представленность в основной выборке и группе сравнения (заключённые) респондентов с разным уровнем успешности (%)

Выборка	Низкая успешность	Сниженная успешность	Повышенная успешность	Высокая успешность
Основная выборка ($N = 1348$)	14.61	21.88	35.98	27.52
Группа сравнения ($N = 351$)	65.53	11.4	14.53	8.55
ϕ^*	-18.4*	4.75*	8.42*	8.53*

Примечание: * - $\phi^*_{крит.} = 2.31$, $p < .01$;

Таким образом, исследование показало, что заключённые, находящиеся в неблагоприятных социальных условиях, считают себя менее успешными, чем представители различных профессиональных категорий. При этом мы допускаем, что представители и других профессиональных групп при условии пребывания их в благоприятных условиях жизнедеятельности, также будут оценивать себя как более успешных, поскольку определяющую роль в этом случае играет не специфика профессиональной деятельности, а качество социальных условий. Особо отметим, что и в группе заключённых есть респонденты, высоко оценившие свою успешность. Это можно объяснить тем, что самооценка успешности связана не только

с социально-демографическими, но и с индивидуально-психологическими особенностями респондентов.

Этап 3. Выявление психологических предикторов успешности

Проведение корреляционного анализа (коэффициент ранговой корреляции ρ Спирмена) показателей Теста жизнестойкости (ТЖС) с самооценкой успешности в профессиональной группе спасателей МЧС ($N = 55$) продемонстрировало взаимосвязи между исследуемыми параметрами. Так, самооценка успешности значимо положительно коррелирует с «вовлечённостью» ($\rho = 0.545$ при $p \leq 0.01$), «контролем» ($\rho = 0.436$ при $p \leq 0.01$), «риском» ($\rho = 0.348$ при $p \leq 0.01$), суммарным показателем «жизнестойкость» ($\rho = 0.498$ при $p \leq 0.01$). Полученные связи свидетельствуют о том, что респондент, которому свойственна вовлечённость в окружающий мир, позитивное отношение к нему, способность выбирать свой жизненный путь и принимать решения, готовность оценивать позитивный и негативный опыт как источник новых знаний и личностного развития, считает себя успешным.

Получены достоверные корреляционные связи между показателями психологического благополучия на той же выборке спасателей МЧС (методика ШПБ, $N = 55$) и самооценкой успешности, которые демонстрируют, что респонденты, отмечающие у себя признаки психологического благополучия, а именно: готовность к выстраиванию эффективной коммуникации, способность отстаивать собственные убеждения и следовать им, выполняя требования повседневной жизни, позитивное отношение к себе, чувство непрекращающегося развития и самореализации, наличие целей и задач, придающих жизни смысл, оценивают себя как успешных.

Корреляционный анализ также показал наличие в профессиональных группах психологов, педагогов, врачей, работников сферы услуг, работников промышленных предприятий значимых связей между самооценкой успешности и интегральными показателями методики СПА «Социально-психологическая адаптация» ($N = 899$). Так, успешность достоверно положительно коррелирует с показателями «адаптация» ($\rho = 0.224$ при $p \leq 0.01$), «самопринятие» ($\rho = 0.212$ при $p \leq 0.01$), «принятие других» ($\rho = 0.142$ при $p \leq 0.01$), «эмоциональный комфорт» ($\rho = 0.253$ при $p \leq 0.01$), «интернальность» ($\rho = 0.197$ при $p \leq 0.01$), «доминирование» ($\rho = 0.143$ при $p \leq 0.01$). Полученные данные говорят о том, что адаптивные респонденты, хорошо осведомлённые о своих достоинствах и недостатках, но в целом удовлетворённые своими личностными особенностями, испытывающие потребность в совместной деятельности, занимающие при этом доминирующую позицию, берущие на себя ответственность за происходящее с ними, находящиеся в состоянии эмоционального комфорта, высоко оценивают свою успешность.

Негативно с самооценкой успешности связано профессиональное выгорание, измеренное при помощи методики ПВ «Профессиональное выгорание» ($N = 351$). Показатели профессионального выгорания «эмоциональное истощение» и «деперсонализация» достоверно отрицательно коррелируют с самооценкой успешности ($\rho = -0.316$ при $p \leq 0.01$ и $\rho = -0.268$ при $p \leq 0.01$ соответственно), а показатель «профессиональные достижения» — достоверно положительно ($\rho = 0.29$ при $p \leq 0.01$). Результаты корреляционного анализа показывают, что эмоциональное истощение, деперсонализация и редукция профессиональных достижений могут привести к снижению оценки себя как успешного человека.

Атрибутивный стиль мышления мы также рассматривали в качестве возможного предиктора самооценки успешности ($N = 666$). Данные корреляционного анализа в профессиональных группах психологов, педагогов, врачей, работников сферы услуг, работников

промышленных предприятий позволили сделать вывод о том, что респонденты, считающие, что благоприятные события происходят с ними чаще, чем неблагоприятные, то есть обнаруживающие склонность к оптимистическому стилю атрибуции, выше оценивают свою успешность ($\rho = 0.085$ при $p \leq 0.05$).

Обращает на себя внимание связь самооценки успешности в профессиональных группах психологов, ИТР и сотрудников МВД ($N = 436$) с таким параметром методики MBTI, как непрерывная оценка экстраверсии-интроверсии (EI). Параметр непрерывной оценки EI сконструирован таким образом, что чем выше балл по этому параметру, тем выше интроверсия, а чем ниже балл, тем выше экстраверсия. Показатель самооценки успешности обнаружил достоверную отрицательную связь с непрерывной оценкой EI ($\rho = -0.278$ при $p < 0.01$). Это означает, что успешность отрицательно коррелирует с полюсом «интроверсия» непрерывной оценки EI, а значит с полюсом «экстраверсия» она связана положительно. То есть, по показателю «успешность» более высокие баллы ставят себе респонденты-экстраверты.

Корреляционный анализ шкал теста «16 ПФ» Р. Кеттелла на выборке сотрудников МВД ($N = 200$) показал положительные связи успешности и факторов Е «доминантность» ($\rho = .157$ при $p < 0.05$), MD «самооценка» ($\rho = 0.159$ при $p < 0.05$), Q2 «самодостаточность» ($\rho = 0.278$ при $p < 0.01$). То есть респонденты, характеризующиеся доминантностью, высокой личностной самооценкой, способные самостоятельно справляться с возникающими трудностями, не боящиеся одиночества и не нуждающиеся в поддержке со стороны для хорошего функционирования, считают себя успешными.

Заключение

Проведённый теоретический анализ проблемы успеха и успешности, а также полученные эмпирические данные позволили сделать следующие выводы.

1. В психологической науке успех оценивается через внешние критерии и понимается как результат деятельности человека, соответствующий социальным нормативам (в том числе профессиональным) и положительно воспринимаемый другими людьми. Внутренние критерии, такие как эмоциональная или когнитивная самооценка человека достигнутых им результатов, преимущественно связаны с личностной успешностью. В данной работе предлагается изучение «успешности» как феномена, отражающего эту самооценку.

2. Большинство респондентов, представляющих самые разные профессиональные группы, достаточно высоко оценивают уровень своей успешности.

3. Существует определённая специфика в оценивании собственной успешности представителями различных профессиональных сегментов: менее успешными считают себя представители производственной сферы (ИТР и рабочие). Специалисты сфер с высокой социальной ответственностью (сотрудники МВД и врачи) считают себя наиболее успешными.

4. Выявлены социально-демографические предикторы успешности. Оценка успешности зависит от пола респондентов: женщины чаще, чем мужчины, оценивают себя как неуспешных. На самооценку успешности влияет возраст: наиболее успешными себя считают респонденты молодого возраста. Кроме того, как неуспешных воспринимают себя респонденты со средним профессиональным образованием.

5. На самооценку успешности оказывают влияние социальные условия: заключённые, находящиеся в неблагоприятных социальных условиях, несмотря на возможность участия в профессиональной деятельности, оценивают себя как наименее успешных, по сравнению с другими участниками выборки.

6. Психологическими предикторами успешности являются жизнестойкость, психологическое благополучие, адаптивность, устойчивость к профессиональному выгоранию, оптимизм, экстраверсия, доминантность и самодостаточность.

В качестве перспективы дальнейшего изучения проблемы успешности предполагается расширение выборки исследования за счёт привлечения респондентов других профессиональных категорий. Кроме этого, с целью определения возможностей формирования успешного профессионального поведения специалистов, планируется изучение влияния на успешность не только социально-демографических и психологических, но также и профессиональных факторов (социально-психологического климата коллектива, его сплочённости, стиля руководства и других).

Литература

- Абельская, Е. Ф. (2006). *Типоведческое исследование психического склада личности*: дис. ... канд. психол. наук. Екатеринбург.
- Артамошина, Ю. В. (2008). Представления об успехе и карьерные ориентации женщин, выполняющих традиционные и нетрадиционные профессиональные роли. *Вестник Томского государственного университета, серия Гуманитарные науки. Педагогика и психология*, 6(62), 295–299.
- Бандура, А. (2000). *Теория социального научения*. СПб.: Евразия.
- Батурин, Н. А. (1999). *Психология успеха и неудачи: учеб. пособие*. Челябинск: ЮУрГУ.
- Бессонова, Ю. В. (2003). *Формирование профессиональной мотивации спасателей*: автореф. дис. ... канд. психол. наук. М.
- Бодров, В. А. (2006). *Психология профессиональной деятельности: теоретические и прикладные проблемы*. М.: ИП РАН.
- Водопьянова, Н. Е., Старченкова, Е. С. (2008). *Синдром выгорания: диагностика и профилактика*: 2-е изд. СПб.: Питер.
- Геворкян, Г. Г. (2015). Профессиональная успешность как предмет научной рефлексии в зарубежной и отечественной психологии. *Гуманизация образования*, 5, 12–19.
- Дворецкая, М. Я., Лощакова, А. Б. (2016). Образ успешности в современных психологических исследованиях. *Мир науки*, 4(2). URL: <http://mir-nauki.com>
- Ефремова, О. И. (1993). *Успех как социокультурный феномен (личностный аспект)*: автореферат дис. ... канд. социол. наук. Ростов-на-Дону.
- Ильин, Е. П. (1983). *Психофизиология физического воспитания (факторы, влияющие на эффективность деятельности)*. М.: Просвещение.
- Карапетян, Л. В. (2017). Анализ особенностей самооценки эмоционально-личностного благополучия спасателей. *European Social Science Journal (Европейский журнал социальных наук)*, 4, 428–439.
- Карапетян, Л. В. (2018). Взаимосвязь эмоционально-личностного благополучия с профессионально важными качествами у спасателей. *Вестник Ярославского государственного университета им. П. Г. Демидова. Серия: Гуманитарные науки*, 2(44), 97–101.
- Кондратюк, Н. Г., Моросанова, В. И. (2010). Надежность действий спасателя в чрезвычайных ситуациях: регуляторные и личностные предпосылки. *Вестник ЮУрГУ. Серия: Психология*, 40(216), 51–60.
- Корж, Е. М. (2008). Некоторые критерии оценки достижения жизненного успеха. *Современная социальная психология: теоретические подходы и прикладные исследования*, 1, 31–47.

- Леонтьев, Д. А., Рассказова, Е. И. (2006). *Тест жизнестойкости: методическое руководство по новой методике психологической диагностики личности с широкой областью применения*. М.: Смысл.
- Марков, В. Н. (2001). *Личностно-профессиональный потенциал управленца и его оценка*. М.: РАГС.
- Мерлин, В. С., Климов, Е. А. (1967). Формирование ИСД в процессе обучения. *Советская педагогика*, 4, 110–118.
- Осницкий, А. К. (2004). Определение характеристик социальной адаптации. *Психология и школа*, 1, 43–56.
- Перунов, Ю. Е. (2006). *Исследование психометрических свойств опросника стиля атрибуции (SASQ)*: дис. ...магистр. психол. Екатеринбург.
- Рукавишников, А. А., Соколова, В. М., Чирков, В. И. (2002). *Методическое руководство по применению личностного опросника Р. Кеттелла 16 PF*. Санкт-Петербург: ИМАТОН.
- Селигман, М. (2006). *Новая позитивная психология: Научный взгляд на счастье и смысл жизни*. М.: София.
- Славнов, С. В. (2003). Структурно-динамические характеристики образа успешного профессионала налоговой полиции. *Психологический журнал*, 24(1), 82–91.
- Тарасов, М. В., Булавина, А. О. (2017). Развитие волевых качеств сотрудников МЧС как фактор успешности их профессиональной деятельности. *Инновации в образовании*, 2, 87–93.
- Толочек, В. А. (2006). Профессиональная пригодность субъекта: ретроспектива и перспектива оценки. *Акмеология*, 1, 70–82.
- Тугушева, А. Р. (2006). Влияние представлений о социальной успешности на профессионально-личностное самоопределение. *Вестник Костромского государственного университета им. Н. А. Некрасова: акмеология образования*, 12(4), 75–79.
- Шадриков, В. А. (1996). Психология деятельности и способностей человека. М.: Логос.
- Шевеленкова, Т. Д., Фесенко, П. П. (2005). Психологическое благополучие личности (обзор концепций и методика исследования). *Психологическая диагностика*, 3, 95–123.
- Штроо, В. А., Серов, С. Ю. (2011). Эмоциональный интеллект участников как фактор эффективности деловых переговоров. *Организационная психология*, 1(1), 8–23.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84, 191–215.
- Cattell, R. B., Eber, H. W., Tatsuoka, M. M. (1970). *Handbook of the sixteen personality factor questionnaire (16PF)*. Compaign Illinois.
- Maddi, S. R., Khoshaba, D. M. (1994). Hardiness and mental health. *Journal of personality assessment*, 63(2), 265–274.
- Maslach, C., Jackson, S. E. (1981). The measurement of experienced burnout. *Journal of Occupational Behavior*, 2, 99–113.
- Myers, I. B. (1962). *Manual: The Myers-Briggs Type Indicator*. Princeton, NJ: Educational Testing Service.
- Rogers, C. R., Dymond, R. E. (Eds). (1954). *Psychotherapy and Personality Change: Coordinated Research Studies in the Client-Centered Approach*. Chicago: University of Chicago Press.
- Ryff, C. D. (1995). Psychological well-being in adult life. *Current directions in psychological science*, 4, 99–104.

Поступила 12.06.2019



ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY

Social and psychological predictors of successfulness: a comparative study among representatives of professional groups

Larisa KARAPETYAN

Ural Federal University, Ekaterinburg, Russian Federation

Abstract. Modern society requires a specialist in any field of professionalism, competence, mobility, tolerance, willingness to act effectively in a changing environment. The lack of formation of these qualities is a barrier to career and professional growth, a person is not able to resist competition, to fulfill the requirements imposed on him and, as a result, feels unsuccessful. *Purpose.* The aim is to identify social and psychological predictors of successfulness among representatives of various professional groups. *Study design.* The sample was formed by specialists of such professional categories as rescuers, Ministry of Internal Affairs employees, doctors, psychologists, teachers, service workers, engineers and industrial workers ($N = 1348$). The comparison group consisted of 351 prisoners. To study the successfulness of the respondents were asked ("Are you successful person?") to assess its severity at a 7-point scale from 1 to 7. Based on the obtained estimates using two-step cluster analysis, the sample was clustered into four groups: with low, reduced, increased and high success. It is proved that the representatives of different professional categories to varying degrees assess their success. *Findings.* So, workers of the production sector (engineers, workers) to a lesser extent than representatives of other occupational categories, consider personal successfulness. Whereas employees of the Ministry of Internal Affairs and doctors appreciate their success most highly. It is revealed that professional affiliation, gender, age, education and social conditions affect the self-assessment of successfulness and are its predictors. It is established that vitality, psychological well-being, adaptability, resistance to professional burnout, optimism, extraversion, dominance and self-sufficiency are psychological predictors of successfulness. *Value of results.* The results of the study can be used for further study of the phenomenon of success in the framework of general, social, age and organizational psychology, work psychology, as well as for the development of programs for the formation of successful behavior, psychological support of individual career trajectories of representatives of various professional categories.

Key words: success, successfulness, social predictors, psychological predictors.

References

- Abel'skaya, Ye. F. (2006). *Tipovedcheskoye issledovaniye psikhicheskogo sklada lichnosti* [Typological study of the mental warehouse of the personality]: dis. ... kand. psikhol. nauk. Yekaterinburg.
- Artamoshina, Yu. V. (2008). *Predstavleniya ob uspekhe i kar'yernyye oriyentatsii zhenshchin, vpolnyayushchikh traditsionnyye i netraditsionnyye professional'nyye roli* [Perceptions of success and career orientations of women performing traditional and non-traditional professional

- roles]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta, Seriya Gumanitarnyye nauki. Pedagogika i psikhologiya*, 6(62), 295–299.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84, 191–215.
- Bandura, A. (2000). *Teoriya sotsial'nogo naucheniya* [Theory of Social Learning]. SPb.: Yevraziya.
- Baturin, N. A. (1999). *Psikhologiya uspekha i neudachi* [The Psychology of Success and Failure: Textbook]. Chelyabinsk: YuUrGU.
- Bessonova, Yu. V. (2003). *Formirovaniye professional'noy motivatsii spasateley* [Formation of professional motivation of rescuers]: avtoref. dis. ... kand. psikhol. nauk, M.
- Bodrov, V. A. (2006). *Psikhologiya professional'noy deyatel'nosti: teoreticheskiye i prikladnyye problem* [Psychology of professional activity: theoretical and applied problems]. M.: IP RAN.
- Cattell, R. B., Eber, H. W., Tatsuoka, M. M. (1970). *Handbook of the sixteen personality factor questionnaire (16PF)*. Campaign Illinois.
- Dvoretzskaya, M. Ya., Loshchakova, A. B. (2016). Obraz uspekhov v sovremennykh psikhologicheskikh issledovaniyakh [The image of success in modern psychological research]. *Mir nauki*, 4(2), URL: <http://mir-nauki.com>
- Gevorkyan, G. G. (2015). Professional'naya uspekhnost' kak predmet nauchnoy refleksii v zarubezhnoy i otechestvennoy psikhologii [Professional success as a subject of scientific reflection in foreign and domestic psychology]. *Gumanizatsiya obrazovaniya*, 5, 12–19.
- Il'in, Ye. P. (1983). *Psikhofiziologiya fizicheskogo vospitaniya (faktory, vliyayushchiye na effektivnost' deyatel'nosti)* [Psychophysiology of physical education (factors affecting the effectiveness of activities)]. M.: Prosveshcheniye.
- Karapetyan, L. V. (2017). Analiz osobennostey samootsenki emotsional'no-lichnostnogo blagopoluchiya spasateley [Analysis of the features of self-esteem of the emotional and personal well-being of rescuers]. *European Social Science Journal (Yevropeyskiy zhurnal sotsial'nykh nauk)*, 4, 428–439.
- Karapetyan, L. V. (2018). Vzaimosvyaz' emotsional'no-lichnostnogo blagopoluchiya s professional'no vazhnymi kachestvami u spasateley [The relationship of emotional and personal well-being with professionally important qualities of rescuers]. *Vestnik Yaroslavskogo gosudarstvennogo universiteta im. P.G. Demidova. Seriya: Gumanitarnyye nauki*, 2(44), 97–101.
- Kondratyuk, N. G., Morosanova, V. I. (2010). Nadezhnost' deystviy spasatelya v chrezvychaynykh situatsiyakh: regulatorynyye i lichnostnyye predposylki [Reliability of rescuer actions in emergency situations: regulatory and personal prerequisites]. *Vestnik YuUrGU. Seriya: Psikhologiya*, 40(216), 51–60.
- Korzh, Ye. M. (2008). Nekotoryye kriterii otsenki dostizheniya zhiznennogo uspekha [Some criteria for assessing the achievement of life success]. *Sovremennaya sotsial'naya psikhologiya: teoreticheskiye podkhody i prikladnyye issledovaniya*, 1, 31–47.
- Leontiev, D. A., Rasskazova, Ye. I. (2006). *Test zhiznestoykosti: metodicheskoye rukovodstvo po novoy metodike psikhologicheskoy diagnostiki lichnosti s shirokoy oblast'yu primeneniya* [The test of vitality: a methodological guide to a new methodology of psychological diagnosis of personality with a wide scope]. M.: Smysl.
- Maddi, S. R., Khoshaba, D. M. (1994). Hardiness and mental health. *Journal of personality assessment*, 63(2), 265–274.
- Markov, V. N. (2001). *Lichnostno-professional'nyy potentsial upravlyentsa i yego otsenka* [Personal and professional potential of the manager and his assessment]. M.: RAGS.
- Maslach, C., Jackson, S. E. (1981). The measurement of experienced burnout. *Journal of Occupational Behavior*, 2, 99–113.

- Merlin, V. S., Klimov, Ye. A. (1967). Formirovaniye ISD v protsesse obucheniya [The formation of ISD in the learning process]. *Sovetskaya pedagogika*, 4, 110–118.
- Myers, I. B. (1962). *Manual: The Myers-Briggs Type Indicator*. Princeton, NJ: Educational Testing Service.
- Osnitskiy, A. K. (2004). Opredeleniye kharakteristik sotsial'noy adaptatsii [Characterization of social adaptation]. *Psikhologiya i shkola*, 1, 43–56.
- Perunov, Yu. Ye. (2006). *Issledovaniye psikhometricheskikh svoystv oprosnika stilya atributsii (SASQ)* [A Study of the Psychometric Properties of an Attribution Style Questionnaire (SASQ)]: dis. ... magistr. psikhol. Yekaterinburg.
- Rogers, C. R., Dymond, R. E. (Eds). (1954). *Psychotherapy and Personality Change: Coordinated Research Studies in the Client-Centered Approach*. Chicago: University of Chicago Press.
- Rukavishnikov, A. A., Sokolova, V. M., Chirkov, V. I. (2002). *Metodicheskoye rukovodstvo po primeneniyu lichnostnogo oprosnika R. Kettella 16 PF* [Methodological Guide for the Application of the R. Cattell's Personality Questionnaire 16 PF]. Sankt-Peterburg: IMATON.
- Ryff, C. D. (1995). Psychological well-being in adult life. *Current directions in psychological science*, 4, 99–104.
- Seligman, M. (2006). *Novaya pozitivnaya psikhologiya: Nauchnyy vzglyad na schast'ye i smysl zhizni* [New positive psychology: A scientific look at happiness and the meaning of life]. M.: Sofiya.
- Shadrikov, V. A. (1996). *Psikhologiya deyatel'nosti i sposobnostey cheloveka* [Psychology of human activity and abilities]. M.: Logos.
- Shevelenkova, T. D., Fesenko, P. P. (2005). Psikhologicheskoye blagopoluchiye lichnosti (obzor kontseptsii i metodika issledovaniya) [Psychological well-being of a person (a review of concepts and research methods)]. *Psikhologicheskaya diagnostika*, 3, 95–123.
- Slavnov, S. V. (2003). Strukturno-dinamicheskiye kharakteristiki obraza uspehnogo professionala nalogovoy politzii [Structural and dynamic characteristics of the image of a successful tax police professional]. *Psikhologicheskii zhurnal*, 24(1), 82–91.
- Stroh, W. A., Serov, S. Yu. (2011). Emotsional'nyy intellekt uchastnikov kak faktor effektivnosti delovykh peregovorov [The emotional intelligence of participants as a factor in the effectiveness of business negotiations]. *Organizational Psychology*, 1(1), 8–23.
- Tarasov, M. V., Bulavina, A. O. (2017). Razvitiye volevykh kachestv sotrudnikov MCHS kak faktor uspehnosti ikh professional'noy deyatel'nosti [Development of volitional qualities of the Ministry of Emergencies as a factor in the success of their professional activities]. *Innovatsii v obrazovanii*, 2, 87–93.
- Tolochek, V. A. (2006). Professional'naya prigodnost' sub'yekta: retrospektiva i perspektiva otsenki [Subject's professional suitability: retrospective and perspective assessment]. *Akmeologiya*, 1, 70–82.
- Tugusheva, A. R. (2006). Vliyaniye predstavleniy o sotsial'noy uspehnosti na professional'no-lichnostnoye samoopredeleniye [The influence of ideas about social success on professional and personal self-determination]. *Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta im. H.A. Nekrasova: akmeologiya obrazovaniya*, 12(4), 75–79.
- Vodop'yanova, N. Ye., Starchenkova, Ye. S. (2008). *Sindrom vygoraniya: diagnostika i profilaktika* [Burnout syndrome: diagnosis and prevention]: 2-e izd. SPb.: Piter.
- Yefremova, O. I. (1993). *Uspekhi kak sotsiokul'turnyy fenomen (lichnostnyy aspekt)* [Success as a sociocultural phenomenon (personal aspect)]: avtoref. dis. ... kand. sotsiol. nauk. Rostov-na-Donu.



Мотивация лояльности государственных служащих профессионально-служебным группам принадлежности

ГОРНОСТАЕВ Станислав Викторович

Академия права и управления Федеральной службы исполнения наказаний, Рязань, Россия

Аннотация. Целью данной работы является эмпирическая проверка гипотезы о специфичности мотивации лояльности служащих группам, функционирующим в профессионально-служебной среде, и выявление конкретных особенностей мотивации лояльности этим группам. **Методология.** В основе исследования лежало понимание лояльности как психо-поведенческой причастности личности к группе на взаимосвязанных уровнях самоопределения, групповых эмоций, а также мотивации, направленности и процессов групповой активности. Выборку исследования составили 2786 сотрудников уголовно-исполнительной системы России различных категорий. Для сбора эмпирического материала использовалась адаптированная под цели исследования методика цветовых метафор (МЦМ) И. Л. Соломина, компьютеризированная в среде программы Psychometric Expert 9.0.4. Обработка полученных данных осуществлялась при помощи кластерного анализа («метод ближней связи», критерий — количество совпадений), а также анализа статистической значимости различий с применением критерия Фишера. **Результаты.** Особенностью мотивации лояльности группам, функционирующим в профессионально-служебной среде, являются ведущая роль мотивов, связанных с самоощущением и самооценкой, таких как «самоутверждение», «уважение», а также «самостоятельность» и «самореализация». Наиболее устойчивой и универсальной в мотивации лояльности служебным группам является связь с идеалом законности. Самостоятельность выступает в большей степени как инструментальная ценность, обеспечивая реализацию других ценностей и идеалов, лежащих в основе мотивации лояльности служебным группам. **Ценность и практическое применение результатов.** Настоящее исследование дало прямые эмпирические доказательства специфичности мотивации лояльности служащих группам, функционирующим в их профессионально-служебной среде. Тем самым была подтверждена необходимость исследования этой специфики. Полученные данные о специфике мотивации группам, функционирующим в профессионально-служебной среде, могут найти практическое применение в вопросах мотивирования действующих государственных служащих и отбора кандидатов на государственную службу.

Ключевые слова: лояльность, служащие, мотивация, профессионально-служебные группы.

Введение

В отсутствие общепринятого определения понятия «лояльность», в настоящей работе она понимается как «причастность личности к группе на взаимосвязанных уровнях самоопределения, групповых эмоций, а также мотивации, направленности и процессов групповой

активности» (Горностаев, 2017, с. 139). Данное определение, полученное в результате междисциплинарного анализа проблемы, на наш взгляд, раскрывает сущность лояльности и её психологическую структуру, позволяя выйти на операционализацию теоретического конструкта.

Под причастностью личности к группе на уровне самоопределения предполагается владение групповыми представлениями о границах и особенностях группы, отнесение себя к группе и восприятие членства в данной группе как важной стороны своей личности. Причастность на уровне групповых эмоций подразумевает единство с другими членами группы в эмоциональном отношении к группе, а также к наиболее значимым для группы объектам и событиям, сходство в характере эмоциональных реакций на них. Причастность на уровне мотивации подразумевает, что человек побуждается теми же мотивами причастности к группе и участия в ведущей групповой деятельности, что и другие члены группы.

Причастность на уровне направленности и процессов групповой активности является внешней наблюдаемой стороной феномена лояльности. Лояльные члены группы участвуют в ведущей групповой деятельности, реализуя в поведении разделяемую членами группы систему ожиданий, норм и стереотипов. Данный аспект лояльности чаще всего используется как её основной диагностический признак при попытках операционализировать понятие, однако часто это происходит без необходимого учета других её аспектов и системных характеристик.

Указанные выше аспекты лояльности неразрывно связаны в целостную систему и лишь условно выделяются для раскрытия сути явления и удобства анализа групповых психо-поведенческих паттернов, которые определяют особенности группы в целом и одновременно характеризуют ее лояльных членов. При практической оценке лояльности конкретной личности той или иной группе, все вышеперечисленные аспекты должны рассматриваться комплексно. Однако в научных исследованиях часто изучаются содержательные особенности отдельных аспектов лояльности конкретным группам или типам групп. Наличие таких особенностей обычно предполагается исследователями на основе структурной или функциональной специфики интересующих групп, а также их социального положения.

В представленном исследовании изучается мотивационный аспект лояльности государственных служащих группам, в которые они включены в профессионально-служебной среде (далее — служебным группам). Изучаются общие черты мотивации лояльности госслужащих различным служебным группам. Предпринимается попытка эмпирического выявления статистически значимых различий в мотивации лояльности госслужащих группам, к которым они принадлежат в профессионально-служебной и во внеслужебной сферах их жизни.

Проверяемая гипотеза о существовании особенностей, отличающих мотивацию лояльности государственных служащих служебным группам от мотивации их лояльности внеслужебным группам принадлежности, основывается на специфических характеристиках групп госслужащих. Главной из них представляется то, что государственные структуры, в отличие от других социальных структур, например, коммерческих организаций, создаются, чтобы реализовывать потребности не членов этих групп, а общества в целом (см., например: Оболонский, 2007). В связи с высокой значимостью государственной службы, общество формирует и закрепляет в законе систему ожиданий по отношению к госслужащим и их группам, оказывающую влияние на группы госслужащих, в том числе и неформальные.

В обмен на соответствие общественным ожиданиям, гражданское общество наделяет государственных служащих статусом, предполагающим определённый уровень социальной защищённости и общественного признания, тем самым частично принимая на себя функции,

которые обычно группы и сообщества реализуют в отношении их лояльных членов. Поэтому, поступая на государственную службу, люди не только связывают себя отношениями со служебными группами принадлежности, но формируют специфические связи с гражданским обществом, опосредованно поощряющим лояльность социально-ориентированным служебным группам, в том числе и неформального характера.

С учётом вышеизложенного, мотивация поступления на государственную службу и лояльности служебным группам может быть связана у госслужащих со специфическими мотиваторами, предлагаемыми не только этими конкретными группами принадлежности, но и обществом в целом. Это даёт теоретические основания полагать, что мотивация лояльности госслужащих служебным группам имеет особенности, отличающие её от мотивации лояльности группам принадлежности, не связанным со службой.

Состояние исследования проблемы

Лояльность формальным и неформальным группам, функционирующим в профессионально-служебной среде и связанные с ней феномены ранее исследовались в деятельности таких категорий служащих, как: служащие международных организаций (Egeberg, Morten, 1999); гражданские и муниципальные служащие (Иванова, Прозорова, 2016; Оболонский, 1998, 2007; Педыч, 2011; Усова, 2015; Emerson, Helfeld, 1948; Fletcher, 1958; Golden, 1992; De Graaf, 2011; Johnagin, 1953; Kasiński, 2010; Mentzelopoulos, 1990; Merriam, 1948; Merton, 1940; Perry, 1998; Wellisz, 2002), военнослужащие (Gade, Tiggel, Schumm, 2003; Coleman, 2009; Sherman, 2013), а также служащие органов правопорядка (Ермолаев, 2012; Горностаев, 2017; Статный, Шаранов, 2013; Шаранов, Устюжанин, 2017; Adams, Rohe, Arcury, 2002; Britton, 1997; Culliver, Sigler, McNeely, 1991; Ewin, 1990; Hogan, Lambert, Griffin 2013; Kleinig, 1996; Maynard-Moody, Musheno, 2003). Однако изучению мотивации лояльности служебным группам не уделялось достаточно внимания. Похоже, вопрос о том, почему служащие лояльны своим группам, даже не вставал перед исследователями.

Идею о специфичности мотивации лояльности служебным группам, по сути, высказывал ещё Р. Мертон, связывая её с влиянием «бюрократических» структур и процедур служебной деятельности (Merton, 1940). Но до настоящего времени это положение так и не получило достаточного теоретического развития, так же как и прямого эмпирического подтверждения. Косвенное подтверждение существования специфических мотивов лояльности служебным группам, можно усмотреть в высказываниях ряда служащих, опрошенных С. Мейнардом-Муди и М. Машено с применением метода анализа историй из служебной деятельности (*storytelling*) около пятнадцати лет тому назад. Рассуждая о причинах своих служебных поступков, некоторые их респонденты упоминали об удовлетворении, получаемом в ситуациях, когда они, применяя свои лучшие качества, оправдывали ожидания позитивно оцениваемых клиентов и групп сослуживцев, достигая результатов, которые они считали значимыми для общества. С. Мейнард-Муди и М. Машено отмечали в таких рассказах гордость респондентов за принадлежность к положительно оцениваемой группе сослуживцев, свою приверженность её нормам и другие признаки, которые мы можем сопоставить с изложенным выше пониманием лояльности (Maynard-Moody, Musheno, 2003). Однако, исследуя с феноменологических позиций проблемы управления государственной службой, указанные учёные, так же как и Р. Мертон не фокусировались на проблеме лояльности и, тем более, не пытались выявить специфику мотивации лояльности служебным группам.

Результаты использованного С. Мейнардом-Муди и М. Машено нарративного подхода подтвердили перспективность дальнейших исследований проблемы, которые целесообразно

проводить с привлечением эмпирических методов, позволяющих статистически проверить гипотезу о наличии особенностей у мотивации лояльности госслужащих служебным группам и конкретизировать эти особенности. На этом основании были определены следующие цели настоящего исследования. Во-первых, при помощи психодиагностического инструментария эмпирически проверить гипотезу о существовании статистически значимых различий в мотивации лояльности госслужащих группам, функционирующим в профессионально-служебной среде и группам вне её. Во-вторых, в случае подтверждения данной гипотезы, выявить конкретные особенности мотивации лояльности служебным группам, в том числе, у отдельных категорий служащих.

Организация и методика исследования

Исследование было организовано методом поперечных срезов. Объем выборки, после предварительного отбора первичных данных по ряду критериев их достоверности и соответствия целям исследования, составил 2786 госслужащих. Это сотрудники уголовно-исполнительной системы России (далее — УИС), имеющие различный служебный стаж: до пяти полных лет службы — 540 человек, 6-15 лет службы — 1645 человек, 16 и более лет стажа — 601 человек. Пол: 2027 мужчин и 760 женщин. Возрастной интервал обследованных — от 19 до 60 лет, региональный охват — 74 региона России. Исследование проводилось при содействии сотрудников психологических служб территориальных органов УИС, выборочным методом с квотированием по сопряженным квотным признакам, таким как функциональное направление служебной деятельности, служебный статус и тип организации, в которой проходит службу обследуемый.

Обследованные представляли три типа организаций, соответствующие трём уровням структуры подразделений УИС — центральный управленческий аппарат, территориальные органы управления и отдельные исправительные учреждения. Были представлены пять статусных уровней в служебной иерархии: первые лица, заместители первых лиц, линейные руководители, руководители подразделений осуждённых и рядовые специалисты. Респонденты пропорционально доле в генеральной совокупности представляли все значительные по численности (более 3% от общей численности) функциональные направления служебной деятельности в УИС. В частности, такие как: 1) общее руководство деятельностью учреждения или территориального органа; 2) обеспечение режима и надзора; 3) обеспечение охраны; 4) кадровое обеспечение; 5) конвоирование; 6) информационно-техническое обеспечение, связь и вооружение; 7) оперативная работа; 8) воспитательная работа с осуждёнными; 9) медицинская работа; 10) служба специального назначения; 11) тыловое обеспечение; 12) организационно-аналитическая работа; 13) психологическая работа; 14) специальный учёт; 15) производство; 16) уголовно-исполнительные инспекции; 17) финансово-экономическая работа; 18) иные направления (категория объединяет сотрудников иных функциональных направлений со штатной численностью менее 3% от генеральной совокупности).

Эмпирическим методом сбора информации выступила адаптированная под цели исследования и компьютеризированная в среде программы Psychometric Expert 9.0.4. методика цветовых метафор (МЦМ) И. Л. Соломина (Горностаев, 2017), представляющая собой вариант известной психодиагностической методики «Цветовой тест отношений», ЦТО (Бажин, Эткинд, 1983), результаты психометрической проверки которой были обобщены ранее (см., например: Бодалев, Столин, Аванесов, 2000). Отличие МЦМ (Соломин, 2001; Соломин, 2006) от краткого варианта ЦТО, предполагающего, что испытуемый обозначает каждый стимул

с помощью одного из предложенных цветов, а после этого цвета ранжируются по степени привлекательности, заключаются в сокращённой интерпретации результатов. МЦМ не использует стандартную психологическую интерпретацию цветов. Интерпретация ограничивается качественным анализом цвето-ассоциативных ответов (анализ группировки стимулов на основе цветов, выбранных для их обозначения) и формализованным анализом цвето-ассоциативных ответов по «валентности» — принятию либо отвержению, позитивности либо негативности восприятия стимула, отношение к которому исследуется. При этом валентность определяется позицией ассоциируемого цвета после индивидуального ранжирования использованных цветов. МЦМ, в отличие от ЦТО, не ориентирован на клинические исследования, поэтому показатель валентности в МЦМ также не предполагает сравнение с показателем нормативности, который предусмотрен в ЦТО.

Кроме того, МЦМ, ориентированная на использование за пределами клинической практики, не ограничивается выявлением отношений человека к себе, своему состоянию и другим людям, а направлена на диагностику более широкого круга отношений, прежде всего, к различным видам деятельности, а также группам, их реализующим (Соломин, 2006). К моменту использования имелся значительный опыт применения методики при обследовании государственных служащих, в том числе и в целях диагностики их мотивации (Соломин, 2011; Соломин 2012).

Базовая методика — «Цветовой тест отношений» — изначально создавалась и апробировалась как методика, предполагающая подбор стимулов в зависимости от целей исследования. Однако это не исключало необходимости проведения испытаний включённого в методику автором настоящего исследования стимульного материала для выяснения основных параметров, по которым могут быть оценены проективные методики с непараметрическим характером данных — содержательной валидности и ретестовой надёжности.

Для проведения пилотажного исследования привлекались 70 практических сотрудников УИС различных категорий из числа обучавшихся в Академии ФСИН России по образовательным программам со сроком реализации более одного месяца, давших добровольное согласие на участие в исследовании. Ретестовая надёжность оценивалась посредством проведения повторного испытания через месяц после первоначального. Для различных шкал методики, отражающих привлекательность для испытуемого, включённых в методику стимулов (в диапазоне от 1 до 8), коэффициенты ранговой корреляции имели значения в диапазоне 0.74 – 0.93, что свидетельствовало в пользу достаточно высокой ретестовой надёжности использованного варианта методики для статистических исследований на больших выборках.

Содержательная валидность оценивалась путем получения у испытуемых обратной связи о достоверности результатов проведённого индивидуального обследования (экспертные оценки были получены в отношении результатов индивидуальной интерпретации результатов второго испытания, после первого испытания результаты не предоставлялись). По итогам предоставленной обратной связи испытуемые высоко оценили диагностические возможности методики. 80% мотивированных к добросовестному сотрудничеству респондентов, у которых после интерпретации результатов была получена обратная связь, оценили результаты диагностики как высоко достоверные, 14.3% — как преимущественно достоверные и лишь 5.7% — как недостоверные, что указывает на достаточную валидность данной модификации методики. Методика продемонстрировала и характерную для ЦТО высокую защищённость от намеренных искажений результатов, которую отметили участвовавшие в пилотажном обследовании профессиональные психологи, знакомые с проективными методами. Содержательная валидность методики подтверждённая обратной связью испытуемых пилотажной группы, отметивших способность методики выявлять даже слабо

осознаваемые и скрытые мотивы лояльности той или иной группе, изначально обеспечивалась предварительным теоретическим анализом и подбором стимулов с использованием принципа очевидной валидности (*face-validity*).

Применение методики базировалось на положении о том, что надёжным индикатором лояльности могут выступать особенности репрезентации в психике человека образа группы, включающего определённые связанные с этой группой социальные представления, эмоции, мотивы и стереотипы поведенческой активности (Горностаев, 2017). Поэтому проективные реакции испытуемого на стимулы, актуализирующие эту репрезентацию, позволяют выявить как имеющуюся у него лояльность отдельным группам, так и её содержательные особенности. При этом генеральным маркером лояльности конкретной группе выступает реакция на стимул, обозначающий эту группу.

В качестве стимульного материала применённой в исследовании авторской модификации методики И. Л. Соломина испытуемым предъявлялись восемь стандартных цветов М. Люшера и 80 понятий-стимулов, относящихся к трём категориям: 1) стимулы, обозначающие отобранные в ходе пилотажного исследования наиболее типичные группы государственных служащих в системе исполнения наказаний; 2) стимулы, обозначающие понятия, относящиеся к отдельным теоретически выделенным (Горностаев, 2017) аспектам лояльности: групповой самоидентификации, групповым чувствам, мотивации групповой причастности и активности, процессуально-поведенческим аспектам групповой активности; 3) стимулы, предположительно способные помочь в смысловой интерпретации результатов. Во вторую и, преимущественно, в третью группу вошли базовые стимулы, предложенные И. Л. Соломиным для исходного варианта методики. Итак, в указанные группы были включены следующие стимулы.

1. Названия потенциальных групп лояльности испытуемых

1.1 функционирующих в служебной сфере, выделенных в результате теоретического анализа, а также проведения фокус-групп с практическими работниками уголовно-исполнительной системы («Карьерная команда», «Моё подразделение», «Госслужащие», «Сотрудники правоохранительных органов», «Сотрудники УИС», «Друзья по службе», «Клиенты по службе», «Сообщество профессионалов», «Коллектив в целом»);

1.2 наиболее типичных групп лояльности из внеслужебной сферы: «Семья» и «Друзья вне службы»;

2. Стимулы, относимые к различным аспектам лояльности, содержание которых было раскрыто во введении

2.1 к аспекту самоопределения («Какой Я на самом деле», «Каким Я хочу быть», «Я на службе», «Мой ближний круг», «Чужие люди»);

2.2 к эмоциональному аспекту (базовые человеческие эмоции: «Радость», «Интерес», «Презрение», «Удивление», «Гнев», «Страх», «Печаль», «Отвращение»; социальные чувства: «Вина», «Гордость», «Стыд» (Boszormenyi-Nagy, Spark, 1973; Бреслав, 2015); конструкты групповых чувств («Чувство как дома» и «Отчуждение», «Доверие» и «Подозрение», «Единство» и «Разобщённость», «Включённость» и «Изолированность»); конструкты общей эмоциональной оценки группы («Хорошие люди» и «Плохие люди»);

2.3 к аспекту мотивации участия в группе и в групповой активности – наиболее распространённые ценности россиян, выявленные В. С. Магуном и М. Г. Рудневым (Магун, Руднев, 2010) («Безопасность», «Традиции», «Самостоятельность», «Новизна», «Самоутверждение», «Забота», «Удовольствие»); иные ценности и мотивы, теоретически выделяемые различными авторами: («Здоровье», «Общение», «Деньги», «Творчество», «Самореализация», «Духовность»,

«Покой», «Активность», «Уважение»; идеалы деятельности госслужащего: «Законность», «Справедливость», «Общее благо»); стимулы, указывающие на распространённые мотивы интеграции в группу и отчуждения от неё («Угроза», «Препятствие», «Мерзость», «Пустое место», «Причастность», «Выгода», «Понимание», «Идеал», «Согласие», «Противоречия»);

2.4 к аспекту групповой активности — основные стратегии социального поведения по К. Томасу и Р. Килманну: «Сотрудничество», «Соперничество», «Компромисс», «Избегание», «Приспособление» (Thomas, Kilmann, 1974)¹; предложенные И. Л. Соломиным маркеры направленности активности «Моё увлечение», «Интересное занятие».

3. Дополнительные стимулы для интерпретации результатов

Наиболее общие регуляторы активности «Разум» и «Эмоции»; а также стимулы из базового набора И. Л. Соломина — эталонные для конструирования отношений человека понятия («Моя мать», «Мой отец») и для наиболее общих оценок своего жизненного пути («Моё прошлое», «Моё настоящее», «Моё будущее»).

Результаты

В ходе статистической обработки результатов реакция на каждый из этих стимулов рассматривалась как отдельная шкала, значение которой соответствовало рангу (от 1 до 8) субъективной привлекательности цвета, с которым испытуемый ассоциировал данное понятие. Гипотеза о специфичности мотивации лояльности группам, функционирующим в профессионально-служебной сфере, была проверена при помощи следующей процедуры обработки данных. На первом этапе к результатам всей выборки исследования был применен кластерный анализ (метод ближней связи, критерий — количество совпадений), использовавшийся в исследовании в качестве разведочного метода. Кластерный анализ позволил проверить гипотезу о семантической близости всех служебных групп для испытуемых и выделить мотивационные конструкторы, которые чаще других ассоциируются (обозначались одним цветом) со служебными группами принадлежности, в связи с чем, с наибольшей вероятностью обеспечивают лояльность данным группам. На втором этапе с помощью φ -критерия Фишера проводилось оценка статистической достоверности наблюдаемых различий в частотах встречаемости выделенных в ходе кластерного анализа мотивационных конструкторов в качестве детерминант лояльности служебным и внеслужебным группам.

В результате кластерного анализа отчетливо выделились два кластера, каждый из которых, помимо прочих стимулов, включал в себя как группы (лояльности), представляющие соответственно профессионально-служебную и внеслужебную сферу, так и тесно ассоциирующиеся с этими группами мотивационные конструкторы (Рис. 1).

Один из двух выделившихся кластеров (верхний на рисунке 1) включил в себя обе типичные группы лояльности, не относящиеся к профессионально-служебной сфере — «Семья» и «Друзья вне службы». Ядро другого кластера, содержащего конструкторы, относящиеся к профессионально-служебной сфере (нижний на рисунке 1), образовали группы официального характера, имеющие формальные границы и структуру, а также внешнюю социальную миссию, закреплённую как в праве, так и в ожиданиях общества («Госслужащие», «Сотрудники УИС», «Сотрудники правоохранительных органов», «Коллектив в целом», «Моё подразделение»). Близко к ядру расположились служебные группы, в меньшей степени соответствующие критериям наличия формальной структуры, подчинённости правовым нормам, а также наличия по отношению к этим группам внешних ожиданий («Друзья по службе», «Сообщество профессионалов», «Карьерная команда»). Все группы из профессионально-

1 Психометрическая проверка опросника проведена С. В. Кардашиной и Н. В. Шаньгиной (Кардашина, Шаньгина, 2016).

служебной среды, за исключением группы «Клиенты по службе», не являющейся группой принадлежности госслужащих и расположившейся на периферии кластера, оказались достаточно близки в восприятии испытуемых.

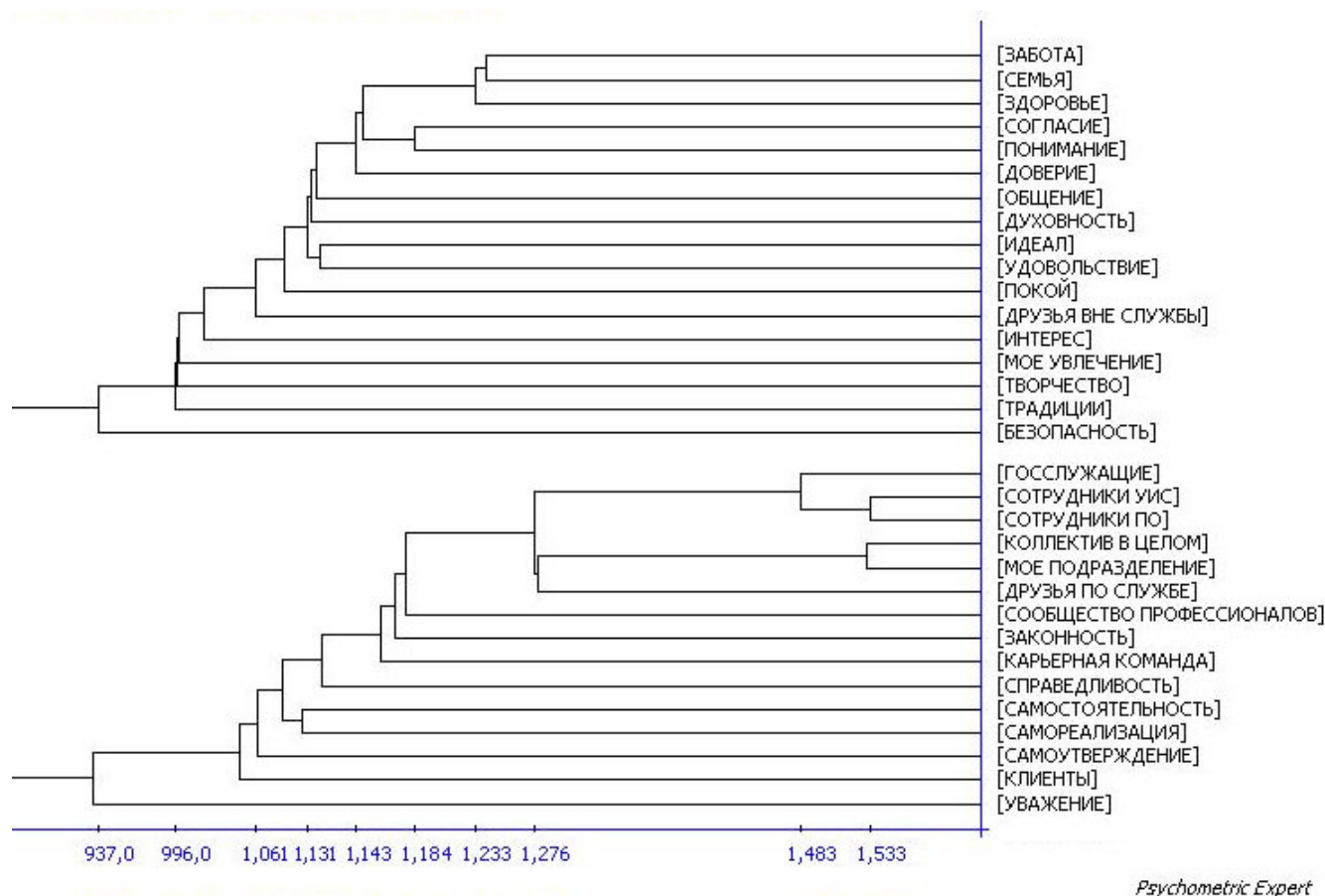


Рисунок 1. Результаты кластеризации групп и мотивов лояльности. $N = 2786$, метод объединения — метод ближайшей связи, мера различия — количество совпадений, пороговый уровень = 929 точных совпадений (1/3 выборки)

Наиболее интересным отличием мотивации лояльности группам, относящимся к служебной и внеслужебной сферам, по результатам кластерного анализа, оказалась их связанность с понятиями-стимулами, обозначающими ортогональные (Магун, Руднев, 2010) ценности — «самоутверждение» и «забота» соответственно. С группами внеслужебных лояльностей в сознании испытуемых, кроме заботы, оказались сопряжены ценности «здоровье», «общение», «духовность», «покой», «творчество», «традиции», «удовольствие» «безопасность», интегральный образ высшей ценности «идеал» а также такие распространенные мотивы интеграции в группу, как «понимание» и «согласие». Кроме «самоутверждения», в одном кластере со служебными группами оказались ценности «самостоятельность», «самореализация», «уважение». В тот же кластер ожидаемо вошли «законность» и «справедливость» — закреплённые в общественном сознании идеалы государственной службы.

Объединение всех служебных групп в одном кластере и включение в этот кластер ряда мотивационных конструктов предварительно подтвердило гипотезу о том, что лояльности служебным группам детерминируются характерными мотиваторами, которые реже обеспечивают лояльности внеслужебным группам. Однако процедура кластеризации по количеству совпадений не дала ответа на вопрос, насколько значимо различие между частотами совпадений: а) реакций на мотивационные конструкты с реакциями на служебные группы и б) реакций на эти же мотивационные конструкты с реакциями на внеслужебные группы.

Кроме того, в ходе кластеризации включались все совпадения, независимо от того, насколько предпочтительным был цвет, которым одновременно обозначались группа и мотивационный конструкт. То есть учитывались не только интересующие нас совпадения, когда как группа, так и мотивационный конструкт обозначались предпочитаемым цветом, давая основания предполагать что данный конструкт выступает как мотиватор лояльности данной группе. Учитывались также и совпадения отвергаемых групп с отвергаемыми или фрустрированными мотиваторами (обозначенных наименее предпочтительными цветами), а также совпадения отношения к группе и мотиватору как безразличного (средние по рангу цвета).

Поэтому для решения задач исследования, во-первых, была необходима статистическая проверка значимости различий между частотами, с которыми данные мотиваторы обозначаются одним цветом со служебными и с внеслужебными группами лояльности испытуемых. Во-вторых, для того чтобы говорить о мотивации лояльности, необходимо было брать в расчёт совпадения цветовых обозначений групп и мотивационных конструктов только у людей, обладающих лояльностью анализируемой группе, то есть обозначающих группу (и соответствующий мотивационный конструкт) одним из двух наиболее предпочтительных цветов. В связи с вышеизложенным, из выборки исследования были сформированы три частично пересекающиеся подвыборки:

А) лица, обладающие сформированной лояльностью наиболее типичной внеслужебной группе принадлежности «*моя семья*» (в выборку вошли лица, обозначившие данную группу цветом, который они затем выбрали первым или вторым);

Б) лица, обладающие сформированной лояльностью типичной условной служебной группе принадлежности «*госслужащие*» (в выборку вошли лица, обозначившие данную группу цветом, который они затем выбрали первым или вторым);

В) лица, обладающие сформированной лояльностью типичной контактной служебной группе принадлежности «*моё подразделение*» (в выборку вошли лица, обозначившие данную группу цветом, который они затем выбрали первым или вторым).

Статистическая значимость различий в частотах, с которыми анализируемый мотивационный конструкт обозначен тем же цветом что и группа лояльности исследовалась для пар подгрупп А–Б и А–В при помощи ϕ -критерия Фишера. Измерялась достоверность различий между процентными долями, в которых зарегистрировано точное совпадение цвета обозначающего группу лояльности и одновременно интересующий мотивационный конструкт, при условии, если данный цвет затем выбран как первый или второй по предпочтительности. Для каждого исследуемого мотивационного конструкта, для каждой пары подгрупп (А–Б и А–В) предварительно составлялась таблица следующего вида (Табл. 1).

Таблица 1. Пример таблицы для расчёта ϕ -критерия Фишера

Группы	Количество и % испытуемых		Суммы
	«Есть эффект» ²	«Нет эффекта» ³	
Группа «Моя семья»	618 (30.5%)	1407 (69.5%)	2025 (100%)
Группа «Госслужащие»	566 (43.9%)	724 (56.1%)	1290 (100%)

Рассчитывалась эмпирическое значение ϕ^* и сравнивалось с критическими значениями для уровней значимости $p \leq 0.01$ и $p \leq 0.05$. Так, для приведённого примера $\phi^*_{эм} = 7.804$, при $\phi^*_{крит} = 2.31$ для уровня значимости $p \leq 0.01$. Вывод: между частотами встречаемости мотива уважения как детерминанты лояльности группам «моя семья» и «госслужащие» выявлены статистически значимые различия на уровне $p \leq 0.01$). Данные о статистической значимости

2 Точное совпадение оценки стимула, обозначающего группу, с оценкой стимула «уважение» (при ранге цвета, выбранного для группы, = 1 или 2).

3 Нет совпадения оценки стимула, обозначающего группу, с оценкой стимула «уважение» (при ранге цвета, выбранного для группы, = 1 или 2).

различий для каждого исследуемого мотивационного конструкта, из числа отобранных по результатам кластерного анализа были занесены в следующие две таблицы (Табл. 2 и 3).

Таблица 2. Статистическая значимость различий частот точных совпадений оценок групп и оценок мотивационных конструктов в подвыборках А и Б

Мотивационный конструкт	Количество и доля испытуемых с результатом «есть эффект» ⁴ в подвыборке Б, N = 1290	Количество и доля испытуемых с результатом «есть эффект» ⁵ в подвыборке А, N = 2025	$\varphi^*_{эмп}$	Уровень значимости
законность	667 (51.7%)	658 (32.5%)	11.004	$p \leq 0.01$
самостоятельность	543 (42.1%)	791 (39.1%)	1.712	$p \leq 0.05$
уважение	566 (43.9%)	618 (30.5%)	7.804	$p \leq 0.01$
самореализация	529 (40.7%)	746 (36.8%)	2.251	$p \leq 0.05$
самоутверждение	486 (37.7%)	612 (30.2%)	4.435	$p \leq 0.01$
справедливость	492 (38.1%)	720 (35.6%)	1.432	$p \geq 0.05$

Анализ данных в таблицах 2 и 3 позволил установить, что мотивационные конструкты, по результатам кластерного анализа оценённые как характерные для лояльности служебным группам, за исключением конструкта «справедливость», действительно статистически чаще ассоциируются у испытуемых с служебными, чем с внеслужебными группами их лояльности. Наиболее значимыми ($p \leq 0.01$) оказались различия в мере связанности с лояльностью служебными и внеслужебным группам у таких мотивационных конструктов, как «законность», «уважение» и «самоутверждение».

Таким образом, было эмпирически доказано, что имеются мотивационные конструкты, которые статистически чаще ассоциирующиеся у государственных служащих с группами их лояльности, относящимися к профессионально-служебной сфере, чем с группами, относящимися к внеслужебной сфере, то есть существуют мотивационные конструкты, характерные для обеспечения лояльности служебным группам.

Таблица 3. Различия частот точных совпадений оценок групп и оценок мотивационных конструктов в подвыборках А и В

Мотивационный конструкт	Количество и доля испытуемых с результатом «есть эффект» ⁶ в подвыборке В, N = 1443	Количество и доля испытуемых с результатом «есть эффект» ⁷ в подвыборке А, N = 2025	$\varphi^*_{эмп}$	Уровень значимости
законность	718 (49.8%)	658 (32.5%)	10.276	$p \leq .01$
самостоятельность	620 (43%)	791 (39.1%)	2.293	$p \leq .05$
уважение	592 (41%)	618 (30.5%)	6.386	$p \leq .01$
самореализация	587 (40.7%)	746 (36.9%)	2.263	$p \leq .05$
самоутверждение	551 (38.2%)	612 (30.2%)	4.906	$p \leq .01$
справедливость	560 (38.8%)	720 (35.6%)	1.916	$p \leq .05$

Кроме того, исследование показало, что значимость различий по указанным пяти мотивационным конструктам остается примерно одинаковой вне зависимости от того, сравнивается ли мотивация лояльности внеслужебной группе (в данном случае — семье) с мотивацией лояльности контактной («моё подразделение») или условной («госслужащие») служебной группе. Этот вывод дал основание в дальнейшем исследовании использовать сравнение частот совпадений реакций на мотиватор и группу принадлежности в отношении только двух групп «моя семья» и «госслужащие». Сравнение в этих группах использовалось для выявления особенностей мотивации лояльности служебным группам у различных категорий госслужащих.

4 Точное совпадение оценки группы «Госслужащие» с оценкой мотивационного конструкта.

5 Точное совпадение оценки группы «Моя семья» с оценкой мотивационного конструкта.

6 Точное совпадение оценки группы «Моё подразделение» с оценкой мотивационного конструкта.

7 Точное совпадение оценки группы «Моя семья» с оценкой мотивационного конструкта.

Первым и наиболее очевидным фактором выделения категорий госслужащих был пол испытуемых. Сравнивалась статистическая значимость различий между частотами встречаемости отдельных мотивов лояльности группам «моя семья» и «госслужащие» у мужчин и женщин (Табл. 4 и 5).

Таблица 4. Значимость различий лояльности в подвыборке «мужчины», $N = 2028$

Мотивационный конструкт	Количество и доля испытуемых с результатом «есть эффект» ⁸ , $N = 980$	Количество и доля испытуемых с результатом «есть эффект» ⁹ , $N = 1451$	$\varphi^*_{эмт}$	Значимость различий
законность	497 (50.7%)	471 (32.5%)	8.997	$p \leq .01$
самостоятельность	417 (42.6%)	537 (37%)	2.757	$p \leq .01$
уважение	428 (43.7%)	427 (30.1%)	6.815	$p \leq .01$
самореализация	416 (42%)	527 (36.3%)	2.838	$p \leq .01$
самоутверждение	371 (37.9%)	432 (29.8%)	4.136	$p \leq .01$

Таблица 5. Значимость различий лояльности в подвыборке «женщины», $N = 760$

Мотивационный конструкт	Количество и доля испытуемых с результатом «есть эффект» ¹⁰ , $N = 310$	Количество и доля испытуемых с результатом «есть эффект» ¹¹ , $N = 574$	$\varphi^*_{эмт}$	Значимость различий
законность	170 (54.8%)	187 (32.6%)	6.413	$p \leq .01$
самостоятельность	126 (40.6%)	254 (44.3%)	1.064	$p \geq .05$
уважение	138 (44.5%)	191 (33.3%)	3.277	$p \leq .01$
самореализация	113 (36.5%)	219 (38.2%)	0.511	$p \geq .05$
самоутверждение	115 (37.1%)	180 (31.4%)	1.703	$p \leq .05$

Данные, приведённые в таблицах 4 и 5, свидетельствуют, что спектр мотивов, которые специфичны для лояльности служебным группам, у женщин меньше, чем у мужчин. В частности, мотивы самостоятельности и самореализации не являются специфичными для лояльности женщин служебным группам. У женщин хотя и присутствует, но ниже, чем у мужчин статистическая значимость различий между частотами встречаемости самоутверждения как мотива лояльности служебным и внеслужебным группам.

Вторым критерием выделения категорий служащих для последующего сравнения, был срок пребывания в профессионально-служебной среде, то есть стаж службы в уголовно-исполнительной системе. Данный фактор был интересен тем, что отражал динамический аспект мотивации лояльности, меняющейся по мере воздействия на госслужащего профессионально-служебной среды. Кроме того, выделенные группы по стажу во многом совпадали с возрастными. Для исследования по критерию стажа были выделены три группы.

1. Респонденты со стажем до 5 лет — лица, начинающие профессиональный путь в качестве сотрудников УИС, активно познающие профессионально-служебную среду, примеряющие службу и её перспективы к своим личным особенностям, потребностям, возможностям. Сравнительно мало вложившие в карьеру и часто не полностью осознающие мотивы поступления на службу, они легко могут сменить род занятий. Имея возраст, как правило, 19-27 лет, респонденты этой категории активны в социальном поиске, многие ещё не создали семьи, но имея интересы и группы общения за пределами службы, готовы к включению в различные группы и на рабочем месте.

8 Точное совпадение оценки группы «Госслужащие» с оценкой мотивационного конструкта при ранге цвета, выбранного для группы, = 1 или 2.

9 Точное совпадение оценки группы «Моя семья» с оценкой мотивационного конструкта при ранге цвета, выбранного для группы, = 1 или 2.

10 Точное совпадение оценки группы «Госслужащие» с оценкой мотивационного конструкта при ранге цвета, выбранного для группы, = 1 или 2.

11 Точное совпадение оценки группы «Моя семья» с оценкой мотивационного конструкта при ранге цвета, выбранного для группы, = 1 или 2.

2. Респонденты со стажем службы в УИС от 6 до 15 полных лет — как правило, лица, имеющие профессиональный опыт, определившиеся с необходимостью продолжения службы как минимум до выслуги льготной пенсии и таким образом привязанные к УИС. Эту прагматическую мотивацию службы, обычно, поддерживает наличие у них семей, которые служащие не хотят подвергать риску в связи со сменой работы. Представители группы, как правило, имеют устоявшиеся социальные связи и группы лояльности, которые если и меняют, то преимущественно под воздействием обстоятельств.

3. Респонденты со стажем службы в УИС 16 полных лет и больше — лица, уже имеющие право выхода на пенсию, но продолжающие службу в УИС, достаточно удовлетворённые ею, чтобы связать с ней долгосрочные карьерные планы, рассматривающие свою причастность к УИС как важную сторону своей личности. В силу высокого должностного положения или серьезного служебного опыта большинство этих лиц пользуются авторитетом у сослуживцев, они способны обеспечивать преемственность и хранить традиции в группах служащих. Вместе с тем, имея возраст около 40 и более лет, многие из них осознают ценность семейных и сохранившихся дружеских отношений, стремясь уделять им достаточное внимание.

Сравнивалась статистическая значимость различий между частотами встречаемости отдельных мотивов лояльности группам «семья» и «госслужащие» у респондентов, имеющих различный стаж службы в УИС (Табл. 6, 7 и 8).

Таблица 6. Значимость различий лояльности в подвыборке «сотрудники со стажем до 5 лет», $N = 540$

Мотивационный конструкт	Количество и доля испытуемых с результатом «есть эффект» ¹² , $N = 287$	Количество и доля испытуемых с результатом «есть эффект» ¹³ , $N = 409$	$\varphi^*_{эм}$	Значимость различий
законность	128 (44.6%)	135 (33%)	3.104	$p \leq .01$
самостоятельность	111 (38.7%)	172 (42.1%)	0.896	$p \geq .05$
уважение	124 (44.8%)	114 (27.9%)	4.549	$p \leq .01$
самореализация	120 (41.8%)	143 (35%)	1.818	$p \leq .05$
самоутверждение	115 (40.1%)	128 (31.3%)	2.39	$p \leq .01$

Таблица 7. Значимость различий лояльности в подвыборке «сотрудники со стажем от 6 до 15 полных лет», $N = 1645$

Мотивационный конструкт	Количество и доля испытуемых с результатом «есть эффект» ¹⁴ , $N = 687$	Количество и доля испытуемых с результатом «есть эффект» ¹⁵ , $N = 1123$	$\varphi^*_{эм}$	Значимость различий
законность	356 (51.8%)	375 (33.4%)	7.742	$p \leq .01$
самостоятельность	292 (42.5%)	431 (38.4%)	1.714	$p \leq .05$
уважение	275 (40%)	334 (29.7%)	4.459	$p \leq .01$
самореализация	281 (40.9%)	434 (38.6%)	0.97	$p \geq .05$
самоутверждение	262 (38.1%)	364 (32.4%)	2.457	$p \leq .01$

Данные, приведённые в таблицах 6, 7 и 8 свидетельствуют о различиях в мотивации респондентов, имеющих различный стаж службы. В частности у сотрудников со стажем до 5 лет

12 Точное совпадение оценки группы «Госслужащие» с оценкой мотивационного конструкта при ранге цвета, выбранного для группы = 1 или 2.

13 Точное совпадение оценки группы «Моя семья» с оценкой мотивационного конструкта при ранге цвета, выбранного для группы = 1 или 2.

14 Точное совпадение оценки группы «Госслужащие» с оценкой мотивационного конструкта при ранге цвета, выбранного для группы = 1 или 2.

15 Точное совпадение оценки группы «Моя семья» с оценкой мотивационного конструкта при ранге цвета, выбранного для группы = 1 или 2.

мотивы самостоятельности не являются мотивами лояльности служебным группам статистически чаще, чем внеслужебным. У сотрудников со стажем 6-15 лет не выявлены статистически значимые различия между частотами, с которыми мотивы самореализации обеспечивают служебные и внеслужебные лояльности. В целом, из трёх рассмотренных категорий, мотивация лояльности служебным и внеслужебным группам максимально отличается у сотрудников со стажем от 16 лет.

Таблица 8. Значимость различий лояльности в подвыборке «сотрудники со стажем от 16 полных лет», $N = 601$

Мотивационный конструкт	Количество и доля испытуемых с результатом «есть эффект» ¹⁶ , $N = 316$	Количество и доля испытуемых с результатом «есть эффект» ¹⁷ , $N = 493$	$\varphi^*_{эм}$	Значимость различий
законность	183 (57.9%)	148 (30%)	7.91	$p \leq .01$
самостоятельность	140 (44.3%)	188 (38.1%)	1.762	$p \leq .05$
уважение	167 (52.8%)	170 (34.5%)	5.148	$p \leq .01$
самореализация	128 (40.5%)	169 (34.3%)	1.231	$p \leq .05$
самоутверждение	109 (38%)	120 (29.3%)	2.39	$p \leq .01$

Рассмотрение различий в мотивации лояльности служебным и внеслужебным группам у различных категориях служащих, так же как и в целом по выборке, подтвердило, что ценности уважения и самоутверждения, а также идеал законности статистически чаще детерминируют лояльность служебным группам, чем внеслужебным. Ценности самостоятельности и самоутверждения в масштабах общей выборки статистически чаще выступают основой лояльности служебным группам, чем внеслужебным. Однако имеются отдельные категории служащих, на которые данная закономерность не распространяется.

Обсуждение результатов

Описанные выше результаты, прежде всего, подтвердили гипотезу исследования и позволили сделать выводы о наличии универсальных мотивов, обеспечивающих лояльность различным служебным группам у различных категорий служащих, а также о существовании особенностей, значимо отличающих мотивацию лояльности госслужащих группам, функционирующим в служебной сфере от мотивации лояльности внеслужебным группам.

Наиболее специфическим и наиболее тесно связанным с лояльностью всем служебным группам является идеал законности, в том или ином виде учитываемый в субкультурах групп служащих. Рост связи этого идеала с лояльностью служебным группам по мере увеличения стажа службы, на наш взгляд, следует относить на счёт не только искусственного насаждения идеала государственной системой, но и постижения сотрудниками тонкостей обеспечения законности в разнообразных, сложных и противоречивых условиях ситуациях служебной деятельности, связанного с этим удовлетворения и позитивного отношения со стороны коллег и клиентов. Поэтому можно сказать, что идеал скорее не насаждается, а по мере набора опыта все больше поощряется в служебных группах у лиц, имеющих соответствующие социальные ориентиры и нашедших себя на государственной службе.

Связь лояльности служебным группам с ценностями уважения и самоутверждения, подтвердило сформулированное во введении предположение о том, что статус государственной службы и госслужащего в обществе является важным фактором, влияющим на особенности лояльности госслужащих служебным группам. Этот статус и связанные с ним ожидания, на наш взгляд, являются источником позитивной оценки личности правомерно

действующих служащих как со стороны клиентов и других граждан, так и со стороны социально-ориентированных групп коллег. Позитивный эмоциональный отклик на правомерную деятельность госслужащих, через подкрепление позитивной самооценки, подкрепляет лояльность госслужащих группам, ориентированным на идеал законности.

Данный вывод согласуется с результатами ряда ранее проведённых исследований. Не связывая уважение и самоутверждение с лояльностью служебным группам принадлежности, С. Мейнард-Муди и М. Машено указывали на существование схожей мотивации в выборе индивидуальных служебных поступков. Так, указанные авторы упоминали о роли в мотивации индивидуальной служебной деятельности социального признания и престижа в глазах клиентов и социально-ориентированных сослуживцев (Maynard-Moody, Musheno, 2003). Р. Денхардт высказывал теоретические предположения об осознании социальной значимости общеколлективной служебной деятельности как распространённой мотивации современных служащих руководящего звена (Denhardt, 2000).

Проведённое нами эмпирическое исследование дало основание полагать, что уважение, самоутверждение и подобные мотивы, связанные с самовосприятием и самооценкой, не только стимулируют индивидуальную служебную активность, но и обеспечивают лояльность служебным группам, которые в свою очередь, регулируют служебную деятельность своих членов через групповые нормы, с течением времени интегрирующиеся в систему индивидуальной мотивации госслужащих. Очевидно, что лица, ориентированные на ценности уважения и самоутверждения, смогут получать удовлетворение от правопослушной служебной деятельности, интегрироваться в социально-ориентированные группы сослуживцев, интериоризировать и реализовывать в правоприменительной деятельности идеалы законности. Данный вывод ориентирует руководителей и психологов государственных структур на подбор в качестве кандидатов на службу лиц с выраженными ценностями уважения и самоутверждения и актуализацию этих ценностей у действующих сотрудников.

Отнесение в результате настоящего эмпирического исследования ценностей самостоятельности и самореализации к числу характерных мотивационных детерминант лояльности служебным группам также согласуется с результатами ранее проведённых исследований. С. Мейнард-Муди и М. Машено писали о принятии ответственности, профессиональном усмотрении и профессиональном риске служащих, преодолевающих ограничения «системы» для достижения социально-значимых целей, а также о получаемом за это признании уважаемых коллег и общества (Maynard-Moody, Musheno, 2003). На наш взгляд, осуществлению подобного профессионального поведения как раз способствует ценность «самостоятельности», распространённая в группах госслужащих. Таким образом, в отличие от ценностей уважения, самоутверждения или самореализации, ценность самостоятельности является для групп госслужащих не только терминальной, но одновременно и инструментальной, обеспечивающей реализацию вышеперечисленных ценностей. Самостоятельность, присутствующая как ценность в субкультурах служебных групп, особенно важна для реализации идеала законности, в связи с изъятиями, существующими в государственной системе и праве (Оболонский, 2007; Ромашов, 2018). Самостоятельность в группах служащих выступает скорее не самоцелью, а процессуальной нормой, реализация которой, вместе с тем, является и отдельным источником удовлетворения от деятельности, поддерживая лояльность группам, допускающим и поощряющим самостоятельность её членов в профессиональных действиях.

Данное положение вызывает сомнение при рассмотрении результатов категории служащих женщин (табл. 5), а также сотрудников с небольшим стажем службы (Табл. 6). Так, из таблицы 5 видно, что у женщин частота встречаемости самостоятельности в качестве мотивационной детерминанты лояльности служебным группам статистически значимо

не отличается от частоты её встречаемости в качестве детерминанты лояльности внеслужебным группам, более того самостоятельность как мотивация лояльности у женщин чаще наблюдается в отношении внеслужебных групп. Однако высокая абсолютная частота встречаемости самостоятельности как мотивации служебных лояльностей у женщин, свидетельствуют скорее не о том, что самостоятельность не является распространённым мотивом лояльности служебным группам у женщин, а о том, что он также типичен для женщин во внеслужебной сфере и не является у женщин специфическим для служебных групп принадлежности.

В отношении сотрудников со стажем до пяти лет, отсутствие значимых различий в частотах, с которыми самостоятельность ассоциируется у этой категории госслужащих со служебными и внеслужебными группами их лояльности, объясняется тем, что малоопытные сотрудники занимают, как правило, низшие должности в служебной иерархии и ещё не полностью ориентируются в профессионально-служебной среде и деятельности, поэтому имеют сравнительно низкие возможности в проявлении самостоятельности на службе. В группах сотрудников со стажем 6-15 и более 16 лет, можно наблюдать повышение значимости указанных различий, связанное с увеличением наблюдений, в которых самостоятельность связана с лояльностью служебным группам (см. Табл. 6-8). Этот факт закономерен, так как по мере службы сотрудники продвигаются по карьерной лестнице, приобретают доверие руководителей и получают опыт для принятия самостоятельных решений. Кроме того, менее опытные сотрудники ожидают от более опытных коллег большей самостоятельности.

Таким образом, мотивация самостоятельности включается в механизм поддержания лояльности служебным группам по мере набора стажа службы и максимально выражена и является специфической мотивацией лояльности служебным группам у сотрудников с большим стажем. Теснота связи ценности самореализации с лояльностью служебным группам, демонстрирует, по мере набора стажа, несколько иную динамику, незначительно снижаясь. Возможно, это связано с тем, что личный потенциал опытного сотрудника уже вполне достаточен, а иногда даже избыточен для решения большинства типичных служебных задач. Вместе с тем процент сотрудников, у которых самореализация связана с лояльностью семьям от одной стажной группы к другой изменяется более заметно. Сотрудники, находящиеся в стажной группе 6-15 лет, как правило, активно воспитают детей и развивают отношения с супругами. Процент представителей этой группы, у которых лояльность семье связана с мотивами самореализации повышается до отметки в 38,6%. Поэтому в данной стажной группе различия частот встречаемости самореализации как мотива лояльности служебным и внеслужебным группам теряют статистическую значимость, что свидетельствует о том, что мотивы самореализации на данном отрезке службы будут сравнительно менее действенны для формирования лояльности служебным группам.

Так же, как и ценность самостоятельности, ценность самореализации связана с лояльностью служебным группам реже у женщин, чем у мужчин. На основе мотивации самореализации женщины чаще лояльны внеслужебным группам, чем служебным, хотя статистически значимых различий между этими частотами не выявляется. Таким образом, у женщин самореализация, также как и самостоятельность, является значимым, но не специфически мотивом лояльности служебным группам, за счёт большей выраженности связей этих мотивов с лояльностью женщин внеслужебным группам принадлежности. Поэтому выявление подобной мотивации у женщин-кандидатов на службу не значительно повышает шансы на формирование у них лояльности служебным группам. Также организационно-групповые условия, позволяющие реализовывать в служебной деятельности мотивы самостоятельности и самореализации, предположительно, в меньшей степени стимулируют женщин интегрироваться в служебные группы.

Таким образом, несмотря на частные особенности мотивации лояльности различных категорий госслужащих служебным группам, она базируется, преимущественно на удовлетворённости, связанной с позитивной самооценкой, источником которой являются как члены группы, так и клиенты служащих. Для обеспечения ценностей, реализация которых повышает самооценку служащих (уважение, самоутверждение, самореализация, а также законность), в субкультуре служебных групп также культивируются инструментальные ценности, такие как самостоятельность. При этом самостоятельность одновременно является и отдельным источником удовлетворения от участия в группе, поддерживающим лояльность.

Заключение

Ценность результатов настоящего исследования заключается, прежде всего, в том, что высказанная Р. Мертоном идея специфичности мотивации лояльности служебным группам впервые нашла своё прямое эмпирическое подтверждение в ходе специального сравнительного исследования. Получены статистически значимые данные о типичных особенностях мотивации лояльности госслужащих служебным группам и её отличиях от мотивации их лояльности внеслужебным группам. Среди ценностей, на реализации которых базируется лояльность служебным группам, выделены терминальные и инструментальные, раскрыты их связи в системе мотивации лояльности. Выделена специфика мотивации лояльности служебным группам у отдельных категорий служащих.

Что касается факторов, определяющих специфику мотивации лояльности служебным группам, то, на наш взгляд, выделенные Р. Мертоном бюрократические структуры и процессы, в настоящее время не являющиеся специфическими для государственных структур, они характерны для многих современных, особенно, крупных, коммерческих и даже общественных организаций, и поэтому они утратили свою актуальность в качестве такого фактора. Выявленные особенности мотивации лояльности госслужащих служебным группам свидетельствуют в пользу изложенного выше предположения, что основным фактором возникновения этих особенностей, на современном этапе развития общества, действительно, является нормативно закреплённый социальный заказ общества на деятельность госслужащих и связанное с его выполнением отношение коллег и других членов общества к добропорядочным госслужащим. При этом восприятие группами служащих этого заказа не всегда тотально опосредовано государственной системой. Некоторые группы госслужащих имеют собственное уникальное восприятие ожиданий общества, полученное опытным путём и отраженное в групповой субкультуре. Оно ориентирует членов групп на действия, ведущие к удовлетворению потребностей в уважении, самоутверждении и самореализации в профессионально-служебной деятельности, при выполнении социальной миссии по поддержанию в обществе законности, на основе профессиональной самостоятельности, позволяющей максимально реализовывать этот идеал, оказывающий значительное влияние на субкультуру служебных групп.

Наряду с наиболее общими чертами мотивации госслужащих служебным группам принадлежности, выявлены и частные её особенности, характерные для отдельных категорий госслужащих, учёт которых позволит сделать работу по интеграции госслужащих в группы принадлежности более дифференцированной и результативной. Изучение степени присутствия в мотивации лиц поступающих на службу и действующих госслужащих ценностей уважения, самоутверждения, самореализации и самостоятельности, а также идеала законности, позволит спрогнозировать успешность их интеграции в служебные группы и форми-

рование лояльности им, а также выбрать наиболее эффективные средства воздействия для стимулирования этих процессов.

Полученные результаты применимы, в первую очередь, к сотрудникам уголовно-исполнительной системы. Вместе с тем, широта литературных источников, на базе которых был подобран круг возможных мотивов лояльности госслужащих, сходство организационно-правовых условий их деятельности, значительный объем выборки, а также характер полученных результатов дают основание полагать, что выявленные закономерности вполне могут быть экстраполированы и на другие категории государственных служащих. Однако возможность такой экстраполяции должна быть проверена на соответствующих выборках, в том числе и с использованием альтернативного диагностического инструментария.

Литература

- Бажин, Е. Ф., Эткинд, А. М. (1983). *Цветовой Тест Отношений: метод. рекомендации*. Л.: Ленинградский науч.-исслед. психоневрол. ин-т им. В. М. Бехтерева.
- Бодалев, А. А., Столин, В. В., Аванесов, В. С. (2000). *Общая психодиагностика*. СПб.: Речь.
- Бреслав, Г. М. (2015). Композиционная теория эмоций: к пониманию моральных эмоций и любви. *Психология. Журнал Высшей школы экономики*, 12(4), 81–102.
- Горностаев, С. В. (2017). *Основы психологической теории лояльности*. Рязань.
- Ермолаев, В. В. (2012). Представления о профессиональной карьере у сотрудников полиции с разным уровнем лояльности к организации. *Вестник Воронежского института МВД России*, 4, 162–166.
- Иванова, В. С., Прозорова, С. А. (2016). Корпоративная лояльность как фактор повышения эффективности работы государственного служащего. *Государственное и муниципальное управление в XXI веке: теория, методология, практика*, 26, 295–300.
- Кардашина, С. В., Шаньгина, Н. В. (2016). Психометрические характеристики русскоязычной версии Опросника К. Томаса — Р. Килманна («Thomas-Kilman Conflict Mode Instrument — TKI-R»). *Педагогическое образование в России*, 11, 216–228.
- Магун, В. С., Руднев, М. Г. (2010). Базовые ценности россиян в европейском контексте (статья первая). *Общественные науки и современность*, 3, 5–22.
- Оболонский, А. В. (2007). Мораль и право в политике и управлении. *Общественные науки и современность*, 1, 66–72.
- Оболонский, А. В. (1998). Реформа российской государственной службы: концепция и стратегия. *Общественные науки и современность*, 3, 5–15.
- Педыч, М. В. (2011). Корпоративная культура современной бюрократии и служебная лояльность. *Известия Кабардино-Балкарского научного центра РАН*, 5(43), 234–240.
- Ромашов, Р. (2018). *Право: нормативность и девиантность*. СПб.
- Соломин, И. Л., Чернышкова, М. П., Суворина, Н. Ю. (2012). *Использование методики цветowych метафор И. Л. Соломина в практике психологов уголовно-исполнительной системы*. СПб.
- Соломин, И. Л. (2001). *Психосемантическая диагностика скрытой мотивации. Методическое руководство*. СПб: ИМАТОН.
- Соломин, И. Л. (2011). Психосемантическое исследование мотивации сотрудников государственной службы в процессе реформирования. *Карминские чтения: материалы Всероссийской научной конференции, 15-17 ноября 2011 г.* (364–373), СПб.
- Соломин, И. Л. (2006). *Современные методы психологической экспресс-диагностики и профессионального консультирования*. СПб.: Речь.

- Статный, В. М., Шаранов, Ю.А. (2013). Новая структурная целостность правоохранительной деятельности на основе дискурса субъектов права и общества. *Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России*, 4(60), 177–187.
- Усова, О. В. (2015). Взаимосвязь социальных установок и лояльности к организации государственных гражданских служащих. *Управление корпоративной культурой*, 1, 46–50.
- Шаранов, Ю. А., Устюжанин, В. Н. (2017). Полицейский дискурс «мягкой силы». *Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России*, 4(76), 229–235.
- Adams, R. E., Rohe, W. M., Arcury, T. A. (2002). Implementing community oriented policing: Organizational change and street officers' attitudes. *Crime and Delinquency*, 48(3), 399–430.
- Britton, D. M. (1997). Perceptions of the work environment among correctional officers: Do race and sex matter? *Criminology*, 35(1), 85–105.
- Coleman, S. (2009). The Problems of Duty and Loyalty. *Journal of Military Ethics*, 8(2), 105–115.
- Culliver, C., Sigler, R., McNeely, B. (1991). Examining prosocial organizational behavior among correctional officers. *International Journal of Comparative and Applied Criminal Justice*, 15, 277–284.
- Denhardt, R. B. (2000). *The pursuit of significance: Strategies for managerial success in public organizations*. Long Grove, IL: Waveland Press.
- Egeberg, M. (1999). *Transcending Intergovernmentalism? Identity and Role Perceptions of National Officials in EU Decision-Making*. Thesis. Pittsburgh, PA.
- Emerson, D. M. Helfeld, T. I. (1948). Loyalty among government employees. *The Yale law journal*, 58, 1–143.
- Ewin, R. E. (1990) Loyalty: The police. *Criminal Justice Ethics*, 9(2), 3–15.
- Fletcher, T. W. (1958). The Nature of Administrative Loyalty. *Public Administration Review*, 18(1), 37–42.
- Gade, P. A., Tiggel, R. B., Schumm, W. R. (2003). The Measurement and Consequences of Military Organizational Commitment in Soldiers and Spouses. *Military Psychology*, 15(3), 191–207.
- Golden, M. M. (1992). Exit, Voice, Loyalty, and Neglect: Bureaucratic Responses to Presidential Control During the Reagan Administration. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 2(1), 29–62.
- Graaf De, G. (2011). The Loyalties of Top Public Administrators. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 21(2), 285–306.
- Hogan, N. L., Lambert, E. G., Griffin, M. L. (2013). Loyalty, Love, and Investments: The Impact of Job Outcomes on the Organizational Commitment of Correctional Staff. *Criminal Justice and Behavior*, 40(4), 355–375.
- Ivanova, V.S., Prozorova, S.A. (2016). Korporativnaya loy'al'nost' kak faktor povysheniya ehffektivnosti raboty gosudarstvennogo sluzhashchego [Corporate loyalty as a factor in increasing the efficiency of the public servant]. *State and municipal management in the twenty-first century: theory, methodology, practice*, 26, 295–300.
- Johnagin, L. A. (1953). *A Study of the Government's Loyalty and Security Programs*. Denton, Texas.
- Kasiński, M. (2010). Lojalność urzędnika w świetle prawa i etyki. *Annales. Etyka w życiu gospodarczym*, 13(1).
- Kleinig, J. (1996). Police Loyalties. *Professional Ethics*, 5(1/2), 29–42.
- Maynard-Moody, S., Musheno, M. (2003). *Cops, Teachers, Counselors. Stories from the Front Lines of Public Service*. Michigan: University of Michigan.
- Mentzelopoulos, A. M. (1990). *Federal government public service ethics: managing public expectations*. Carleton University.
- Merriam, Ch. E. (1948). Some Aspects of Loyalty. *Public Administration Review*, 8(2), 81–84.

- Merton, R. K. (1940). Bureaucratic Structure and Personality. *Social Forces*, 18(4), 560–568.
- Perry, Jr. H. W. (1998). United States Attorneys — Whom Shall They Serve? *Law and Contemporary Problems*, 61(1), 129–148.
- Sherman, N. (2013). A fractured fidelity to cause. In S. Levinson, J. Parker, P. Woodruff (Eds.), *Loyalty: NOMOS LIV*, (139–174). NYU Press.
- Thomas, K. W, Kilmann, R. H. (1974). *Thomas-Kilmann Conflict Mode Instrument*. Tuxedo, NY: XICOM
- Wellisz, S. H. (2002). *Bureaucracy: Department of Economics Discussion Papers*. Department of Economics, Columbia University. New York.

Поступила 29.10.2018



ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY

Motivation and loyalty of public servants to job-related groups

Stanislav V. GORNOSTAEV

The Academy of the Federal Penitentiary Service of the Russian Federation, Ryazan, Russian Federation

Abstract. *Purpose.* The article describes an empirical study to test the hypothesis about the specificity of the motivation of loyalty of public servants to groups operating in social environment in their workplace and to identify specific features of the motivation of loyalty to such groups. *Methodology.* The study was based on the understanding of loyalty as a psycho-behavioral participation the person in group at the interconnected levels of self-determination, group emotions, as well as motivations, orientations and processes of group activity. The research sample consisted of employees of Russian penitentiary system ($N = 2786$). To collect the empirical material was used Method of color metaphors (by I. L. Solomin) adapted for the purposes of the research and computerized in the Psychometric Expert 9.0.4 program. Data processing was carried out using the 'nearest neighbour' method of cluster analysis and Fisher's significance testing. *Findings.* The main peculiarity of public servants motivation of loyalty to job-related groups is the leading role of self-assertive motives. The most stable and universal in the motivation of loyalty to such groups is the association with the ideal of legality. Self-dependence acts as an instrumental value, ensuring other values and ideals which are providing motivation of loyalty to job-related groups. *Value of the results.* The present study has provided direct empirical evidence of specificity of the motivation of loyalty of public servants to job-related groups. Thus, the need to study this specificity was proved. Implications for practice. The knowledge gained about peculiarities of motivation of loyalty of public servants to job-related groups can find practical application in matters of public servants motivating and selection of candidates for public service.

Keywords: loyalty, motivation, public servants, job-related groups.

References

- Adams, R. E., Rohe, W. M., Arcury, T. A. (2002). Implementing community oriented policing: Organizational change and street officers' attitudes. *Crime and Delinquency*, 48(3), 399–430.
- Bazhin, Ye. F., Etkind, A. M. (1983). *Tsvetovoy Test Otnosheniy: metod. rekomendatsii* [Relationship Color Test: Method. recommendations]. L.: Leningradskiy nauch.-issled. psikhonevrol. in-t im. V. M. Bekhtereva.
- Bodalev, A. A., Stolin, V. V., Avanesov, V. S. (2000). *Obshchaya psihodiagnostika* [General Psychodiagnosics]. St. Petersburg: Rech Publ.
- Breslav, G. M. (2015). Kompozicionnaya teoriya jemocij: k ponimaniyu moral'nyh jemocij i ljubvi [Compositional Theory of Emotion: Understanding Moral Emotion and Love]. *Psychology. Journal of the Higher School of Economics*, 12(4), 81–102.
- Britton, D. M. (1997). Perceptions of the work environment among correctional officers: Do race and sex matter? *Criminology*, 35(1), 85–105.

- Coleman, S. (2009). The Problems of Duty and Loyalty. *Journal of Military Ethics*, 8(2), 105–115.
- Culliver, C., Sigler, R., McNeely, B. (1991). Examining prosocial organizational behavior among correctional officers. *International Journal of Comparative and Applied Criminal Justice*, 15, 277–284.
- Denhardt, R. B. (2000). *The pursuit of significance: Strategies for managerial success in public organizations*. Long Grove, IL: Waveland Press.
- Egeberg, M. (1999). *Transcending Intergovernmentalism? Identity and Role Perceptions of National Officials in EU Decision-Making*. Thesis. Pittsburgh, PA.
- Emerson, D. M. Helfeld, T. I. (1948). Loyalty among government employees. *The Yale law journal*, 58, 1–143.
- Ewin, R. E. (1990) Loyalty: The police. *Criminal Justice Ethics*, 9(2), 3–15.
- Fletcher, T. W. (1958). The Nature of Administrative Loyalty. *Public Administration Review*, 18(1), 37–42.
- Gade, P. A., Tiggler, R. B., Schumm, W. R. (2003). The Measurement and Consequences of Military Organizational Commitment in Soldiers and Spouses. *Military Psychology*, 15(3), 191–207.
- Golden, M. M. (1992). Exit, Voice, Loyalty, and Neglect: Bureaucratic Responses to Presidential Control During the Reagan Administration. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 2(1), 29–62.
- Gornostaev, S. V. (2017). *Osnovy psichologicheskoy teorii lojal'nosti* [Bases of the psychological theory of loyalty]. Ryazan: the Ryazan state university Publ.
- Graaf De, G. (2011). The Loyalties of Top Public Administrators. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 21(2), 285–306.
- Hogan, N. L., Lambert, E. G., Griffin, M. L. (2013). Loyalty, Love, and Investments: The Impact of Job Outcomes on the Organizational Commitment of Correctional Staff. *Criminal Justice and Behavior*, 40(4), 355–375.
- Ivanova, V. S., Prozorova, S. A. (2016). Korporativnaya lojal'nost' kak faktor povysheniya ehffektivnosti raboty gosudarstvennogo sluzhashchego [Corporate loyalty as a factor in increasing the efficiency of the public servant]. *State and municipal management in the twenty-first century: theory, methodology, practice*, 26, 295–300.
- Johnagin, L. A. (1953). *A Study of the Government's Loyalty and Security Programs*. Denton, Texas.
- Kardashina, S. V., Shangina, N. V. (2016). Psikhometricheskiye kharakteristiki russkoyazychnoy versii Oprosnika K. Tomasa — R. Kilmanna («Thomas-Kilmann Conflict Mode Instrument — TKI-R») [Psychometric characteristics of the Russian version of the Questionnaire K. Thomas — R. Kilmann]. *Pedagogicheskoye obrazovaniye v Rossii*, 11, 216–228.
- Kasiński, M. (2010). Lojalność urzędnika w świetle prawa i etyki. *Annales. Etyka w życiu gospodarczym*, 13(1).
- Kleinig, J. (1996). Police Loyalties. *Professional Ethics*, 5(1/2), 29–42.
- Magun V. S., Rudnev M. G. (2010). Bazovye cennosti rossiyan v evropejskom kontekste (stat'ya pervaya) [Core values of Russians in the European context (article 1th)]. *Social Sciences and modernity*, 3, 5–22.
- Maynard-Moody, S., Musheno, M. (2003). *Cops, Teachers, Counselors. Stories from the Front Lines of Public Service*. Michigan: University of Michigan.
- Mentzelopoulos, A. M. (1990). *Federal government public service ethics: managing public expectations*. Carleton University.
- Merriam, Ch. E. (1948). Some Aspects of Loyalty. *Public Administration Review*, 8(2), 81–84.
- Merton, R. K. (1940). Bureaucratic Structure and Personality. *Social Forces*, 18(4), 560–568.
- Obolonskiy, A. V. (1998). Reforma rossiyskoy gosudarstvennoy sluzhby: kontseptsiya i strategiya [The reform of the Russian civil service: concept and strategy]. *Social Sciences and modernity*, 3, 10–12.

- Obolonskiy, A. V. (2007). Moral' i pravo v politike i upravlenii [Morality and law in policy and administration]. *Social Sciences and modernity*, 1, 66–72.
- Pedych, M. V. (2011). Korporativnaya kul'tura sovremennoj byurokratii i sluzhebnyaya loyal'nost [Corporate culture of modern bureaucracy and officials loyalty]. *Proceedings of the Kabardino-Balkarian Scientific Center of the Russian Academy of Sciences*, 5(43), 234–240.
- Perry, Jr. H. W. (1998). United States Attorneys — Whom Shall They Serve? *Law and Contemporary Problems*, 61(1), 129–148.
- Romashov, R. (2018). *Pravo: normativnost' i deviantnost'* [Law: normativity and deviance]. Sankt-Peterburg.
- Sharanov, Y. A., Ustyuzhanin, V. N. (2017). Policejskij diskurs "myagkoj sily" [Police discourse of «soft power»]. *Bulletin of Saint-Petersburg University of the Ministry of Internal Affairs of Russia*, 4(76), 229–235.
- Sherman, N. (2013). A fractured fidelity to cause. In S. Levinson, J. Parker, P. Woodruff (Eds.), *Loyalty: NOMOS LIV*, (139–174). NYU Press.
- Solomin, I. L. (2006). *Sovremennye metody psichologicheskoy ekspress-dagnostiki i professional'nogo konsul'tirovaniya* [Modern methods of psychological rapid diagnosis and professional counseling]. St. Petersburg: Rech Publ.
- Solomin, I. L., Chernyshkova, M. P., Suvorina, N. Ju. (2012). *Ispol'zovanie metodiki cvetovyh metafor I. L. Solomina v praktike psihologov ugovovno-ispolnitel'noj sistemy* [Using the method of color metaphors of I. L. Solomin in the practice of psychologists of the penitentiary system: methodical allowance]. St. Petersburg.
- Solomin, I. L. (2001). *Psihosemanticheskaya diagnostika skrytoj motivacii. Metodicheskoe rukovodstvo* [Psychosemantic diagnosis of hidden motivation. Methodical manual]. St. Petersburg: IMATON Publ.
- Solomin, I. L. (2011). Psihosemanticheskoe issledovanie motivacii sotrudnikov gosudarstvennoj sluzhby v processe reformirovaniya [Psychosemantic study of the motivation of public service employees in the reform process]. In *Karminsky Readings: materials of the All-Russian Scientific Conference, November 15-17, 2011* (364–373). St. Petersburg.
- Statny, V. M., Sharanov, Y. A. (2013). Novaya strukturnaya celostnost' pravoohranitel'noj deyatel'nosti na osnove diskursa sub'ektov prava i obshchestva [New structural integrity of law enforcement activities on the basis of the discourse of the subjects of the law and society]. *Bulletin of Saint-Petersburg University of the Ministry of Internal Affairs of Russia*, 4(60), 177–187.
- Thomas, K. W, Kilmann, R. H. (1974). *Thomas-Kilmann Conflict Mode Instrument*. Tuxedo, NY: XICOM
- Usova, O. V. (2015). Vzaimosvyaz' social'nyh ustanovok i loyal'nosti k organizacii gosudarstvennyh grazhdanskih sluzhashchih [Interrelation of social attitudes and loyalty to the organization of public civil servants]. *Corporate Culture Management*, 1, 46–50.
- Wellisz, S. H. (2002) *Bureaucracy: Department of Economics Discussion Papers*. Department of Economics, Columbia University. New York.
- Yermolaev, V. V. (2012). Predstavleniya o professional'noj kar'ere u sotrudnikov policii s raznym urovnem loyal'nosti k organizacii [Ideas about the professional career of police officers with different levels of loyalty to the organization]. *The bulletin of Voronezh Institute of the Ministry of Internal Affairs of Russia*, 4, 162–166.

Received 29.10.2018



Взаимосвязь между организационной культурой и трудовой мотивацией в вузе

ВЕРЕЩАГИНА Людмила Сергеевна

ОЛЬХОВА Лариса Анатольевна

Саратовский социально-экономический институт (филиал) Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова, Саратов, Россия

Аннотация. В статье рассмотрены результаты анализа организационной культуры и трудовой мотивации на примере российского вуза. Несмотря на высокую степень изученности вопросов мотивации персонала и организационной культуры, немногие авторы изучают теоретические, методические и прикладные аспекты взаимосвязи трудовых мотивов и культуры организации в сфере высшего образования. Актуальность проблематики, её неисследованность на таком специфическом объекте, как высшее учебное заведение, практическая значимость обусловили выбор темы работы. *Цель работы:* изучить взаимосвязь мотивов труда и организационной культуры. *Гипотеза исследования:* существует соответствие между типами / ордерами организационной культуры и типами трудовой мотивации. *Метод.* Анализ организационной культуры проводился на основе ордерного подхода Л. Н. Аксеновской с привлечением методики «Инструмент оценки организационной культуры» К. Камерона, Р. Куинна, методики «Сила организационной культуры» Р. Дафта. Трудовая мотивация исследовалась с помощью методик В. В. Скворцова, Д. И. Ладанова, Т. Элерса, А. А. Реана. Для оценки социально-психологического климата коллектива использовалась методика А. Н. Лутошкина. В выборку вошли сотрудники одного из российских высших учебных заведений ($N = 84$). *Результаты.* Обнаружена корреляция (коэффициент Пирсона) между типами (ордерами) организационной культуры и типами мотивации работников. *Выводы.* Подтверждена гипотеза о том, что связь между мотивацией и типами / субординами культуры организации существует и носит стохастический характер. Выявлены доминирующие субординаты и типы организационной культуры, структура трудовых мотивов работников, установлена корреляция между ними в вузе. *Ценность результатов.* Исследование подтвердило многокомпонентную, многоуровневую структуру организационной культуры, доказало практическую значимость использования ордерного подхода для диагностики культуры организации и трудовой мотивации в единой системе, изучая указанные вопросы на уровнях лидера, линейного руководителя, исполнителей в конкретной организации высшей школы.

Ключевые слова: организационная культура; трудовая мотивация; ордерный подход; семейный, церковный, армейский субординаты.

Введение

Процесс управления неразрывно связан с таким комплексным феноменом, как организационная культура. Уникальность интегрированной сущности организационной культуры, недостаточная изученность её компонентов с учётом отраслевой специфики российских

компаний, с одной стороны, формируют барьеры для научного познания, а, с другой стороны, — создают трудности для эффективного управления организацией. Результаты исследований российских учёных свидетельствуют, что в системе трудовой мотивации произошли изменения, вектор которых сместился в сторону материальных стимулов (Никифорова, 2009).

Взаимосвязь между организационной культурой и трудовой мотивацией детерминирована их общим целевым ориентиром на моделирование трудового поведения, обеспечивающего личностный рост и организационное развитие. В психологии ещё не создана единая концептуальная основа для изучения воздействия мотивации на организационную культуру¹, не существует целостной логичной системы теоретических знаний об использовании трудовых мотивов и стимулов для изменения организационной культуры, формирования её оптимальной структуры.

Проблемы диагностики и изменения организационной культуры и трудовой мотивации рассмотрены в трудах многих зарубежных и российских учёных. Следует отметить, что на настоящий момент единичны работы, в которых в единой системе рассмотрены организационная культура и трудовая мотивация работников. Исследования в данных двух наиболее важных областях организационной психологии проводятся как правило параллельно, анализу взаимосвязи культуры организации и трудовой мотивации посвящено крайне малое количество публикаций, в то же время изучение взаимосвязи и взаимовлияния организационной культуры и мотивации к труду на современном этапе развития общества и экономики становится крайне актуальным.

Цель настоящей работы состоит в том, чтобы изучить взаимосвязь мотивов трудовой деятельности и организационной культуры. Гипотеза исследования заключается в предположении о том, что существует корреляция между типами / ордерами организационной культуры и трудовыми мотивами персонала.

Теоретические основы исследования

Организационная культура

Среди исследователей организационной культуры стоит, прежде всего, упомянуть таких зарубежных учёных, как Р. Дафт, Д. Деннисон, Т. Дил и А. Кеннеди, М. Коул, Р. Рюттингер, Ф. Тромпенаарс, Ч. Хенди, Г. Хофштеде, Э. Шейн, а также российских психологов Л. Н. Аксеновскую, Г. Н. Андрееву, Т. Ю. Базарова, В. Н. Воронина, А. Н. Занковского, А. В. Карпова, Р. Л. Кричевского, С. А. Липатова. Следует отметить, что на сегодняшний день нет единого мнения относительно понимания содержания и структуры организационной культуры. В 1980–1990-е гг. феномен организационной культуры привлекает довольно широкий круг исследователей в области организационной и социальной психологии. В тот период были опубликованы значимые работы в этой области — «Теория Z» У. Оучи, «В поисках эффективного управления» Р. Уотермана и Т. Питерса. В них организационная культура рассматривалась как важный фактор экономической эффективности компании и ее адаптации к окружающей среде.

Одним первых исследований по данному вопросу является работа Э. Шейна «Организационная культура и лидерство», которая была издана в 1985 году. Э. Шейн представил организационную культуру, основываясь на совокупности её проявлений в орга-

1 Впрочем, сам конструкт «организационная культура», введённый Эдгаром Шайном, скорее предполагает обратное воздействие, а именно: влияние организационной культуры (её типа) на трудовую мотивацию персонала. *Прим. ред.*

низации. Он определил основные компоненты организации и отметил, что если преобразования расширяют внутриорганизационное пространство, то необходимо рассматривать корпоративную культуру, учитывая субкультурные различия (Шейн, 2012). Психологи выделяют системный, символический, когнитивный и другие подходы к анализу организационной культуры (Капитонов, Зинченко, Капитонов, 2005). Л. Н. Аксеновская рассматривает: системный подход, синергетический подход, семиотический подход, герменевтический подход, гуманистический подход, социально-психологические подходы (психологическая теория отношений, культурологический подход, когнитивный подход и др.) (Аксеновская, 2015). Опираясь на идеи Э. Шейна, В. М. Львов и О. В. Нагиева выделили следующие особенности организационной культуры (Львов, Нагиева, 2007).

1. Организационная культура соответствует многоцелевому характеру организации.
2. Сотрудники организации взаимодействуют, как правило, с работниками своего подразделения.
3. Каждый отдел использует свой собственный профессиональный язык.
4. Ежедневное использование профессионального языка формирует такую коммуникацию, которая включает специфические шутки, аналогии, символы, жесты, выражения лица, понятные только сотрудникам определённого подразделения.
5. Разное содержание работы обуславливает отличия в мерах наказания, поведенческих нормах и правилах.
6. Выполнение работ различного содержания определяет различия в ценностных ориентации, сформированных под воздействием образования.
7. Организационная культура постоянно находится под влиянием двух процессов: дифференциации и интеграции. Процесс дифференциации предполагает формирование субкультур в подразделениях, что отдаляет работников от организации. Процесс интеграции заключается в создании таких субкультур, в которых работник ощущает причастность к организации.
8. Линейные руководители создают свою субкультуру в организации, в рамках которой представления руководителей о положении дел могут отличаться от представлений рядовых работников. Влияние организационной культуры на результативность и конкурентоспособность современной организации во многом зависит от того, насколько она привлекательна для сотрудников.

На наш взгляд, изучение компонентов организационной культуры может осуществляться на трёх уровнях: макроуровень (общество в целом); мезоуровень (организация); микроуровень (сотрудник организации). Компоненты организационной культуры определяются отраслевой принадлежностью компании, анализируются по основным функциям и отражают наиболее важные аспекты хозяйствования организации (Dennison, Nieminen, Kotrba, 2012).

Т. Дил и А. Кеннеди предложили рассмотреть организационную культуру во взаимосвязи с определённым видом деятельности. В качестве основных элементов организационной культуры они выделяют риск топ-менеджеров, тип обратной связи с руководством. В результате исследователи выделили четыре типа организационной культуры: «жёсткая», «много работы – хороший отдых», «на карту» поставлена компания», «процессная» (Deal, Kennedy, 1982). Р. Рютингер на основе работы Т. Кеннеди и А. Дила, использовал в качестве ключевых элементов критерии: риска и скорости информационного обмена с внешней средой. По словам Р. Рютингера, взаимодействие может быть быстрым или медленным, риск — малым или большим. На основе указанных компонентов Р. Рютингер выделил четыре типа организационной культуры: культура товарообмена, административная, культура выгодных сделок, инвестиционную культуру (Аксеновская, 2015).

Французский исследователь М. Бурке, предлагая типологию организационной культуры, основывался на следующих компонентах: взаимодействие организации с внешней средой, размер, оргструктура, трудовая мотивация персонала. В зависимости от указанных компонентов М. Бурке выделил восемь типов организационной культуры: «Оранжерея», «Сбор колосков», «Огород», «Французский сад», «Обширные плантации», «Виноградная лоза», «Косяк рыб», «Орхидеи кочующие» (Спивак, 2012). В теории организационной культуры Д. Денисона выявлены четыре ключевых признака организационной культуры в компаниях различного уровня эффективности: вовлечённость, согласованность, адаптивность и миссия. Исследования на основе этой теории подтверждают идею, что в наиболее результативных организациях находятся способы для расширения инструментов привлечения сотрудников, облегчая координацию действий и способствуя согласованию трудового поведения с основными бизнес-ценностями, обеспечивая адаптивность, чёткое осознание цели и миссии. Рентабельность деятельности была наивысшей в стабильных культурах с глубоким осознанием миссии и уровнем согласованности, рост результатов был наиболее сильным в гибких культурах с высоким уровнем участия и адаптивности (Dennison, Nieminen, Kotrba, 2012).

Наиболее универсальной, оригинальной, детально разработанной, по нашему мнению, стала концепция организационной культуры Л. Н. Аксеновской. С точки зрения саратовского учёного-психолога, организационная культура — это система социально-психологических отношений, которые регулируются системой моральных ценностей (Аксеновская, 2005). Структура организационной культуры, предложенная Л. Н. Аксеновской, построена на трёх основных типах социальной организации: «воспроизводство» создает институт «брака» и социальную систему «семья»; «агрессия» пробуждает «войну» и социальную систему «армия»; «вера и литургия» образуют «религию» и социальную систему «церковь». В развитой системе организационной культуры социальные организации указанных трёх групп реализованы в равной степени.

Административные модели взаимодействия формируют определённые типы команд менеджеров и организационной культуры. «Родительская» модель управленческого сотрудничества отражается в формировании метафорической команды управленцев «совет старейшин» и субордера «семья». «Командирская» модель сотрудничества находит выражение в метафорической команде управленцев «штаб» и субордере «армия». «Пастырская» модель сотрудничества конституирует метафорическую модель команды управленцев «синод» и субордер «церковь». Все три типа порядка тесно связаны, влияют друг на друга и интегрируются в целостный социально-психологический порядок (ордер) — организационную культуру. Изменение организационной культуры предполагает определение степени развития и сбалансированности её компонентов, разработку и освоение программ развития компонентов на уровнях лидера, группы и коллектива. Способом изменения организационной культуры является социально-психологическое вмешательство. Изменение — это возникновение измеряемых различий в движении организации от существующего состояния (СС) к желательному состоянию (ЖС).

Результатом формирования каждого субордера является получение соответствующего природе субордера социально-психологического эффекта. Для «семейного» субордера результатом его формирования является достижение эмоционально-ценностного единства членов организации, а критерием сформированности — доверие членов организации к её руководству и проводимой им политике. Для «армейского» субордера результатом формирования является целевое единство членов организации, а критерием сформированности — уверенность членов организации в своей способности достичь поставленную цель. Для «церковного» субордера результатом формирования является смысловое единство членов

организации, а критерием сформированности — вера в правильность организационных целей и средств их достижения. Полученные эффекты измеряются при помощи ордерных опросников.

«Нормальное» развитие психолого-социального ордера представляет собой последовательное целенаправленное изменение субордеров, которое основано на процессе совершенствования лидеров организации и команды управленцев. Развитие организационной культуры в русле ордерного подхода проходит пять этапов: 1) этап синкретичности организационной культуры («отсутствие дифференциации на субордеры»); 2) этап проявления, развития, занятия доминирующих позиций субордера «семья»; 3) этап обособления, развития, доминирования субордера «армия»; 4) этап отделения, развития, достижения уровня доминирования субордера «церковь».

Интегрированная модель социально-психологического ордера содержит связь «внешнего» (институционального) и «эндогенного» (личного) порядка. Суть изменения организационной культуры на основе ордерного подхода заключается в последовательном изменении каждого субордера организационной культуры (диагностики, внесении изменений, формировании и качественном преобразовании) для достижения сбалансированного состояния на высоком качественном уровне развития в целях повышения эффективности организационно-экономического механизма управления организацией. Развитая организационная культура характеризуется развитием трёх субордеров в равных долях — «семейный» (33%), «армейский» (33%), «религиозный» (33%). Структура и степень представленности каждого субордера детерминирована моделями управленческого взаимодействия («родительской», «командирской», «пастырской»). Определение результатов осуществляется путем суммирования баллов по категориям А, Б, В, Г, Д, Е по опросным листам. Количественные данные должны быть подтверждены результатами интервью, бесед и наблюдений (Аксеновская, 2015).

Трудовая мотивация

Мотивация предполагает осознанный выбор личностью определённой модели поведения вследствие интегрированного воздействия экзогенных и эндогенных факторов. Интересы, потребности, направленность, процесс мотивирования, во-первых, являются самостоятельной совокупностью факторов формирования и изменения организационной культуры, а во-вторых, организационная культура порождает пространство культурных ансамблей с дифференциацией ценностей, мотивов, моделей поведения работников, которые обеспечивают реализацию целей организации (Верещагина, Ольхова, Воронин, 2017; Deci, 2005). Мотивация представляет собой процесс преднамеренного человеческого выбора определённого типа поведения, детерминированного комплексным воздействием факторов внешней и внутренней среды. Продолжительная занятость работника в организации возможна при установлении соответствия потребностей, мотивов, направленности и системы мотивации существующей организационной культуре или приведения мотивационной сферы ей в соответствие.

Управление мотивацией базируется на тесной взаимосвязи социально-нравственного, организационно-управленческого, экономического и личностно-психологического содержания мотивации. Для того чтобы понять, что побуждает людей действовать в определённом направлении, используют понятия «инстинкт», «внутренний мотив», «направленность», «ценности», «стимул». Разработка теоретико-методологических основ изучения проблем мотивации персонала велась такими зарубежными учёными, как К. Альдерфер, К. Арджирис, В. Врум, Ф. Герцберг, Э. Локе, Д. Макрегор, А. Маслоу, Э. Мэйо, У. Учи, Б. Скиннер и другие. Среди

российских психологов, изучавших мотивационное поле работников, следует отметить Т. Ю. Базарова, Б. Ф. Ломова, Ю. М. Орлова, А. А. Реана, С. Л. Рубинштейна и других.

Рассмотрение мотивационных теорий следует начать с уточнения сущности и структуры мотивов и потребностей. Потребность — это «ощущение нужды в чём-нибудь»; «отражение нужды во внутреннем поле индивида»; «состояние нехватки чего-либо, для его получения необходимо какое-то действие» (Одегов, Федченко, Дашкова, 2015). Анализ трансформации потребностей в мотивы представил А. Н. Леонтьев: «субъект рождается как индивид, наделённый потребностями Но ... внутренняя сила потребности может реализоваться только в деятельности. Другими словами, потребность существует как необходимое условие деятельности, но после того, как субъект начинает действовать, немедленно происходит его трансформация... До первого случая удовлетворения потребность «не знает» свой предмет, он ещё не найден. Только если будет он обнаружен так, как указано выше, потребность приобретет свой предмет, воспринимаемый или представляемый предмет — свою побудительную функцию» (Леонтьев, 1971).

Содержательные теории мотивации акцентируют внимание на исследовании и объяснении того, какие мотивы формируют определённые типы поведения. Вторые пытаются описать процесс формирования определённого типа поведения посредством предоставления возможности удовлетворения потребностей в процессе трудовой деятельности. Наиболее известными содержательными теориями мотивации являются теория А. Маслоу, теория Ф. Герцберга, теория Д. МакЛеланда, теория К. Альдерфера. Процессуальные теории мотивации раскрывают процесс выбора человеком определённого типа трудового поведения, проводящего к достижению цели и удовлетворению потребностей. К наиболее известным относятся процессуальные теории мотивации В. Врума, Э. Деси, Э. Локе, Э. Лоулера, Л. Портера, Б. Скиннера (Одегов, Федченко, Дашкова, 2015).

Организационная культура и трудовая мотивация

Исследования взаимосвязи организационной культуры и трудовой мотивации немногочисленны. Например, можно выделить работы О. К. Слинковой, Е. О. Фарба, В. В. Царицынского. В исследовании О. К. Слинковой организационная культура и мотивация рассматриваются в едином контексте как взаимосвязанные и взаимообусловленные факторы трудового поведения (Слинкова, 2007). Е. О. Фарба изучала социально-психологическое влияние организационной культуры на мотивацию персонала малого предприятия (Фарба, 2003). Изучалась корпоративная культура в системе мотивации работников железнодорожной отрасли (Царицынский, 2003), а также её роль в формировании основных принципов мотивации труда в организации (Фомин, 2009). В. В. Барабанщикова проводила статистический анализ взаимосвязи и взаимовлияния типа организационной культуры и трудовой мотивации, основываясь, как и выше указанные авторы, преимущественно на типологию организационной культуры К. С. Камерона и Р. Э. Куинна (Барабанщикова, 2014). Е. В. Исмаилова изучала проблему зависимости трудовой мотивации операторов химического производства от организационной культуры, отражающейся в ценностях персонала (Исмаилова, 2014). И только одна известная нам работа в этой области была посвящена образовательным учреждениям. В ней изучалось влияние на результаты деятельности преподавателей университетов таких факторов, как организационная культура, стремление к лидерству и мотивация достижения, а также воздействие организационной культуры и лидерства — на мотивацию достижения (Анра, Ямин, 2017).

Подводя итог, мы можем утверждать, что исследования организационной культуры и трудовой мотивации ещё не обобщены в единый комплексный подход, недостаточно изучена статистическая взаимосвязь между мотивацией и типами организационной культуры. В рассматриваемой проблематике не нашла применения ордерная концепция организацион-

ной культуры Л. Н. Аксеновской. Слабо разработанными являются данные вопросы применительно к учреждениям высшей школы нашей страны.

Методические основы исследования

По содержанию методы диагностики организационной культуры могут быть классифицированы следующим образом: наблюдение, собеседование, анализ документов, опрос, диагностика организационной культуры в малых группах по компонентам организационной культуры; на основе типологии организационной культуры, метафорическое моделирование (существующее и желательное состояние описываются с помощью метафор); социально-психологические ордерные тренинги, совмещенные с метафорической оценкой. Кроме того, к методам диагностики и изменения организационной культуры можно отнести: моделирование в деловых играх (моделирование бизнес-процессов, принятия управленческих решений, взаимодействия в учебной среде и в естественных природных условиях); сотериологические методы (аутодиагностирование с помощью «сотериологического круга», сотериологические деловые игры); корпоративные мероприятия (собрания, презентации, праздники, спортивные мероприятия, специальные ордерные процедуры — ритуалы, обряды).

Диагностика организационной культуры на основе используемого нами ордерного подхода предполагает анализ и описание её различных уровней и элементов с использованием ордерных методик. Ордерный подход как правило имеет следующую схему реализации: а) описание существующей ситуации (СС) в сфере культуры организации её лидером; б) описание существующего состояния лидера (СС); в) описание существующего состояния (СС) команды руководителей; г) оценка желаемого состояния (ЖС) организационной культуры (Аксеновская, 2007).

Методики диагностики трудовой мотивации можно, на наш взгляд, систематизировать следующим образом: методики, направленные на выявление актуальных мотивов и потребностей, методики определения смысложизненных ориентаций и жизненных ценностей, методики оценки мотивации достижения успеха или избегания неудач, методики оценки мотивации одобрения, принятия и отвержения.

Методики и процедура исследования

При проведении нашего эмпирического исследования использовались следующие конкретные методики:

- ордерная методика диагностики организационной культуры Л. Н. Аксеновской (Аксеновская, 2015);
- методика «Инструмент оценки организационной культуры» (*Organizational Culture Assessment Instrument, OCAI*) К. Камерона, Р. Куинна (Камерон, Куинн, 2011)²;
- методика «Сила организационной культуры» (*Culture strength evaluation*) Р. Дафта (Дафт, 2008);
- методика диагностики уровня удовлетворения основных потребностей В. В. Скворцова, Д. И. Ладанова (Агеев, Базаров, Скворцов, 1986);
- методика личностной диагностики мотивации избегания неудач и методика личностной диагностики мотивации достижения успеха Т. Элерса (Ehlers, 1965; Розанова, 1999; Жамалова, Маслак, 2016);
- методика диагностики мотивации стремления к успеху и страха неудачи А. А. Реана (Реан, 1999);

2 Диагностика возможностей и ограничения использования данной методики в российских организациях подробно обсуждены в исследовании А. Д. Чанько (Чанько, 2005). *Прим. ред.*

- методика оценки социально-психологического климата коллектива А. Н. Лутошкина (Лутошкин, 1988).

Обработка первичных данных

Статистический анализ данных включает оценку отдельных параметров распределения признака для общего описания выборки и результатов исследования (средние значения, дисперсия, стандартное отклонение, коэффициент вариации), корреляционный анализ.

Эмпирическая база исследования

В исследовании приняло участие 84 человека — профессорско-преподавательский состав одного из высших учебных заведений страны. В том числе — один заместитель руководителя вуза, 10 человек (12%) — деканы и заместители деканов, 14 человек (17%) — заведующие кафедрами и их заместители, 59 преподавателей (70%). Исследование включало: 1) беседу с руководителями различных уровней; 2) заполнение анкет для сбора сведений об оргкультуре и трудовой мотивации сотрудников.

Результаты и их обсуждение

Целью диагностики является определение фактической структуры организационной культуры на примере вуза на уровне топ-менеджеров, линейных руководителей, работников. С целью диагностики организационной культуры вуза респонденты заполнили три вида анкет, позволяющих определить доминирующий субордер, сплочённость коллектива, тип лидерства. В таблицах 1-3 приведены значения, рассчитанные по формуле средней арифметической.

Из таблицы 1 видно, что в настоящее время в вузе все три субордера представлены примерно в равной степени (89 и 88 баллов), при этом наибольшее рассогласование между СС и ЖС — у семейного субордера (15), наименьшее — у армейского (8). Рассогласование СС и ЖС в церковном субордере — 9 баллов.

Таблица 1. Выраженность субордеров организационной культуры вуза (в баллах)

Субордер	СС (существующее состояние)	ЖС (желаемое состояние)	Рассогласование	Доминанта
А («семья»)	89	103	15	А-1
Б («армия»)	89	97	8	Б-1
В («церковь»)	88	97	9	В-2

Таблица 2. Степень сформированности субордеров организационной культуры на различных уровнях управления

Уровни управления	Субордер «Семья»		Субордер «Армия»		Субордер «Церковь»	
	СС	ЖС	СС	ЖС	СС	ЖС
Заместитель ректора	87	101	98	110	29	60
Деканы и их заместители	86	102	85	100	46	78
Заведующие кафедрами и их заместители	65	93	75	100	48	83
Преподаватели и научные сотрудники	64	75	59	90	22	40

Примечание. СС — существующее состояние; ЖС — желаемое состояние.

Согласно анкете «Сотериологическая диагностика развития лидерских характеристик топ-менеджера», усреднённые сведения, полученные из вопросников, агрегированы в таблице 3, что позволяет комплексно их проанализировать.

Таблица 3. Сводная таблица результатов сотериологической диагностики развития качеств лидера

Параметры оценки	Область психотерапевтического здоровья		Область психотерапевтического риска (нездоровья)					
	«Лучший»		Зона 1 «Хуже»		Зона 2 «Ещё хуже»		Зона 3 «Хуже всех»	
Градации								
Состояние	СС	ЖС	СС	ЖС	СС	ЖС	СС	ЖС
Баллы	77	90	67	36	54	28	50	8

Обобщённые данные, представленные в таблице 3, показывают, что общее состояние властных полномочий топ-менеджеров находится в области психологического здоровья («лучший»), что соответствует высокому уровню развития их лидерских качеств (на момент диагностики). Об этом свидетельствует довольно высокий балл самооценки властной функции (СС = 77 баллов) и существующие возможности для развития до желаемого состояния (ЖС = 90 баллов).

Наряду с ордерной диагностикой организационной культуры вуза была проведена диагностика типа организационной культуры на основе модели К. Камерона и Р. Куина, в которой тип организационной культуры определяется, исходя из оценок таких организационных характеристик, как: организационная структура, стиль руководства, управление персоналом, стратегические цели и критерии успеха (Камерон, Куинн, 2011). В результате обработки данных для определения типа организационной культуры по методике «Инструмент оценки организационной культуры» К. Камерона и Р. Куинна было обнаружено, что вуз, участвующий в исследовании, имеет смешанный тип организационной культуры. Тем не менее, установлены высокие значения для некоторых характеристик, которые описывают организационную культуру в образовательном учреждении. На основании диагностики актуальных ценностей сотрудников организации, а также их предпочтений в отношении различных аспектов трудовой среды, был определён профиль организационной культуры вуза (Рисунок 3).

Рисунок 3 показывает, что преподаватели института оценивают существующую организационную культуру как «рыночную» с элементами «клановой» и «иерархической» культуры, но считают, что им будет удобнее и комфортнее работать при преобладании «кланового» и «иерархического» типов организационной культуры.

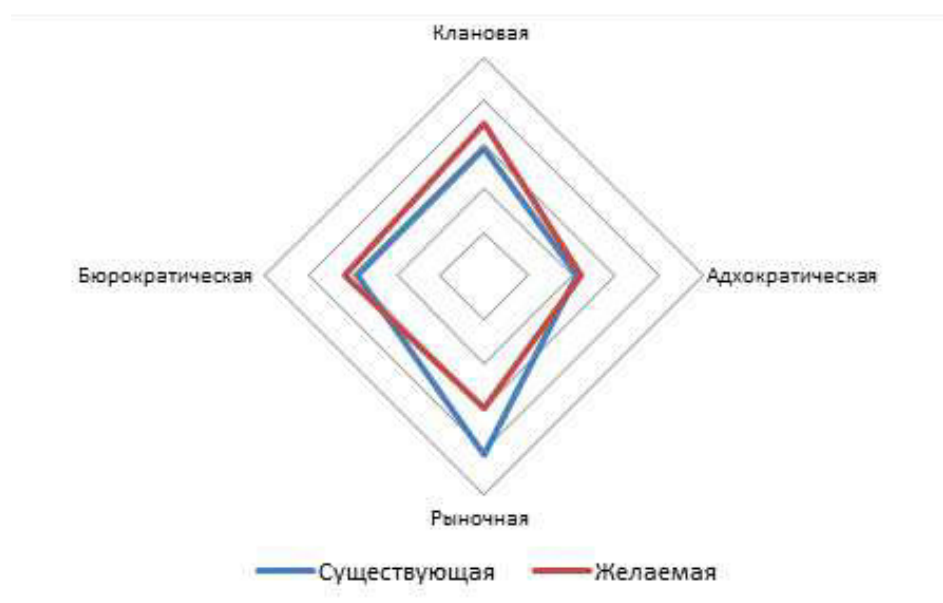


Рисунок 3. Профиль организационной культуры вуза, по модели К. Камерона и Р. Куинна

Диагностика организационной культуры по методике «Сила организационной культуры» Р. Л. Дафта (Дафт, 2008), интерпретированной автором данной статьи, позволила отнести организационную культуру вуза к умеренно сильной (средняя оценка — 37 баллов), то есть организационная культура характеризуется достаточной силой, поддерживается значительным количеством сотрудников. Типичность мнений рассчитывалась по формуле средней арифметической. По результатам расчётов коэффициентов конкордации в целом по выборке установлена согласованность мнений ($S = 260$, $W = 0.54$), что подтвердило достаточную величину выборки.

Наличие связи между субординатами организационной культуры (Л. Н. Аксеновская), типами организационной культуры (К. Камерон и Р. Куинн) и уровнем её силы было проверено в ходе корреляционного анализа с использованием коэффициента r Пирсона (таблица 5).

Таблица 4. Значимые связи существующего состояния типов (субординат) и силы организационной культуры в вузе (r Пирсона)

Тип организационной культуры и её сила	Семейный субординат	Армейский субординат	Церковный субординат
Клановая	.355		– .353
Адхократическая			.372
Рыночная	– .487	– .372	
Иерархическая	.372	.452	.371
Сила организационной культуры	.395	– .37	.395

Примечание: $r_{кр} = .296$ при $p \leq .01$, $r_{кр} = .349$ при $p \leq .05$.

Наблюдается значимая положительная связь между оценками существующего семейного субордината и типами клановой ($r_p = 0.355$) и иерархической ($r_p = 0.372$) организационных культур. Можно также предположить, что в семейном субординате организационная культура может характеризоваться умеренной силой ($r_p = 0.395$). Установлена значимая отрицательная связь между существующим семейным субординатом и рыночным типом организационной культуры ($r_p = -0.487$), из чего следует, что трансформация семейного субордината к желаемому состоянию возможна лишь при снижении уровня рыночного типа организационной культуры. Эта же тенденция сохраняется при оценке предпочтительного типа организационной культуры и желаемого состояния семейного субордината за исключением корреляции с иерархическим типом организационной культуры.

По мнению опрошенных преподавателей, армейский субординат соответствует слабому типу организационной культуры ($r_p = -0.370$) при достаточной степени развития бюрократической организационной культуры ($r_p = 0.452$). В существующем состоянии у армейского субордината установлена отрицательная связь с оргкультурой рыночного типа ($r_p = -0.372$). В желаемом состоянии установлена положительная корреляция армейского субордината с клановым ($r_p = 0.393$) и бюрократическим ($r_p = 0.825$) типами организационной культуры, отрицательная – с рыночным типом организационной культуры ($r_p = -0.445$).

По мнению опрошенных, организационная культура вуза может быть сильной при достаточном развитии церковного субордината, с которым в существующем состоянии бюрократический ($r_p = 0.371$) и адхократический ($r_p = 0.372$) типы организационной культуры связаны положительно, способствуют его развитию, клановый – отрицательно ($r_p = -0.353$), будет препятствовать становлению церковного субордината. При оценке желаемого состояния субординатов и типов оргкультур данная тенденция сохранилась.

Удовлетворённость существующим в настоящее время соотношением субординатов организационной культуры вуза определена на основе методики «Шкала оценки социально-психологического климата» А. Н. Лутошкина. Результаты оценки психологического климата выявили высокий уровень его благоприятности в изучаемом вузе (21 балл).

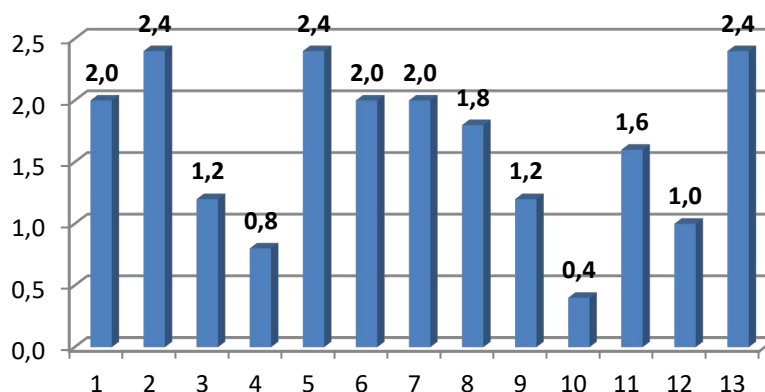


Рисунок 4. Оценка социально-психологического климата, по А. Н. Лутошкину, в целом по выборке преподавателей вуза ($N = 84$)

В исследуемом вузе отмечается позитивная социально-психологическая обстановка — преобладает большая доброжелательность в отношениях (2.4 балла), в трудные минуты коллектив действует как единая команда «один за всех и все за одного» (1.8 балла) (Верещагина, Ольхова, Кузнецова, 2017).

Исследование мотивационной сферы персонала вуза проводилось с использованием методики В. В. Скворцова, опросников Т. Элерса, методики А. А. Реана. По результатам опроса преподавателей по методике «Диагностика степени удовлетворения основных потребностей» В. В. Скворцова, наиболее значимыми потребностями у сотрудников являются материальные, в безопасности, в признании, в самореализации (Табл. 5).

Как указано в таблице 5, расчёт коэффициента r Пирсона показал положительную корреляцию между доминирующим семейным субордером и материальными ($r_p = 0.434$), социальными потребностями ($r_p = 0.522$), потребностями в признании ($r_p = 0.376$) и в самореализации ($r_p = 0.394$), что обусловлено патерналистским типом отношений, направленных на учёт и создание условий для удовлетворения всего спектра разнообразных потребностей работников.

Таблица 5. Значимые связи между субордерами организационной культуры (Л. Н. Аксеновская) и потребностями сотрудников вуза

Потребности	Субордер «Семья»	Субордер «Армия»	Субордер «Церковь»
Материальные	.434	.385	
В безопасности		– .364	.434
Социальные	.522		
В признании	.376	.427	.452
В самореализации	.394	– .358	.389

Примечание: $r_{кр} = .296$ при $p \leq .01$, $r_{кр} = .349$ при $p \leq .05$

По армейскому субордеру установлена положительная связь с материальными потребностями ($r_p = 0.385$), потребностями в достижениях ($r_p = 0.427$), отрицательная – с потребностями в безопасности ($r_p = -0.364$) и потребностями в самореализации ($r_p = -0.358$). Сотрудники в данном случае максимально целеориентированы, мотивированы вознаграждением в случае достижения требуемого результата, значимость потребностей в безопасности будет снижаться с усилением армейского субордера и стремления к победе, успеху. Можно также предположить снижение интереса к содержанию деятельности и способам её усовершенствования.

По церковному субордеру нами установлена положительная корреляционная связь ($r_p = 0.434$) с потребностью в социальной и физиологической безопасности, потребностью в успехе, достижениях ($r_p = 0.452$), потребностью в самореализации ($r_p = 0.389$). Можно предположить, что вузовские сотрудники, вошедшие в нашу выборку, более мотивированы содержательной стороной деятельности, поиском уникальных, эффективных способов решения рабочих задач.

Использование двух методик Т. Элерса диагностики мотивации достижения успеха и мотивации избегания неудач показало, что 71% респондентов демонстрируют стремление к успеху, 29% — стремление к избеганию неудач. По методике «Мотивация успеха и боязнь неудачи» А. А. Реана у 45% испытуемых диагностирована мотивация успеха, у 32% испытуемых — мотивационный полюс ярко не выражен, но в целом по набранным баллам более чем у половины опрошенных присутствует определённая тенденция к мотивации на успех.

Корреляционный анализ показал положительную связь между мотивацией достижения успеха и выраженностью «семейного» субордера ($r_p = 0.427$). Мотивация достижения успеха будет способствовать развитию ($r_p = 0.518$) «армейского» порядка (субордера), а отрицательная мотивация избегания неудач — замедлять ($r_p = -0.492$) (Табл. 6). Компоненты «церковного» порядка коррелируют с уровнем мотивации избегания неудач.

Таблица 6. Значимые связи субордеров организационной культуры и мотивации достижения у сотрудников вуза

Тип мотивации	Субордер «Семья»	Субордер «Армия»	Субордер «Церковь»
Достижение успеха (Т. Элерс)	.427	.518	
Избегание неудач (Т. Элерс)		– .492	.364
Достижение успеха (А. А. Реан)	.395		

Примечание: $r_{кр} = .296$ при $p \leq .01$, $r_{кр} = .349$ при $p \leq .05$

Рассмотренная методика, которая была апробирована в одном из экономических вузов страны, позволяет выявлять трудовые мотивы, способствующие и сдерживающие формирование сбалансированной структуры субордеров, воздействовать на них при реализации мероприятий по развитию существующей организационной культуры до желаемого состояния (Баркетова, Верещагина, 2017).

Выводы

В работе достигнута её ключевая цель — установлена стохастическая взаимосвязь между мотивацией и типами (субордерами) организационной культуры. Исследование подтвердило идею ордерной теории организационной культуры Л. Н. Аксеновской о её многокомпонентной, сбалансированной и многоуровневой структуре, доказало практическую значимость использования ордерного подхода для диагностики организационной культуры и трудовой мотивации в единой системе, исследуя указанные вопросы на уровнях лидера, линейного руководителя, исполнителя в высшем учебном заведении. В работе определена структура трудовых мотивов работников, установлена статистическая взаимосвязь между ними и типами (субордерами) организационной культуры в образовательном учреждении высшей школы.

Подход, основанный на установлении взаимосвязи между мотивами к труду и типами / субордерами организационной культуры, может использоваться для разработки и реализации комплекса мотивационных воздействий на профессорско-преподавательский персонал исследуемого вуза в целях его активного вовлечения в процесс трансформации организационной культуры.

Практическая значимость исследования значительно бы возросла, если бы в качестве эмпирического объекта было бы избрано несколько высших учебных заведений (вузовских кластеров) или организаций из других сфер экономики. Полученные результаты приобрели бы большую значимость, если бы на основе метода регрессионного анализа была оценена степень взаимовлияния мотивации и организационной культуры. Указанные ограничения и проблемы могут явиться предметом дальнейших исследований.

Литература

- Агеев, В. С., Базаров, Т. Ю., Скворцов, В. В. (1986). *Методика составления социально-психологической характеристики для аттестации кадров*. М.: Изд-во Моск. ун-та.
- Аксеновская, Л. Н. (2015). *Социальная психология организационной культуры*. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та.
- Аксеновская, Л. Н. (2005). *Ордерная концепция организационной культуры: вопросы методологии*. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та.
- Аксеновская, Л. Н. (2007). *Ордерная модель организационной культуры*. М.: Академический проект; Трикста.
- Анра, Ю., Ямин, М. (2017). Взаимосвязи между организационной культурой, лидерством, мотивацией к достижениям и результативностью университетских преподавателей. *Форсайт*, 11(2), 92-97.
- Барабанщикова, В. В. (2014). Взаимосвязь типа организационной культуры и уровня трудовой мотивации персонала. *Вестник РУДН, серия Психология и педагогика*, 4, 61-69.
- Баркетова, Т. А., Верещагина, Л. С. (2017). К вопросу о содержании организационной культуры современной организации. *Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета*, 5(69), 42-45.
- Верещагина, Л. С., Ольхова, Л. А., Воронин, Э. Е. (2017). Факторы развития механизма управления наукоемкими корпоративными образованиями на основе трудовой мотивации. *Научное обозрение*, 13, 90-92.
- Верещагина, Л. С., Ольхова, Л. А., Кузнецова, Е. А. (2018). Исследование социально-психологического климата в подразделениях образовательной организации. *Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета*, 3(72), 181-184.
- Дафт, Р. Л. (2008). *Менеджмент*. СПб.: Питер.
- Жамалова, А. Р., Маслак, А. А. (2016). Измерение латентной переменной «мотивация к успеху». *Научно-методический электронный журнал «Концепт»*, 11, 1-9.
- Исмаилова, Е. В. (2014). Зависимость трудовой мотивации операторов химического предприятия от репрезентации организационной культуры. *Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия «Психология»*, 1(15), 51-66.
- Камерон, К., Куинн, Р. (2011). *Диагностика и изменение организационной культуры*. СПб.: Питер.
- Капитонов, Э. А., Зинченко, Г. П., Капитонов, А. Э. (2005). *Корпоративная культура: теория и практика*. М.: Альфа-Пресс.
- Кричевский, Р. К., Дубовская, Е. М. (2011). *Психология малой группы*. М: Аспект Пресс.
- Леонтьев, А. Н. (1971). *Потребности, мотивы и эмоции*. М.: Изд-во Моск. ун-та.
- Лутошкин, А. Н. (1988). *Эмоциональные потенциалы коллектива*. М.: Педагогика.
- Львов, В. М., Нагиева, О. В. (2007). Типология организационной культуры в новых изменяющихся социально-экономических условиях. *Журнал практического психолога*, 4, 8-27.
- Никифорова, О. А. (2009). *Проблема мотивации труда в управлении современной организацией: социологический анализ: Дисс. ... канд. социол. наук*. СПб.

- Одегов, Ю. Г., Федченко, А. А., Дашкова, Е. С. (2015). *Мотивация трудовой деятельности*. М.: Альфа-Пресс.
- Реан, А. А. (1999). *Психология изучения личности*. СПб.: Михайлов В. А.
- Розанова, В. А. (1999). *Психология управления. Учебное пособие*. М.: Бизнес-школа «Интел-Синтез».
- Слинкова, О. К. (2006). *Трудовая мотивация и организационная культура: теоретико-методологические и прикладные основы исследования*: Дисс. ... докт. психол. наук. Кемерово.
- Спивак, В. А. (2012). *Корпоративная культура*. СПб.: Питер.
- Фарба, Е. О. (2003). *Социально-психологическое влияние организационной культуры на мотивацию персонала малого предприятия*: Дисс. ... канд. психол. наук. М.
- Фомин, А. В. (2009). *Роль корпоративной культуры в формировании основных принципов мотивации труда в организации*: дисс. ... канд. социол. наук. М.
- Царицынский, В. В. (2003). *Корпоративная культура как фактор мотивации работников предприятий железнодорожного транспорта в условиях реформирования*: Дис. ... канд. социол. наук. Саратов.
- Чанько, А. Д. (2005). Опыт диагностики организационной культуры российских компаний. *Российский журнал менеджента*, 3(4), 29–54.
- Шейн, Э. (2012). *Организационная культура и лидерство: Построение, эволюция, совершенствование*. СПб.: Питер.
- Cameron, K. S., Quinn, R. E. (2006). *Diagnosing and changing organizational culture based on the Competing Value Framework* (Revised ed.). San Francisco, CA: Jossey-Bass A Wiley Imprint.
- Deal, T., Kennedy, A. A. (1982). *Corporate Cultures: The Rites and Rituals of Corporate Life*. Addison Wesley Publishing Company.
- Deci, E. L. (1995). *Why we do what we do?* N.Y: A Grosset / Putnam Book.
- Dennison, D., Nieminen, L., Kotrba, L. (2012). Diagnosing organizational cultures: A conceptual and empirical review of culture effectiveness surveys. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 23(1), 145–161.
- Ehlers, T. (1965). Über persönlichkeitsbedingte Unfallgefährdung. *Archiv für die gesamte Psychologie*, 117, 252–279.

Поступила 21.01.2019



ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY

Organizational culture and work motivation in educational organization

Liudmila VERESCHAGINA

Larisa OLKHOVA

Saratov Socio-Economic Institute branch of Plekhanov Russian University of Economics, Saraytov, Russian Federation

Abstract. In economic and socio-psychological sciences no unified conceptual foundations of study of influence of work motivation system on organizational culture have yet developed, there is no interdependent in the logical sense and integral system of scientific knowledge about the character of management impact of stimulation system on a certain type of organizational culture, providing maximal use and development of employee potential. *Goal:* modeling influence of employee motivation on organizational culture of modern organizations and elaboration of activities on development of organizational culture on this basis (evidence from educational establishments of higher education). *Design.* More than 80 respondents, professors, lecturers took part in the research. The principal instrument used was the method of questionnaires. The methodical inventory consisted of methods L. Aksenovskaya, K. Cameron, R. Quinn, R. Daft, V. Skvortsov, T. Ehlers, A. Rean. *Findings.* The research will allow developing theoretical ideas about the essence and content of organizational culture and work motivation in Russian companies, also about the principles of their diagnostics and modeling. The obtained results can be used by companies performing different types of economic activities, and also can be exercised during the education process.

Keywords: organizational culture, motiv, motivation, staff, order approach, family, church, army suborder, survey, correlation.

References

- Ageyev, V. S., Bazarov, T. Yu., Skvortsov, V. V. (1986). *Metodika sostavleniya sotsial'no-psikhologicheskoy kharakteristiki dlya attestatsii kadrov* [The method of compiling socio-psychological characteristics for the certification of personnel]. M.: Izd-vo Mosk. un-ta.
- Aksenovskaya, L. N. (2005). *Ordernaya kontseptsiya organizatsionnoy kul'tury: voprosy metodologii* [Order concept of organizational culture: issues of methodology]. Saratov: Izd-vo Sarat. un-ta.
- Aksenovskaya, L. N. (2007). *Ordernaya model' organizatsionnoy kul'tury* [Order model of organizational culture]. M.: Akademicheskiiy proyekt; Triksa.
- Aksenovskaya, L. N. (2015). *Sotsial'naya psikhologiya organizatsionnoy kul'tury* [Social psychology of organizational culture]. Saratov: Izd-vo Sa-rat. un-ta.
- Anra, Y., Yamin, M. (2017). *Vzaimosvyazi mezhdu organizatsionnoy kul'turoy, liderstvom, motivatsiyey k dostizheniyam i rezul'tativnost'yu universitetskikh prepodavateley* [The relationship between

- organizational culture, leadership, motivation for achievement and performance of university teachers]. *Forsyth*, 11(2), 92–97.
- Barabanshchikova, V. V. (2014). Vzaimosvyaz' tipa organizatsionnoy kul'tury i urovnya trudovoy motivatsii personala [The relationship of the type of organizational culture and the level of labor motivation of staff]. *Vestnik RUDN, seriya Psikhologiya i pedagogika*, 4, 61–69.
- Barketova, T. A., Vereshchagina, L. S. (2017). K voprosu o soderzhanii organizatsionnoy kul'tury so-vremennoy organizatsii [To the question of the content of organizational culture of cotemporary organization]. *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo sotsialno-ekonomicheskogo universiteta*, 5(69), 42–45.
- Cameron, K. S., Quinn R. E. (2006). *Diagnosing and changing organizational culture: based on the competing values framework. Revised ed.* San-Francisco, CA: Jossey-Bass A Wiley Imprint.
- Cameron, K., Quinn, R. (2011). *Diagnostika i izmeneniye organizatsionnoy kul'tury* [Diagnosing and change of organizational culture]. SPb.: Piter.
- Chanko, A. D. (2005). Opyt diagnostiki organizatsionnoy kul'tury rossiyskikh kompaniy [Experience in diagnosing the organizational culture of Russian companies]. *Rossiyskiy zhurnal menedzhenta*, 3(4), 29–54.
- Daft, R. L. (2008). *Menedzhment* [Management]. SPb.: Piter.
- Deal, T., Kennedy, A. A. (1982). *Corporate Cultures: The Rites and Rituals of Corporate Life*. Addison Wesley Publishing Company.
- Deci, E. L. (1995). *Why we do what we do?* N.Y: A Grosset / Putnam Book.
- Dennison, D., Nieminen, L., Kotrba, L. (2012). Diagnosing organizational cultures: A conceptual and empirical review of culture effectiveness surveys. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 23(1), 145–161.
- Ehlers, T. (1965). Über persönlichkeitsbedingte Unfallgefährdung. *Archiv für die gesamte Psychologie*, 117, 252–279.
- Farba, Ye. O. (2003). *Sotsial'no-psikhologicheskoye vliyaniye organizatsionnoy kul'tury na motivatsiyu personala malogo predpriyatiya* [Socio-psychological impact of organizational culture on the motivation of the staff of a small enterprise]: Diss. ... kand. psikhol. nauk. M.
- Fomin, A. V. (2009). *Rol' korporativnoy kul'tury v formirovaniy osnovnykh printsipov motiva-tsii truda v organizatsii* [The role of corporate culture in the formation of the basic principles of labor motivation in organizations]: diss. ... kand. sotsiol. nauk. M.
- Ismailova, Ye. V. (2014). *Zavisimost' trudovoy motivatsii operatorov khimicheskogo predpriyatiya ot reprezentatsii organizatsionnoy kul'tury* [The dependence of the labor motivation of the operators of a chemical enterprise on the representation of organizational culture]. *Vestnik Samarskoy gumanitarnoy akademii. Seriya «Psikhologiya»*, 1(15), 51–66.
- Kapitonov, E. A., Zinchenko, G. P., Kapitonov, A. E. (2005). *Korporativnaya kul'tura: teoriya i praktika* [Corporate culture: theory and practice]. M.: Alfa-Press.
- Krichevskiy, R. K., Dubovskaya, Ye. M. (2011). *Psikhologiya maloy gruppy* [Psychology of a small group]. M: Aspekt Press.
- Leontyev, A. N. (1971). *Potrebnosti, motivy i emotsii* [Needs, motives and emotions]. M.: Izd-vo Mosk. un-ta.
- Lutoshkin, A. N. (1988). *Emotsional'nyye potentsialy kollektiva* [Emotional potentials of the team]. M.: Pedagogika.
- Lvov, V. M., Nagiyeva, O. V. (2007). Tipologiya organizatsionnoy kul'tury v novykh izmenyayushchikhsya sotsial'no-ekonomicheskikh usloviyakh [Typology of organizational culture in the new changing socio-economic conditions]. *Zhurnal prakticheskogo psikhologa*, 4, 8–27.

- Nikiforova, O. A. (2009). *Problema motivacii truda v upravlenii sovremennoy organisaciy: sociologicheskiy analys* [The problem of motivation to work in management of modern organization: sociological analysis]: Diss. ... kand. sociol. nauk. SPb.
- Odegov, Yu. G., Fedchenko, A. A., Dashkova, Ye. S. (2015). *Motivatsiya trudovoy deyatel'nosti* [Motivation to work]. M.: Alfa-Press.
- Rean, A. A. (1999). *Psikhologiya izucheniya lichnosti* [Psychology of studying personality]. SPb.: Mikhaylov V. A.
- Rozanova, V. A. (1999). *Psikhologiya upravleniya* [Psychology of management]. M.: Biznes-shkola «Intel-Sintez».
- Schein, E. (2012). *Organizatsionnaya kul'tura i liderstvo: Postroyeniye, evolyutsiya, sovershenstvovaniye* [Organizational Culture and Leadership: Construction, Evolution, Improvement]. SPb.: Piter.
- Slinkova, O. K. (2006). *Trudovaya motivatsiya i organizatsionnaya kul'tura: teoretiko-metodologicheskiye i prikladnyye osnovy issledovaniya* [Labor Motivation and Organizational Culture: Theoretical, Methodological and Applied Foundations of the Study]: Diss. ... dokt. psikh. nauk. Kemerovo.
- Spivak, V. A. (2012). *Korporativnaya kul'tura* [Corporate culture]. SPb.: Piter.
- Tsaritsynskiy, V. V. (2003). *Korporativnaya kul'tura kak faktor motivatsii rabotnikov predpri-yatiy zheleznodorozhnogo transporta v usloviyakh reformirovaniya* [Corporate culture as a factor of motivation of employees of railway transport enterprises in the conditions of reforming]: Dis. ... kand. sotsiol. nauk. Saratov.
- Vereshchagina, L. S., Ol'khova, L. A., Kuznetsova, Ye. A. (2018). Issledovaniye sotsial'no-psikhologicheskogo klimata v podrazdeleniyakh obrazovatel'noy organizatsii [The study of the socio-psychological climate in the units of the educational organization]. *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo sotsial'no-ekonomicheskogo universiteta*, 3(72), 181–184.
- Vereshchagina, L. S., Ol'khova, L. A., Voronin, E. Ye. (2017). Faktory razvitiya mekhanizma upravleniya naukoymkimi korporativnymi obrazovaniyami na osnove trudovoy motivatsii [Factors of development of the mechanism of management of high-tech corporate entities based on work motivation]. *Nauchnoye obozreniye*, 13, 90–92.
- Zhamalova, A. R., Maslak, A. A. (2016). Izmereniye latentnoy peremennoy «motivatsiya k uspekhu» [Measuring the latent variable «motivation for success»]. *Nauchno-metodicheskiy elektronnyy zhurnal «Kontsept»*, 11, 1–9.

Received 21.01.2019



Разработка инструментария изучения идентификации работников в организации

СИДОРЕНКОВ Андрей Владимирович

ШИПИТЬКО Олеся Юрьевна

ШТИЛЬНИКОВ Денис Егорович

Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Россия

ШТРОО Владимир Артурович

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия

Аннотация. *Цель.* Целью является разработка и апробация новых опросников организационной и суборганизационной, групповой и микрогрупповой, межличностной и персональной идентификации (идентичности) работников в организации. *Метод.* Проведена экспертиза содержательной валидности четырёх новых опросников социальной (организационной) идентичности. Выборку апробации этих опросников составили 514 работников из разных крупных организаций (государственные вузы, учреждения в сфере управления и выполнения правоприменительных функций, а также коммерческие компании). Обработка результатов осуществлялась с помощью факторного анализа с применением метода главных компонент и вращения Варимакс с нормализацией Кайзера; рассчитывались описательные статистики, коэффициенты альфа Кронбаха и корреляции Пирсона; оценивалось соответствие эмпирического распределения нормальному. *Результаты.* Показано, что в зависимости от компонентов идентичности опросник организационной и суборганизационной идентичности (состоит из двух соответствующих частей) имеет двухфакторную структуру, и включает две субшкалы в каждой части: когнитивную и аффективную идентичность. Опросник групповой и микрогрупповой идентичности (включает два соответствующих раздела), опросник межличностной идентичности и опросник персональной идентичности имеют трёхфакторную структуру, и состоят из трёх субшкал, таких как когнитивная, аффективная и поведенческая идентичность. Опросники в целом обладают валидностью и надёжностью по проанализированным показателям. Однако субшкала поведенческой микрогрупповой идентичности и субшкала поведенческой персональной идентичности имеют внутреннюю консистентность ниже приемлемой. *Ценность результатов* заключается в разработке унифицированных опросников, которые в совокупности позволяют измерять шесть аспектов (уровней) идентичности работников (идентификация с организацией в целом и крупным структурным подразделением, с малой группой / командой и неформальной подгруппой в группе, другими членами группы и самим собой) по двум-трём компонентам в каждом. Одновременное применение этих опросников позволит комплексно исследовать меру и соразмерности проявления разных уровней идентичности (по каждому компоненту), связи между уровнями идентичности (по каждому компоненту), а также связей уровней идентичности (по определённым компонентам) с аттитюдами и поведением работников, психологическими характеристиками и эффективностью групп. *Практические последствия.* Практики получают возможность оценивать меру выраженности всех уровней и компонентов идентичности сотрудников в конкретной организации / группе. На основе этого можно прогнозировать аттитюды и поведение сотрудников, а также избирательно развивать, где это необходимо, у них определённые уровни и компоненты идентичности.

Ключевые слова: опросники; организационная идентичность; суборганизационная идентичность; групповая идентичность; микрогрупповая идентичность; межличностная идентичность; персональная идентичность.

Введение

Исследователи обращают пристальное внимание на идентификацию сотрудников в организации, так как она обуславливает их определённые установки и поступки, которые, в свою очередь, могут быть полезны деятельности, развитию и эффективности организации. Прежде всего, речь идёт об организационной, групповой и межличностной идентификации. Существует немало эмпирических (Климов, 2014; Evans, Davis, 2014; Johnson et al., 2012; Uzun, 2018; Wilkins et al., 2018), обзорных (Липатов, Ловаков, 2010; He, Brown, 2013) и мета-аналитических (Lee et al., 2015; Riketta, 2005) исследований связей идентификации работников с организацией с различными аспектами организационного поведения. Например, мета-анализ данных 114 эмпирических исследований показал, что организационная идентификация сотрудников положительно и значимо коррелирует с их аттитюдами (вовлечённостью в работу, удовлетворённостью работой и эмоциональной приверженностью организации), ролевым и экстра-ролевым поведением (Lee et al., 2015). Специалисты также обращают внимание, но реже, на последствия идентификации индивидов со своей рабочей группой (командой) (Christ et al., 2003; Hakonen, Lipponen, 2007; Van Dick et al., 2004; Van Knippenberg, Van Schie, 2000). В частности, обнаружено, что групповая идентификация более сильно, по сравнению с организационной идентификацией, положительно связана с удовлетворённостью работой, вовлечённостью в работу и трудовой мотивацией и отрицательно связана с намерением уволиться (Van Knippenberg, Van Schie, 2000). Значительно реже изучаются последствия межличностной идентификации, которая рассматривается в связи либо «работник — работник» (Farmer et al., 2015), либо «подчинённый — руководитель» (Huang et al., 2014; Li et al., 2018). Фактически отсутствует изучение идентификации работников с неформальными подгруппами (микрогрупповой идентичности) и персональной идентичности как antecedентов их аттитюдов и поведения в контексте малой группы и организации в целом. В частности, микрогрупповая идентичность сильнее выражена, по сравнению с групповой и межличностной идентичностями (Сидоренков и др., 2014), а значит, может играть более весомую роль в организационной активности работников.

В связи с важностью феномена идентификации работников в организационном контексте актуальным является вопрос о методах его измерения. В настоящее время разработано и используется широкий спектр методических инструментов, имеющих общие и отличительные особенности по концептуальному видению идентификации, объекту идентификации и методическим принципам диагностики (измерения). В этой статье мы обратим внимание только на инструменты, направленные на измерение идентификации с социальным объектом различных уровней агрегирования. Это может быть индивидуальный субъект (сам индивид и другой работник) или коллективный субъект (неформальная подгруппа, малая группа, подразделение и организация). В анализ не включаются методики, предназначенные для изучения идентификации работников с объектами иного порядка, например, карьерой или профессией.

Методики организационной идентификации (идентичности)

В настоящее время существуют вербальные и невербальные, однофакторные и многофакторные, количественные и качественные методики изучения социальной (организационной) идентификации. Вербальные однофакторные методики основаны на понимании организационной идентификации как одномерного конструкта. Среди них наибольшее распространение получила «Шкала организационной идентификации» (Mael, Ashforth, 1992), которая включает шесть пунктов (например: «Когда кто-то критикует мою организацию, это похоже на личное оскорбление», «Когда я говорю об этой организации, я обычно говорю «мы», а не «они»»). Этот опросник используется (в том числе, в переведённых на другие языки версиях) разными исследователями на протяжении многих лет (Callea et al., 2016; Humphrey, 2012; Kaуа et al., 2017; Uzun, 2018). Можно также отметить шкалу организационной идентификации, состоящую из семи пунктов (например: «Я чувствую себя гордым, являясь членом этой компании», «Я ощущаю сильное чувство принадлежности к этой компании») (Abrams et al., 1998), шкалу измерения организационной идентификации из пяти пунктов (например: «Я чувствую сильные связи с организацией», «Я рад быть членом организации», «Я чувствую себя гордым, работая на организацию» (Smidts et al., 2001), опросник организационной идентификации из девяти пунктов («Я чувствую, что подобен другим членам организации», «Я отождествляю себя с этой организацией») (Hogg et al., 2005).

Многофакторные шкалы разработаны в соответствии с видением организационной идентификации как многомерного феномена, включающего в себя некоторые самостоятельные переменные, а потому они состоят из нескольких субшкал. Эти опросники предназначены для изучения различных компонентов идентификации работников с организацией.

Когнитивный («Я идентифицирую себя как члена школы»), *эмоциональный* («Мне нравится работать для моей школы»), *оценочный* («Моя школа положительно оценивается другими») и *поведенческий* («Я работаю на свою школу больше, чем необходимо») компоненты (van Dick et al., 2004). Есть и другой вариант этого опросника (с иными пунктами, например: «Я отождествляю себя со штатом моей школы») для оценки этих же компонентов идентификации (Christ et al., 2003).

Когнитивный («Мое членство в университете очень важно для моего ощущения того, кто я есть») и *эмоциональный* («Я чувствую себя счастливым, будучи студентом в университете») компоненты (Johnson et al., 2012);

Центрированность («Я часто думаю о том, что я — член этой организации»), *ингрупповой аффект* («В целом, я рад быть членом этой организации») и *ингрупповые интересы* («Я имею много общего с другими сотрудниками этой организации») (Cameron, 2004).

Самокатегоризация и самообозначение («Я считаю себя человеком [NHS]»), *разделение организационных целей и ценностей* («Я разделяю цели и ценности [NHS]») и *чувство организационной привязанности и принадлежности* («Я чувствую сильные связи с [NHS]») (Edwards, Рессеi, 2007). Все три субшкалы тесно взаимосвязаны, а потому авторы предлагают общее измерение организационной идентификации.

Самокатегоризация («Я — член этой организации»), *подобие* («Я чувствую, что подобен другим членам этой организации»), *эмоциональная привязанность* («У меня есть ощущение связи с этой организацией») и *поведенческая вовлечённость* («На работе я украшаю своё рабочее пространство картинами, имеющими отношение к этой организации») (Stoner et al., 2011).

Самокатегоризация («Я считаю себя представителем организации»), *валентность идентификации* («Я жалею, что состою в рядах организации»), *эмоциональная привязанность*

(«Успехи организации — это и мои успехи»), *разделение организационных целей и ценностей* («Мне кажется, что мои цели расходятся с целями организации») (Ловаков, 2010).

Можно отметить опросник, который включает субшкалы для измерения трёх аспектов организационной идентификации: *дезидентификацию* («Я стыжусь того, что продолжаю оставаться в этой организации»), *амбивалентную идентификацию* («Я чувствую себя одновременно и гордым, и смущённым, являясь частью этой организации») и *нейтральную идентификацию* («Я довольно нейтрально отношусь к успеху или неудаче этой организации») (Kreiner, Ashforth, 2004)¹. Фактически, эти субшкалы измеряют разные грани отсутствия идентификации. Однако первая субшкала, которая включает пункты с обратной формулировкой, может при трансформации балльных оценок использоваться для измерения собственно идентификации.

Все рассмотренные опросники основаны на порядковой шкале ответа с биполярным принципом упорядочивания степени согласия с утверждением типа шкалы Р. Ликерта (пяти-, шести- или семибалльной). Есть и другие вербальные шкалы или субшкалы, которые вызывают сомнение относительно измерения ими организационной идентификации. Так, по мнению Е. С. Ли и его коллег (Lee et al., 2015), опросник организационной идентификации (*Organizational Identification Questionnaire*) (Cheney, 1983) подобен шкале эмоциональной приверженности (*Affective Commitment Scale*) (Allen, Meyer, 1990) и опроснику организационной приверженности (*Organizational Commitment Questionnaire*) (Mowday et al., 1979), так как по своей операционализации идентификация сильно напоминает приверженность. С точки зрения других авторов, 25 пунктов данного опросника покрывают очень широкий спектр тем, многие из которых (например, вовлечённость, организационное гражданское поведение, гордость, лояльность и желание оставаться работать) отчётливо не связаны с осмыслением Г. Чейни конструкта «организационная идентификация» (Edwards, Pессеi, 2007). Методика, предназначенная для изучения привлекательности воспринятой организационной идентичности (Dukerich et al., 2002), предполагает оценку респондентами ряда признаков, описывающих организацию, но непосредственно не измеряет меру выраженности такой идентичности. В опроснике идентификации (van Dick, Wagner, 2002) субшкалы «самокатегоризация как учителя» (например, «Я отождествляю себя с группой учителей») и «оценочная идентификация» («Я испытываю мало уважения к группе учителей в целом») оценивают, скорее, идентификацию с профессиональной общностью (учителей) школы, нежели идентификацию с организацией (школой).

Невербальные шкалы, которых насчитывается единицы, измеряют когнитивную организационную идентификацию как степень наложения между двумя кругами, один из которых обозначает индивида (или Я-концепция, образ самого себя), а другой — организацию (или образ организации). Так шкала визуальной диаграммы (*Visual Diagram scale*) представляет собой семь пар кругов (Bergami, Bagozzi, 2000), а графическая шкала идентификации (*Graphic Identification scale*) (Shamir, Kark, 2004) — восемь пар кругов с разной степенью их наложения: от отсутствия до полного совпадения между кругами. Эти методики несколько отличаются по оформлению стимульного материала. Основное их ограничение заключается в том, что они состоят, по сути, из одного пункта, что накладывает ограничение на их надёжность и валидность (Edwards, Pессеi, 2007). Авторы одной из этих методик признают, что она не имеет преимуществ по сравнению с вербальными шкалами организационной идентификации, и необходима дальнейшая работа, чтобы обеспечить развитие надёжной методики (Shamir, Kark, 2004).

¹ Согласно модели, положенной в основу создания данного инструмента, есть четвёртое измерение — идентификация, но в указанном исследовании оно оценивалось посредством шкалы организационной идентификации (Mael, Ashforth, 1992).

Обобщая, надо отметить ряд особенностей вербальных шкал. Во-первых, одномерные шкалы не позволяют отобразить разные грани такого сложного феномена, как организационная идентификация. В свою очередь, многомерные методики достаточно разнородны. Одна часть из них основана на сложившемся представлении о структуре социальной идентичности. Так, в определении Г. Тэшфела социальной идентичности представлено два компонента: когнитивный и ценностно-аффективный (Tajfel, 1978). Первый выражает представление человека о своей принадлежности к определённой социальной группе, а второй предполагает переживание факта принадлежности и оценку позитивности членства в группе. Второй компонент со временем разделили на два — аффективный (эмоциональная привязанность к группе) и оценочный (коннотация ценности, присваиваемой группе изнутри и/или извне). В дополнение к этим трём переменным, выделенным в подходе социальной идентичности, был добавлен поведенческий компонент (van Dick, Wagner, 2002). Он был заимствован из исследований в области этнической идентичности (Phinney, 1991), и относится к готовности человека поддержать социальную группу и вести себя тем способом, который её поддерживает. Помимо этого выделен компонент «общая судьба» (Jackson, 2002), который может быть отнесён к поведенческой идентификации (van Dick, Wagner, 2002). Однако не все исследователи разделяют точку зрения о четырёхкомпонентной структуре социальной идентичности. Например, указывают, что поведенческая переменная более характерна для приверженности организации (в разных формах поведенческой включённости в организацию и/или намерения действовать от имени организации), нежели организационной идентификации (Edwards, Preece, 2007). Приписывание этой переменной к организационной идентификации усиливает путаницу в различении конструкторов «организационная приверженность» и «организационная идентификация».

Другая часть многомерных шкал основана на несколько ином видении переменных организационной идентификации. Но это — на первый взгляд, относительно некоторых компонентов. Так, самокатегоризация и центрированность — это, фактически, когнитивные переменные идентификации, ингрупповой аффект, чувство организационной привязанности и эмоциональная привязанность — аффективный компонент, а поведенческая вовлечённость, соответственно, — поведенческий компонент. Разделение организационных целей и ценностей является, скорее, не компонентом, а одним из источников организационной идентификации. Чем сильнее индивид ощущает, что он разделяет воспринятые им организационные цели и ценности, тем сильнее он отождествляет себя с организацией. Валентность идентификации и дезидентификация сходны по своему содержанию (по крайней мере, в части пунктов соответствующих опросников) и являются не столько компонентами, сколько определёнными аспектами отсутствия позитивной идентификации.

Во-вторых, возникают вопросы относительно валидности и формулировок пунктов опросников. Так, некоторые пункты определённых шкал или субшкал, как можно предположить, не обладают содержательной валидностью, например, «Я очень интересуюсь тем, что другие думают о моей организации» (Mael, Ashforth, 1992), «Моя школа положительно оценивается другими» (van Dick et al., 2004), «Я чувствую себя преданным этой организации», «Я чувствую себя не очень комфортно в штате сотрудников» (Christ et al., 2003), «Я нахожу трудным налаживать связи с другими людьми в этой организации» (Cameron, 2004). Такие пункты измеряют не организационную идентификацию, а нечто иное: или интерес к общественному мнению, или приверженность, или адаптацию. В некоторых методиках формулировки пунктов фокусируются не столько на организации, сколько на совокупности всех сотрудников организации (например: «Я отождествляю себя со штатом моей школы», «Я чувствую себя не очень комфортно в штате сотрудников») (Christ et al., 2003) или части

сотрудников, что напоминает межличностную идентификацию («Я имею много общего с другими сотрудниками этой организации», «Я чувствую сильные связи с другими людьми в этой организации») (Cameron, 2004), «Я чувствую, что я подобен другим членам организации», «Мне нравятся другие члены организации» (Hogg et al., 2005). Также попадают пункты, которые измеряют не столько поведенческую идентификацию, сколько экстра-ролевое поведение, например: «Я работаю на свою школу больше того, чем абсолютно необходимо» (van Dick et al., 2004). Кроме того, внутри одной шкалы или субшкалы представлены очень похожие по формулировке пункты: «Я чувствую себя счастливым, будучи студентом в университете» и «Чувствую себя хорошо, являясь студентом в университете» (Johnson et al., 2012), «Я — член этой организации», «Я считаю себя членом этой организации», «Если бы спросили, принадлежу ли я этой организации, я сказал бы «Да» и «Я не считаю себя членом этой организации» (обратная формулировка) (Stoner et al., 2011), «Я считаю себя представителем организации» и «Я не чувствую себя частью организации» (обратная формулировка) (Ловаков, 2010). Нетрудно предположить, что такие «родственные» по формулировкам пункты обеспечат высокую внутреннюю консистентность одномерной шкалы или субшкалы в многофакторном опроснике.

В-третьих, есть вербальные и невербальные шкалы, которые по замыслу их разработчиков могут оценивать идентификацию работников не только с организацией, но и со своей малой рабочей группой (Christ et al., 2003; Shamir, Kark, 2004; Stoner et al., 2011; van Dick et al., 2004), а в некоторых из них — ещё с карьерой и профессиональной общностью. В пунктах таких опросников указаны соответствующие объекты (фокусы) идентификации (например, «Я — член этой [организации / группы]» или «Мне нравится работать ради моей карьеры / команды / школы / профессиональной группы»). Такая унификация пунктов с направленностью на разные объекты создает хорошую почву для корректного сравнения между собой результатов разных аспектов идентификации, прежде всего организационной и групповой идентификации.

Методики групповой идентификации (идентичности)

Методики измерения групповой идентичности

В силу того обстоятельства, что групповая идентификация изучается реже, чем организационная идентификация, то и соответствующих методик насчитывается заметно меньше. Как в случае с методиками организационной идентификации, инструментарий для оценки групповой идентификации имеет общие и отличительные особенности. А именно: есть вербальные и невербальные, одномерные и многомерные, оригинальные (предназначенные для изучения только групповой идентификации) и многофункциональные (применяющиеся для измерения разных видов идентификации в зависимости от их фокуса).

К вербальным одномерным шкалам относится шкала идентификации с рабочей группой (*Work group identification scale*) из пяти пунктов (например: «Для меня важно, чтобы другие думали хорошо о моей рабочей группе») (Riordan, Weatherly, 1999), модифицированная версия шкалы организационной идентификации Ф. Мэйла и Б. Эшфорта (за исключением одного пункта), в которой слово «организация» заменено термином «команда» (например: «Когда я говорю об этой команде, я обычно говорю «мы», а не «они»») (Naanen, Lippinen, 2007; 2008). Многомерные оригинальные шкалы включают несколько субшкал для измерения нескольких переменных групповой идентификации.

Грани идентификации: осознание групповой принадлежности («Я — человек, который отождествляет себя с группой»), оценка («Я — человек, который считает группу важной»)

и аффект («Я — человек, который чувствует сильные связи с группой») (Brown et al., 1986). Шкала состоит из 10 пунктов, пять из которых с прямой и пять — с обратной формулировкой.

Аспекты идентификации: когнитивный («Я идентифицирую себя с этой группой»), эмоциональный («Я рад принадлежать к этой группе») и соответствие между групповыми и личными интересами («Я чувствую себя неловко с членами этой группы») (Hinkle et al., 1989). Эта шкала групповой идентификации разработана на основе шкалы, созданной Р. Брауном с коллегами (Brown et al., 1986) с добавлением трёх оригинальных пунктов.

Источники идентификации: когнитивный (иначе, социальная категоризация) («Я думаю об этой группе как о части того, кто я есть»), аффективный (привлекательность) («Я предпочёл бы быть в другой группе») и поведенческий (взаимозависимость) («В этой группе члены не сотрудничают, чтобы выполнить групповые задачи») (Henry et al., 1999).

Компоненты идентичности: когнитивный («Я не ощущаю себя частью целого»), аффективный («Меня не волнуют общие успехи или неудачи») и поведенческий («Часто я поступаю по-своему, и не прислушиваюсь к общему мнению»). Все пункты имеют обратную формулировку (Сидоренков, 2012б; Sidorenkov, Pavlenko, 2015).

Компоненты идентификации: самостереотипизация («У меня много общего со средне-статистическим [представитель ингруппы]»), ингрупповая гомогенность («У [представителей ингруппы] много общего между собой»), удовлетворённость («Я рад, что являюсь частью [ингруппы]»), сплочённость («Я чувствую свою связь с [ингруппой]»), выраженность («Я часто думаю о том, что я [представитель ингруппы]») (Агадуллина, Ловаков, 2013). Этот опросник разработан на основе многокомпонентной модели ингрупповой идентификации К. Лич с коллегами (Leach et al., 2008).

Существуют и многопрофильные шкалы, которые позволяют изучать идентификацию не только с группой, но и организацией (Christ et al., 2003; Shamir, Kark, 2004; Stoner et al., 2011; van Dick et al., 2004), на что обращалось внимание выше.

Вместе с тем, есть методики, неоднозначные с точки зрения того, что они измеряют. Например, однофакторная методика групповой идентификации включает четыре пункта для оценки внутригрупповой идентификации («Я рад быть студентом психологии», «Я чувствую сильные связи со студентами психологии» и др.) (Spears et al., 1997). Её пункты оценивают либо социальную идентичность (по социальному признаку «студенты»), либо межличностную идентификацию в широком организационном контексте, но никак не идентификацию с малой группой.

Помимо количественных методов иногда встречаются качественные. Можно сослаться на тест двадцати утверждений М. Куна и Т. Макпартленда (Yamada, 1989), который используется в адаптированной версии (Bettencourt, Hume, 1999). В оригинальной версии теста слова «Я...» предшествуют двадцати чистым местам для ответа. Испытуемому дается инструкция, что ему надо написать слова и фразы, которые описывают его групповую идентичность.

Резюмируя изложение опросников групповой идентификации, можно отметить следующее. Во-первых, возникает вопрос о содержательной валидности пунктов некоторых опросников. Так, два пункта субшкалы «оценка» с обратной формулировкой («Я — человек, который оправдывается за принадлежность к группе» и «Я — человек, который пытается скрыть принадлежность к группе») в шкале групповой идентификации Р. Брауна с соавторами (Brown et al., 1986) должны быть отнесены, скорее, к субшкале «осознания групповой принадлежности», а один пункт субшкалы «аффект» («Я М. Куна и Т. Макпартленда человек, который чувствует сильные связи с группой») больше измеряет когнитивную составляющую идентификации. Пункты в шкале идентификации с рабочей группой, разработанной К. М. Риордан и Е. В. Уитерли (Riordan, Weatherly, 1999), не соответствуют в полной мере опре-

делению конструкта «идентификация с рабочей группой» (Henry et al., 1999). Пункты шкалы групповой идентификации С. Хинкли с коллегами (Hinkle et al., 1989) недостаточно хорошо соотносятся с субшкалами, к которым они отнесены (Henry et al., 1999). Встречаются пункты, в которых используется слова, синонимичные слову «идентификация» (например, «Я — человек, который отождествляет себя с группой» (Brown et al., 1986)), что, с одной стороны, явно указывает на предмет измерения, а, с другой, — может вызвать затруднение у ряда испытуемых в понимании значения этого термина.

Во-вторых, некоторые шкалы (субшкалы) включают пункты одновременно как с прямой, так и обратной формулировкой (Brown et al., 1986; Henry et al., 1999; Hinkle et al., 1989), что вызывает определённую проблему, отмеченную в анализе опросников организационной идентификации².

В-третьих, неоднозначна модель ингрупповой идентификации К. Лича с коллегами (Leach et al., 2008), на основе которой разработана соответствующая методика. Так, ингрупповая гомогенность — это эффект внутригруппового восприятия. Как известно, у членов группы, особенно в условиях межгрупповых отношений, эффект аутгрупповой гомогенности (Judd, Park, 1988) возникает чаще, нежели ингрупповой гомогенности. Последняя проявляется в определённых случаях, например, когда ингруппа значительно меньше по численности аутгруппы или обладает более низким статусом. Сплочённость же — это самостоятельный феномен, который отличается от идентификации (Riordan, Weatherly, 1999), а потому не может быть её компонентом. Как разные явления, они могут находиться в определённой причинно-следственной связи. В частности, согласно теории социальной идентичности, сплочённость группы зависит от социальной (групповой) идентичности её членов (Tajfel, 1978).

Методики измерения микрогрупповой идентичности

Очень редко встречаются исследования, в которых рассматривается идентификация работников с неформальными подгруппами в группе. Причём подгруппа понимается как формальное подразделение в организации или иная организация, например, субподрядчик (Lipponen et al., 2003). Однако идентификация с неформальной подгруппой совершенно иное явление, чем идентификация с формальной организационной единицей. Можно сослаться только на одну методику, предназначенную для измерения одновременно групповой и микрогрупповой идентичности, о которой уже упоминалось (Сидоренков, 2012б; Sidorenkov, Pavlenko, 2015). Она состоит из общего перечня пунктов и двух частей, одна из которых позволяет оценить групповую, а другая — микрогрупповую идентичность (то есть идентификацию с неформальной подгруппой).

Методики измерения межличностной идентификации (идентичности)

Такой методический инструментарий также незначительно представлен в литературе. Можно сослаться на модифицированную версию (Farmer et al., 2015) ранее упомянутой графической шкалы идентификации (Shamir, Kark, 2004), а также на методику изучения межличностной идентичности в группе. Последняя включает три субшкалы для оценки, соответственно, когнитивной («У других я не вижу таких качеств, которые хотел бы иметь»), аффективной («Я не переживаю, когда мое мнение расходится с мнением других») и поведенческой («Я стараюсь делать так, как считаю нужным, и не подстраиваюсь под чье-то мнение») идентичности (Сидоренков, 2012б; Sidorenkov, Pavlenko, 2015). Она позволяет

2 Обычно включение пунктов с «обратным» вариантом формулировок и ответов используется для увеличения размаха оценок по шкале ответов на пункты методики, а также для исправления (недопущения) асимметрии ответов в сторону полного согласия с «прямыми» утверждениями опросника. *Прим. ред.*

изучать межличностную идентичность и в группе в целом, и внутри неформальных подгрупп. Особенность указанных опросников заключается в том, что посредством них оценивается идентификация работников с некоторыми другим членами, без уточнения конкретно с какими. Встречаются шкалы, предназначенные для изучения идентификации работников с лидером (Huang et al., 2014; Kark et al., 2003; Li et al., 2018; Wang, Howell, 2012). Такую идентификацию можно рассматривать как частный аспект межличностной идентификации в группе.

Методики измерения персональной идентичности

Уровень или позитивность персональной идентичности индивидов оценивается преимущественно посредством измерения какой-либо глобальной самооценки, оценочного аттитюда по отношению к себе или самооценки, характерной для конкретных областей или способностей (Luhtanen, Crocker, 1992). Здесь можно отметить, например, шкалу самооценки, измеряющую общую установку по отношению к себе (Rosenberg, 1965); шкалу «Я-концепции» Теннесси, которая направлена на изучение самооценки в физической, моральной, личной, семейной и социальной областях (Fitts, 1964); опросник самооценки, являющийся многомерной шкалой, покрывающей такие области, как школа и семья (Coopersmith, 1967), субшкалу персональной самооценки, измеряющей самооценку как учителя в изучении идентификации учителей в школе (van Dick, Wagner, 2002). Так, последний инструмент состоит из пяти пунктов, например, «Я имею всё, чтобы быть хорошим учителем», «Как учитель я ощущаю себя неудачником». Обращая внимание на эти инструменты, надо отметить, что было бы необоснованно ставить знак равенства между самооценкой и персональной идентичностью индивида. Отсюда вытекает необходимость в более тщательном разведении этих конструктов и более фокусированной на собственно персональной идентичности разработке соответствующих методик. В редких случаях применяют качественные методы, например, указанный выше тест двадцати утверждений в адаптированной версии (Bettencourt, Hume, 1999). Испытуемому надо написать 20 слов и/или фраз к местоимению «Я», которые описывают его персональную идентичность.

Подводя итог, отметим следующее. Существует необходимость разработать вербальные шкалы для измерения идентичности работников относительно организации в целом, вторичного структурного подразделения (например, управления, факультета), первичного подразделения (отдела, кафедры), неформальной подгруппы в группе, другого(-их) работника(-ов) и себя. Эти опросники должны быть: а) созданы на единой концептуальной и методической платформе; б) максимально унифицированы (насколько это возможно) по содержанию и количеству пунктов. Это позволит в дальнейшем более обоснованно, с методической точки зрения, проводить комплексные исследования по изучению разных уровней и компонентов идентичности работников, в том числе изучать соразмерности и связи между ними.

Цель исследования — разработать на единой концептуальной и методической платформе опросники, предназначенные для измерения шести уровней и трёх компонентов идентичности работников в организации.

Концептуальная модель идентичности работника и организации

Идентичность — это состояние, а идентификация — процесс. Следовательно, измерить в одном срезе процесс (то есть идентификацию) посредством шкалы невозможно. Под идентичностью в данной статье понимается «некоторый этап идентификации, предполагающий ощущение и переживание индивидом аутентичности или принадлежности к другому

(индивиду, подгруппе, группе), более или менее устойчивое воспроизведение актуальных собственных особенностей или характеристик другого» [Сидоренков, 2012а]. В дальнейшем оба понятия могут использоваться как эквивалентные.

Предлагаемая модель идентичности работника в организации представляет собой расширенную модель идентичности в малой группе [Сидоренков, Тришкина, 2010; Сидоренков, Дорофеев, 2016]. Она состоит из двух измерений: уровни идентичности и компоненты идентичности. К *уровням идентичности*, в зависимости от её объекта (индивидуального или коллективного субъекта) относятся: *организационная идентичность* (имеет два подуровня — идентификация с организацией и вторичным структурным подразделением), *групповая идентичность* (идентификация с первичным структурным подразделением), *микрогрупповая идентичность* (идентификация с неформальной подгруппой в группе), *межличностная идентичность* и *персональная идентичность*.

Каждый из уровней включает три компонента: когнитивный, аффективный и поведенческий. Когнитивный компонент — ощущение индивидом своей сопричастности значимому субъекту (индивидуальному или коллективному) и интегративной связи с ним, восприятие себя или другого в соответствии с его(её) актуальными характеристиками; аффективный — переживание индивидом связи с собой или с другим и оценка позитивности этой связи, переживание своего соответствия себе или другому и событий, происходящих с ним; поведенческий — относительно устойчивое воспроизведение индивидом в своих действиях и поступках значимых собственных особенностей или характеристик другого, а также поведение в соответствии со своими или его (её) ожиданиями (Сидоренков, 2010).

Метод и процедура исследования

Методические принципы построения опросников

Для изучения различных уровней и компонентов организационной идентичности были разработаны четыре методики: опросник организационной и суборганизационной идентичности³, опросник групповой и микрогрупповой идентичности, опросник межличностной идентичности и опросник персональной идентичности. По первоначальному замыслу каждый из опросников включал три субшкалы для измерения трёх компонентов (когнитивного, аффективного и поведенческого) соответствующей идентичности — организационной, групповой и так далее. Стимульный материал опросников с самого начала включал 15 пунктов (по пять в каждой субшкале), за исключением опросника межличностной идентичности, который состоял из 12 пунктов (по четыре в каждой субшкале). Количество пунктов было намеренно сделано избыточным в расчёте, что оно сократится в процессе оценки опросников. Все пункты имели прямую формулировку и при создании опросников групповой, микрогрупповой и межличностной идентичности использовались некоторые пункты с обратной формулировкой из ранее созданных методик (Сидоренков, 2012б).

Два из четырёх опросников состоят из двух частей. Опросник организационной и суборганизационной идентичности имеет такие части, как «Организация [«Компания», «Предприятие», «Университет» или др.] для оценки организационной идентичности и «Управление» [«Департамент», «Служба», «Факультет» или др.] для изучения суборганизационной идентичности. Опросник групповой и микрогрупповой идентичности включает разделы со следующим наименованием: «Группа в целом» (для измерения групповой иден-

³ Организационная идентичность основана на идентификации с организацией в целом (например, компанией, предприятием), а суборганизационная идентичность — с определённым крупным структурным подразделением (управлением, факультетом) в организации.

тичности) и «Общность тех, с кем поддерживаю дружеские отношения» (для оценки микрогрупповой идентичности). Для обеих частей каждого из этих опросников составлен единый перечень пунктов, что позволило добиться высокой унификации (по количеству и содержанию пунктов) инструментария как для оценки организационной и суборганизационной, так и групповой и микрогрупповой идентичности. В пунктах в квадратных скобках указаны понятия, которые могут быть заменены на другие в зависимости от принятых в организации наименований (например, вместо слова «организация» — «компания» или «университет», а вместо понятия «подразделение» — «управление» или «факультет»).

Все опросники разработаны на основе порядковой шкалы. Оценка испытуемым выраженности признака, отображенного в пункте, осуществляется на основе шестибалльной шкалы (от «1» — «Полностью не согласен» до «6» — «Полностью согласен»). Специально выбрана чётная n -балльная шкала, чтобы лишить возможности потенциальных участников исследования выбирать медианное числовое значение (например, в 7-балльной шкале — это «4», означающее «нечто среднее»), когда они имеют намерение уклониться от выражения своего мнения по пунктам опросников.

Участники исследования

Были опрошены научно-педагогические работники четырёх российских вузов (171 человек), сотрудники пяти коммерческих компаний (111), одного государственного учреждения в сфере управления (45) и одного учреждения по выполнению правоприменительных функций (187). Таким образом, общее количество респондентов составило 514 человек, среди которых 43.4% мужчин и 56.6% женщин. Возраст участников варьировался от 19 до 75 лет ($M = 38.57$, $SD = 10.47$), а их стаж работы в организации и отделе (на кафедре), соответственно, от 0.2 до 44 лет ($M = 8.82$, $SD = 7.63$) и от 0.2 до 40 лет ($M = 7.08$, $SD = 6.61$).

Отсев опросных бланков

Для обеспечения более высокой достоверности результатов из пула заполненных бланков были исключены те, которые вызвали подозрение относительно явного искажения респондентами ответов. А именно: были отсеяны бланки, в которых даны однотипные ответы, то есть были отмечены, например, только «четвёрки» по всем пунктам опросника. В результате такого отбора было оставлено для дальнейшего анализа от 468 до 500 заполненных бланков разных опросников. Кроме того, анализ второй части опросника организационной и суборганизационной идентичности (то есть части суборганизационной идентичности) осуществлялся по данным 296 респондентов, так как в исследовании сотрудников силовой структуры с правоприменительными функциями эта часть опросника по определённым причинам отсутствовала.

Оценка содержательной валидности опросников

Для оценки данного вида валидности каждого опросника были привлечены три психолога (профессор, доктор психологических наук, и два доцента, кандидата психологических наук), специализирующиеся в области социальной психологии. На основе предоставленной им спецификации (краткое описание уровней и компонентов идентичности с их операциональными признаками, методические принципы построения опросников и перечень пунктов) эксперты оценивали соответствие пунктов (утверждений) каждого опросника определённому компоненту соответствующего уровня идентичности. Оценка производилась по пятибалльной шкале (от «1» — «Полностью не соответствует» до «5» — «Полностью соответствует»). Далее по каждому пункту рассчитывалось среднее значение по оценкам трёх экспертов.

Статистическая обработка данных

Производился факторный анализ с применением метода главных компонент и вращения Варимакс с нормализацией Кайзера. Адекватность факторной модели проверялась по двум критериям: выборочной адекватности Кайзера—Мейера—Олкина (КМО) и критерию сферичности Бартлетта. Так как опросник организационной и суборганизационной идентичности и опросник групповой и микрогрупповой идентичности состоят из двух частей, то факторный анализ по каждому из опросников проводился дважды: отдельно по оценкам (выбранным баллам) респондентов в двух частях. Соответственно, результаты в таблицах 1 и 3 представлены по каждой части в отдельности, а именно: а) в табл. 1 числовые значения перед скобками относятся к организационной идентичности, а в скобках — к суборганизационной идентичности; б) в табл. 3 перед скобками указаны значения, относящиеся к групповой идентичности, а в скобках — к микрогрупповой идентичности.

Делался расчёт описательных статистик (среднего значения и стандартного отклонения) и коэффициента α Кронбаха, проводился корреляционный анализ с использованием коэффициента r Пирсона, оценивалось эмпирическое распределение по критерию Колмогорова — Смирнова.

Результаты

Опросник организационной и суборганизационной идентичности

Показатели содержательной валидности пунктов варьировали от 4.0 до 5.0 (табл. 1), что свидетельствуют об их валидности. В факторном анализе выделено два фактора как организационной, так и суборганизационной идентичности. Факторная модель по критерию сферичности Бартлетта (многомерная нормальность распределения переменных) является адекватной, и отвечает требованиям критерия выборочной адекватности КМО.

Таблица 1. Показатели содержательной валидности и факторного анализа «Опросника организационной и суборганизационной идентичности»

№	Компоненты и пункты опросника идентичности	СВ*	ФН*(F1)	ФН*(F2)
Когнитивный компонент				
1	Я ощущаю себя частью целого ([подразделения] / [организации])	5.0	.812** (.831)	.218 (.226)
2	Меня вполне устраивают правила поведения и отношений (в [подразделении] / [организации])	4.7	.783 (.792)	.254 (.281)
3	Я воспринимаю общие успехи или неудачи ([подразделения] / [организации]) как свои личные	5.0	.738 (.771)	.258 (.285)
Аффективный компонент				
4	Мне не безразлично, что происходит (в [подразделении] / [организации])	5.0	.296 (.336)	.753 (.721)
5	Как правило, мне приятно осознавать, что я работаю (в [подразделении] / [организации])	5.0	.188 (.220)	.870 (.826)
6	Я бы с сожалением покидал(а) коллектив ([подразделения] / [организации]), если бы пришлось перейти работать в другое место (Мне приятно осознавать, что у меня есть что-то общее с большинством других (в [подразделении] / [организации]))***	4.0	.277 (.246)	.755 (.810)
Начальные собственные значения			.88** (3.35)	3.20 (.85)
Критерий КМО			.83 (.83)**	
Критерий Бартлетта			$p < .001 (.001)**$	

Примечание: *СВ — содержательная валидность (среднее значение), ФН — факторная нагрузка, F — фактор; ** — перед скобкой указаны факторные веса, собственные значения и критерии в части организационной идентичности, а в скобках — суборганизационной идентичности; *** — в скобках приведено утверждение, которое вошло в факторную модель суборганизационной идентичности, тогда как остальные пункты включены в модели и организационной, и суборганизационной идентичности.

Фактор с наибольшим собственным значением, второй фактор (аффективный компонент), объясняет 53.44% (организационная идентичность) и 55.88% (суборганизационная идентичность) совокупной дисперсии, а первый фактор (когнитивный компонент) объясняет 14.70% и 14.15% совокупной дисперсии, соответственно, организационной и суборганизационной идентичности⁴. Фактор поведенческого компонента не выявлен. В соответствии с полученными факторными моделями каждая из двух субшкал включает по три пункта. Они являются одинаковыми для двух уровней идентичности (за исключением пункта № 6) и вошли в факторы в соответствии с тем, как предполагалось на стадии разработки опросника.

Коэффициенты α Кронбаха (табл. 2), рассчитанные для каждой субшкалы (пунктов, вошедших в соответствующий фактор) опросника в двух его частях, свидетельствуют об их внутренней консистентности. Расчёт статистик критерия Колмогорова — Смирнова показал, что эмпирическое распределение по каждой субшкале близко к нормальному (Табл. 2). Значения коэффициентов корреляции Пирсона между субшкалами когнитивной и аффективной идентичности были равны .56 и .58 ($p < .01$), соответственно, для организационной и суборганизационной идентичности. Эта умеренно выраженная положительная связь между субшкалами обусловлена тем, что они измеряют разные аспекты, но одного и того же уровня идентичности. Окончательный вариант опросника и статистические интервалы (рассчитанные на основе среднего и стандартного отклонения) для оценки тестовых показателей в диагностических целях представлены в Приложениях 1 и 2, соответственно.

Таблица 2. Описательные статистики, значения α Кронбаха и критерия Колмогорова — Смирнова для субшкал опросников

Субшкалы	Описательные статистики		α Кронбаха	Статистика Z Колмогорова — Смирнова
	<i>M</i>	<i>SD</i>		
Опросник организационной и суборганизационной идентичности				
О-К / СО-К	12.29 / 12.31	3.33 / 3.44	.75 / .79	2.14** / 1.64*
О-А / СО-А	13.36 / 13.08	3.43 / 3.29	.78 / .77	2.48** / 1.95*
Опросник групповой и микрогрупповой идентичности				
Г-К / МГ-К	12.87 / 13.77	3.21 / 3.08	.75 / .74	2.22** / 2.96**
Г-А / МГ-А	13.73 / 14.19	3.42 / 3.32	.81 / .79	2.76** / 3.06**
Г-П / МГ-П	7.13 / 7.47	2.54 / 2.57	.68 / .61	2.01* / 2.25**
Опросник межличностной идентичности				
М-К	12.40	3.24	.78	1.86*
М-А	11.23	3.59	.79	1.89*
М-П	6.43	2.95	.77	2.11**
Опросник персональной идентичности				
П-К	8.62	3.62	.83	1.99*
П-А	9.15	3.48	.71	2.14**
П-П	6.72	2.54	.59	2.40**

Примечание: 1. Условные обозначения: О-К / СО-К и О-А / СО-С — организационная / суборганизационная, соответственно, когнитивная (К) и аффективная (А) идентичность; Г-К / МГ-К, Г-А / МГ-А и Г-П / МГ-П — групповая / микрогрупповая, соответственно, когнитивная (К), аффективная (А) и поведенческая (П) идентичность; М-К, М-А и М-П — межличностная, соответственно, когнитивная (К), аффективная (А) и поведенческая (П) идентичность, П-К, П-А и П-П — персональная, соответственно, когнитивная (К), аффективная (А) и поведенческая (П) идентичность. 2. Перед косой линией указаны значения α Кронбаха в части организационной идентичности, а за линией — суборганизационной идентичности. 3. ** $p < 0.01$, * $p < 0.05$.

Опросник групповой и микрогрупповой идентичности

Средние значения экспертных оценок пунктов, варьирувавшихся от 4.0 до 5.0 (табл. 3), позволяют утверждать об их содержательной валидности. В результате факторного анализа

⁴ В этой и последующих таблицах последовательность представления факторов сделана не с точки зрения значимости факторов, а в соответствии с последовательностью компонентов — когнитивный, аффективный и поведенческий.

были выделены три фактора одновременно групповой и микрогрупповой идентичности (Табл. 3). Обе модели являются адекватными по критерию Бартлетта, и отвечают требованиям критерия Кайзера — Мейера — Олкина (Табл. 3). Первый, самый значимый фактор (когнитивный компонент), объясняющий 45.88% (групповая идентичность) и 45.58% (микрогрупповая идентичность) совокупной дисперсии, даёт основание включить в соответствующую субшкалу три пункта. Второй фактор (аффективный компонент), имеющий 15.80% и 16.14% объяснённой дисперсии, позволяет рассматривать соответствующую субшкалу как состоящую также из трёх пунктов. Третий, более низкий по значимости фактор (поведенческий компонент), имеет 10.23% и 10.03% совокупной объяснённой дисперсии, и соответствующая субшкала в окончательной варианте состоит из двух пунктов. В каждую субшкалу (соответствующую определённому фактору) вошли пункты, которые были для них созданы. Семь пунктов из восьми являются одинаковыми для групповой и микрогрупповой идентичности. Окончательная форма опросника и статистические интервалы представлены, соответственно, в Приложении 1 и 2.

Таблица 3. Показатели содержательной валидности и факторного анализа Опросника групповой и микрогрупповой идентичности

№	Компоненты и пункты опросника идентичности	СВ	ФН (F1)	ФН (F2)	ФН (F3)
<i>Когнитивный компонент</i>					
1	Я ощущаю себя частью целого	4.0	.803** (.858)	.242 (.129)	.013 (–.014)
2	Меня вполне устраивают правила поведения и отношения	4.7	.757 (.683)	.273 (.419)	.110 (.100)
3	Я воспринимаю общие успехи или неудачи как свои личные	5.0	.719 (.699)	.261 (.192)	.274 (.293)
<i>Аффективный компонент</i>					
4	Мне не безразлично, что происходит в коллективе (Мне приятно осознавать, что у меня есть что-то общее с большинством других)*	5.0	.313 (.514)	.759 (.583)	.047 (.271)
5	Как правило, мне приятно находиться в коллективе	5.0	.318 (.417)	.804 (.755)	.086 (.020)
6	Я бы с сожалением покидал коллектив, если бы пришлось перейти работать в другое место	5.0	.197 (.156)	.824 (.892)	.155 (.056)
<i>Поведенческий компонент</i>					
7	Чаще я поступаю в соответствии с общим, нежели собственным мнением	4.0	.120 (.055)	.314 (.283)	.799 (.804)
8	Я стараюсь «быть как все»	4.0	.123 (.178)	–.056 (–.139)	.887 (.842)
	Начальные собственные значения		1.26 (3.64)	3.67 (1.29)	.82 (.80)
	Критерий КМО			.84 (.83)	
	Критерий Бартлетта			$p < .001$ (.001)	

Примечание: 1. * — в скобках приведено утверждение, которое вошло в факторную модель микрогрупповой идентичности, тогда как остальные пункты включены одновременно в модели групповой и микрогрупповой идентичности. 2. ** — перед скобкой указаны факторные веса, собственные значения и критерии в части групповой идентичности, а в скобках — микрогрупповой идентичности.

Значения α Кронбаха субшкал когнитивной и аффективной групповой / микрогрупповой идентичности выше 0.7, а субшкалы поведенческой групповой идентичности $\alpha = .68$ и микрогрупповой идентичности $\alpha = .61$. В последнем случае возникает спорный вопрос о приемлемой надёжности-согласованности субшкалы соответствующего уровня и компонента идентичности. Эмпирическое распределение (по критерию Колмогорова — Смирнова) по всем субшкалам приближается к нормальному (Табл. 2). Корреляционный анализ выявил положительные связи между субшкалами: а) групповой / микрогрупповой идентичности = .61 / .65 ($p < .01$) между когнитивным и аффективным компонентами, .32 / .30 ($p < .01$) — между когнитивным и поведенческим компонентами, и .28 / .24 ($p < .01$) — между аффективным и поведенческим компонентами. В целом, можно утверждать о дискриминантной валидности опросника по каждой из двух его частей.

Опросник межличностной идентичности

Показатели содержательной валидности пунктов опросника варьировались от 4,7 до 5,0 (Табл. 4), что показывает их соответствующую валидность. Обнаружена трёхфакторная модель межличностной идентичности (Табл. 4), которая является адекватной по критериям Бартлетта и Кайзера — Мейера — Олкина. Наиболее значимый, первый фактор (когнитивный компонент), имеет 46.23% объяснённой дисперсии, второй (аффективный компонент) — 15.51%, а третий, наименее значимый, — 11.45%. В соответствии с полученным результатом, субшкалы когнитивной и аффективной идентичности включают по три пункта, а субшкала поведенческой идентичности — два пункта. Все пункты вошли в те субшкалы, к которым они были отнесены на этапе разработки опросника.

Коэффициенты α Кронбаха (Табл. 2) каждой субшкалы, превышающие 0.7, позволяют утверждать об их внутренней консистентности. Эмпирическое распределение по каждой субшкале соответствует нормальному (Табл. 2). Значения коэффициентов корреляции между субшкалами были равны .48 ($p < .01$) между когнитивной и аффективной идентичностями, .35 ($p < .01$) — между когнитивной и поведенческой идентичностями и .48 ($p < .01$) — между аффективной и поведенческой идентичностями. Стимульный материал опросника и статистические интервалы к нему представлены в Приложении 1 и 2.

Таблица 4. Показатели содержательной валидности и факторного анализа «Опросника межличностной идентичности»

№	Компоненты и пункты опросника идентичности	СВ	ФН (F1)	ФН (F2)	ФН (F3)
<i>Когнитивный компонент</i>					
1	Часто я думаю так же, как некоторые другие коллеги	5.0	.767	.161	.133
2	У меня много общего (в интересах, взглядах на жизнь) с некоторыми коллегами	5.0	.811	.206	.164
3	Часто я хорошо понимаю и одобряю точки зрения и поступки некоторых коллег	5.0	.821	.203	.089
<i>Аффективный компонент</i>					
4	Я переживаю, когда моё мнение расходится с мнением некоторых коллег	5.0	.159	.740	.371
5	Я переживаю, когда не могу найти «общий язык» с теми, кто мне интересен среди коллег	4.7	.191	.802	.285
6	Я переживаю, когда поступаю не так, как от меня ожидают другие коллеги, мнение которых мне важно	5.0	.268	.788	-.007
<i>Поведенческий компонент</i>					
7	Я стараюсь быть похожим (в манере поведения, одежде и др.) на кого-то из коллег	5.0	.074	.227	.872
8	Моё поведение во многом сходно с поведением некоторых коллег	5.0	.240	.160	.841
	Начальные собственные значения		3.70	1.24	.93
	Критерий КМО			.81	
	Критерий Бартлетта			$p < .001$	

Опросник персональной идентичности

Средние экспертные оценки специалистами пунктов опросника (Табл. 5) свидетельствуют об их содержательной валидности. В факторном анализе была выявлена трёхфакторная модель (Табл. 5). Она является адекватной по критерию Бартлетта, и отвечает требованиям критерия КМО. Первый, наиболее значимый фактор (когнитивная идентичность), имеет 39.88% объяснённой дисперсии, второй (аффективная идентичность) — 17.57% и третий, наиболее низкий по значимости фактор (поведенческая идентичность) — 12.46%. В субшкалы, соответствующие определённому фактору, вошли пункты, которые были для

них разработаны. Субшкалы когнитивной и аффективной идентичности включают по три пункта, а субшкала поведенческой идентичности — два пункта.

Таблица 5. Показатели содержательной валидности и факторного анализа «Опросника персональной идентичности»

№	Компоненты и пункты опросника идентичности	СВ	ФН (F1)	ФН (F2)	ФН (F3)
<i>Когнитивный компонент</i>					
1	Я чувствую, что воспринимаю многое не так, как большинство коллег по работе	5.0	.878	.022	.018
2	Мои интересы заметно отличаются от интересов многих коллег	5.0	.792	.263	.209
3	Моё понимание многих ситуаций заметно отличается от понимания других коллег	5.0	.848	.141	.226
<i>Аффективный компонент</i>					
4	Я не сильно переживаю, когда моё мнение не находит поддержки в коллективе	4.7	.142	.607	.302
5	Чаше меня больше волнуют собственные успехи, чем успехи других или всего коллектива	4.3	.090	.881	.045
6	Я больше погружён в собственные переживания, чем обращаю внимание на переживания многих коллег	5.0	.127	.821	.066
<i>Поведенческий компонент</i>					
7	В своём поведении я стремлюсь быть не похожим (в манере поведения, одежде или др.) на других в коллективе	5.0	.237	.219	.667
8	Я стараюсь «быть самим собой» и не хочу «быть как все» в коллективе	5.0	.078	.052	.880
	Собственные значения		3.19	1.40	1.00
	Критерий КМО			.77	
	Критерий Бартлетта			$p < .000$	

Значения α Кронбаха субшкал когнитивной (.83) и аффективной (.71) идентичностей указывают на их надёжность-согласованность, а субшкалы поведенческой идентичности (.59) — на её недостаточную внутреннюю консистентность. Эмпирическое распределение по всем субшкалам соответствует нормальному (Табл. 2). Обнаружена следующая корреляция между субшкалами: между когнитивной и аффективной = .33 ($p < .01$), между когнитивной и поведенческой = .36 ($p < .01$) и между аффективной и поведенческой = .33 ($p < .01$). Опросник и статистические интервалы к нему представлены, соответственно, в Приложениях 1 и 2.

Обсуждение результатов

По результатам оценки опросников надо обратить внимание на два обстоятельства. Во-первых, в настоящей статье представлены данные, полученные на разнородной выборке, состоящей из работников государственных учреждений высшего образования, силовых и гражданских административных структур, сферы бизнеса. Если рассматривать каждую из этих категорий выборки в отдельности, то по опроснику организационной и суборганизационной идентичности картина отличается по количеству факторов и, соответственно, субшкалам⁵. А именно: по общей выборке обнаружена двухфакторная модель (когнитивный и аффективный компоненты), а среди работников вузов — трёхфакторная (когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты), на выборке бизнеса и административного гражданского учреждения вместе взятых — двухфакторная (когнитивный и аффективный компоненты) и силовой структуры — однофакторная (с включением в общую шкалу

5 В этой статье не представлены результаты по каждой из указанных категорий участников выборки, так как они заняли бы большой объём.

пунктов, которые первоначально были отнесены к разным предполагаемым субшкалам). По остальным опросникам не обнаружено расхождения относительно факторной структуры. Кроме того, есть отличие по некоторым пунктам, вошедшим в определённые субшкалы некоторых опросников, оценивавшихся для разных категорий участников выборки в отдельности и по совокупной выборке.

Таким образом, для исследования на определённой однородной выборке (с точки зрения сферы деятельности) рекомендуется использовать наиболее адекватную конфигурацию опросников с точки зрения количества субшкал и их пунктов. Общие для всех категорий работников опросники, которые представлены в данной статье, целесообразно применять в тех случаях, когда проводится исследование с целью сравнительного анализа идентичности сотрудников из разных областей деятельности.

Во-вторых, некоторые вопросы вызывает поведенческий компонент идентичности. Речь идёт о том, что в анализе опросника организационной и суборганизационной идентичности такой компонент не подтверждён (не обнаружен соответствующий фактор), хотя он выявлен на такой категории выборки, как работники вузов. В опроснике групповой и микрогрупповой идентичности значение α Кронбаха субшкалы микрогрупповой поведенческой идентичности составляет .61, а в опроснике персональной поведенческой идентичности $\alpha = .59$. Принято считать, что нижняя граница этого показателя составляет .70. Однако некоторые авторы указывают на минимально приемлемый его уровень в пределах .65 – .70 (DeVellis, 1991). Следовательно, полученные нами значения по указанным субшкалам двух опросников свидетельствует об их несколько пониженной надёжности-согласованности пунктов. Эти результаты заставляют задуматься об обосновании выделения поведенческого компонента идентичности. В частности, как отмечалось выше в обзоре литературы, не все исследователи, продвигающие идею о многомерной природе организационной и/или групповой идентификации, указывают на поведенческий компонент. Соображения по этому поводу могут быть разные. С нашей точки зрения, идентичность — это феномен отношения индивида, наряду с другими феноменами, такими как доверие, эмпатия, конфликт. Любое отношение, в том числе в виде идентичности, включает в себя когнитивную и эмоциональную составляющие. Поведение чаще является их следствием. Поэтому в перспективе надо более тщательно анализировать вопрос о поведенческом компоненте, не ограничиваясь только рамками разработки методик.

Заключение

1. Опросники организационной и суборганизационной, групповой и микрогрупповой, межличностной и персональной идентичности работников в организации обладают приемлемой надёжностью и валидностью. В трёх из четырёх опросников обоснованность выделения трёх субшкал, измеряющих три компонента — когнитивный, аффективный и поведенческий — соответствующих уровней идентичности, подтверждена результатами эмпирического исследования. Тем не менее, результаты заставляют задуматься о более тщательном эмпирическом изучении и концептуальном обосновании поведенческого компонента, особенно на уровнях организационной и суборганизационной идентичности. В данном исследовании удалось обнаружить только двухфакторную структуру этих уровней идентичности, включающей когнитивную и аффективную переменную.

2. Разработанные опросники могут использоваться для решения научных и практических задач. Комплексное применение этих опросников позволит одновременно изучать

шесть уровней идентичности (по разным компонентам) сотрудников в крупных и средних организациях, а также четыре уровня идентичности (групповая, микрогрупповая, межличностная и персональная) в малых группах (первичных структурных подразделениях) или компаниях. Перед специалистами открывается перспектива комплексного исследования, во-первых, меры выраженности и соразмерностей разных уровней идентичности по каждому из её компонентов, а также связей между ними; во-вторых, связей уровней (по двум-трём компонентам) идентичности с социально-психологическими характеристиками (например, доверием, эмпатией, сплочённостью) и эффективностью (производственно-экономической и социально-психологической) группы, активностью её членов (ролевым и организационным гражданским поведением, адаптацией, лидерством и другим). Практики получают возможность оценить меру выраженности всех уровней и компонентов идентичности сотрудников в конкретной организации / группе. Знание этого позволит более избирательно осуществлять работу, где необходимо, по развитию определённых уровней и компонентов идентичности, а также прогнозировать особенности поведения и деятельности сотрудников и групп.

Финансирование

Работа выполнена при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (проект № 19-013-00393 «Идентичность и организационное поведение сотрудников: многоуровневый анализ»).

Литература

- Агадуллина, Е. Р., Ловаков, А. В. (2013). Модель измерения ингрупповой идентификации: проверка на российской выборке. *Психология. Журнал Высшей школы экономики*, 10(4), 143–157.
- Климов, А. А. (2014). Экстраролевое поведение учителей: роль идентификации с коллективом, стажа и школы как образовательной организации. *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз*, 6(36), 253–269.
- Липатов, С. А., Ловаков, А. В. (2010). Исследования организационной идентификации в зарубежной психологии. *Национальный психологический журнал*, 1(3), 70–75.
- Ловаков, А. В. (2010). Разработка и апробация методики диагностики организационной идентификации. *Психология. Журнал Высшей школы экономики*, 7(4), 108–116.
- Сидоренков, А. В. (2010). *Малая группа и неформальные подгруппы: микрогрупповая теория*. Ростов-на-Дону: ЮФУ.
- Сидоренков, А. В. (2012а). *Социальная психология малых групп*. Ростов-на-Дону: Феникс.
- Сидоренков, А. В. (ред.). (2012б). *Методики социально-психологического изучения малых групп в организации*. Ростов-на-Дону: ЮФУ.
- Сидоренков, А. В., Сидоренкова, И. И., Ульянова, Н. Ю. (2014). *Социально-психологические характеристики и эффективность малых групп в организации*. Ростов-на-Дону: Мини Тайп.
- Сидоренков, А. В., Тришкина, Н. С. (2010). Эмпирическое обоснование модели идентичности индивидов в малой группе. *Психологический журнал*, 31(5), 17–29.
- Сидоренков, А. В., Дорофеев, В. А. (2016). Соотношение групповой, микрогрупповой и межличностной идентичности работников в производственных группах. *Социальная психология и общество*, 7(3), 60–75.
- Abrams, D., Ando, K., Hinkle, S. W. (1998). Psychological attachment to the group: Cross-cultural differences in organizational identification and subjective norms as predictors of workers' turnover intentions. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 24, 1027–1039.

- Allen, N. J., Meyer, J. P. (1996). Affective, continuance, and normative commitment to the organization: An examination of construct validity. *Journal of Vocational Behavior*, 49, 252–276.
- Bergami, M., Bagozzi, R. P. (2000). Self-categorization, affective commitment and group self-esteem as distinct aspects of social identity in the organization. *British Journal of Social Psychology*, 39, 555–577.
- Bettencourt, B. A., Hume, D. (1999). The cognitive contents of social-group identity: Values, emotions, and relationships. *European Journal of Social Psychology*, 29(1), 113–121.
- Brown, R., Condor, S., Mathews, A., Wade, G., Williams, J. (1986). Explaining intergroup differentiation in an industrial organization. *Journal of Occupational Psychology*, 59, 273–286.
- Callea, A., Urbini, F., Chirumbolo, A. (2016). The mediating role of organizational identification in the relationship between qualitative job insecurity, OCB and job performance. *Journal of Management Development*, 35(6), 735–746.
- Cameron, J. E. (2004). A three-factor model of social identity. *Self and Identity*, 3, 239–262.
- Cheney, G. (1983). On the various and changing meanings of organizational membership: A field study of organizational identification. *Communication Monographs*, 50, 342–362.
- Christ, O., van Dick, R., Wagner, U., Stellmacher, J. (2003). When teachers go the extra mile: Foci of organisational identification as determinants of different forms of organisational citizenship behavior among schoolteachers. *British Journal of Educational Psychology*, 73, 329–341.
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. San Francisco: W. H. Freeman and Company.
- DeVellis, R. F. (1991). *Scale development: Theory and application*. Newbury Park, CA: Sage.
- Dukerich, J. M., Golden, B. R., Shortell, S. M. (2002). Beauty is in the eye of the beholder: The impact of organizational identification, identity, and image on the cooperative behaviors of physicians. *Administrative Science Quarterly*, 47, 507–533.
- Edwards, M. R., Peccei, R. (2007). Organizational identification: Development and testing of a conceptually grounded measure. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16, 25–57.
- Evans, W. R., Davis, W. (2014). Corporate citizenship and the employee: An organizational identification perspective. *Human Performance*, 27(2), 129–146.
- Farmer, S. M., Frank Barton, W., Van Dyne, L., Kamdar, D. (2015). The contextualized self: How team-member exchange leads to coworker identification and helping OCB. *Journal of Applied Psychology*, 100(2), 583–595.
- Fitts, W. H. (1964). *Tennessee Self-Concept Scale: Test booklet*. Nashville, Tenn.: Counselor Recordings and Tests, Department of Mental Health.
- Hakonen, M., Lipponen, J. (2008). Procedural Justice and Identification with Virtual Teams: The Moderating Role of Face-to-Face Meetings and Geographical Dispersion. *Social Justice Research*, 21(2), 164–178.
- Hakonen, M., Lipponen, J. (2007). Antecedents and consequences of identification with virtual teams: Structural characteristics and justice concerns. *The Journal of E-working Pages*, 1, 137–153.
- He H., Brown, A. D. (2013). Organizational identity and organizational identification: A review of the literature and suggestions for future research. *Group & Organization Management*, 38(1), 3–35.
- Henry, K. B., Arrow, H., Carini, B. (1999). Tripartite model of group identification: Theory and Measurement. *Small group research*, 30(5), 558–581.
- Hinkle, S., Taylor, L. A., Fox-Cardamone, D. L., Crook, K. F. (1989). Intragroup identification and intergroup differentiation: A multicomponent approach. *British Journal of Social Psychology*, 28, 305–317.
- Hogg, M. A., Martin, R., Epitropaki, O., Mankad, A., Svensson, A., Weeden, K. (2005). Effective leadership in salient groups: Revisiting leader–member exchange theory from the perspective of the social identity theory of leadership. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31, 991–1004.

- Huang, J., Wang, L., Xie, J. (2014). Leader-member exchange and organizational citizenship behavior: The roles of identification with leader and leader's reputation. *Social Behavior and Personality*, 42(10), 1699–1712.
- Humphrey, A. (2012). Transformational Leadership and Organizational Citizenship Behaviors: The Role of Organizational Identification. *Psychologist-Manager Journal*, 15(4), 247–268.
- Jackson, J. W. (2002). Intergroup attitudes as a function of different dimensions of group identification and perceived intergroup conflict. *Self and Identity*, 1, 11–33.
- Johnson, M. D., Morgeson, F. P., Hekman, D. R. (2012). Cognitive and affective identification: Exploring the links between different forms of social identification and personality with work attitudes and behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 33, 1142–1167.
- Judd, C. M., Park, B. (1988). Out-group homogeneity: Judgments of variability at the individual and group levels. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 778–789.
- Kark, R., Shamir, B., Chen, G. (2003). The two faces of transformational leadership: empowerment and dependency. *Journal of Applied Psychology*, 88(2), 246–255.
- Kaya, Ş. D., İleri, Y. Y., Yüceler, A. (2017). Effects of organizational trust on identification in a university hospital in Turkey. *Journal of Human Sciences*, 14(2), 2014–2020.
- Kreiner, G. E., Ashforth, B. E. (2004). Evidence toward an expanded model of organizational identification. *Organizational Behavior*, 25(1), 1–27.
- Leach, C. W., van Zomeren, M., Zebel, S., Vliek, M. L. W., Pennekamp, S. F., Doosje B., Ouwerkerk, J. W., Spears, R. (2008). Group-level self-definition and self-Investment: A hierarchical (multicomponent) model of in-group identification. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95(1), 144–165.
- Lee, E.-S., Park, T.-Y., Koo, B. (2015). Identifying Organizational Identification as a Basis for Attitudes and Behaviors: A Meta-Analytic Review. *Psychological Bulletin*, 141(5), 1049–1080.
- Li, J., Furst-Holloway, S., Masterson, S.S., Gales, L.M., Blume, B.D. (2018). Leader-member exchange and leader identification: comparison and integration. *Journal of Managerial Psychology*, 33(2), 122–141.
- Lipponen, J., Helkama, K., Juslin, M. (2003). Subgroup Identification, Superordinate Identification and Intergroup Bias between the Subgroups. *Group Processes & Intergroup Relations*, 6(3), 239–250.
- Luhtanen, R., Crocker, J. (1992). A collective self-esteem scale: Self-evaluation of one's social identity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18, 302–318.
- Mael, F., & Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of organizational Behavior*, 13, 103–123.
- Mowday, R. T., Steers, R. M., Porter, L. W. (1979). The measurement of organizational commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 14, 224–247.
- Phinney, J. S. (1991). Ethnic identity and self-esteem: A review and integration. *Hispanic Journal of Behavioural Sciences*, 13, 193–208.
- Riketta, M. (2005). Organizational identification: A meta-analysis. *Journal of Vocational Behavior*, 66(2), 358–384.
- Riordan, C. M., Weatherly, E. W. (1999). Defining and measuring employees' identification with their work groups. *Educational and Psychological Measurement*, 59, 310–324.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-Image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Shamir, B., Kark, R. (2004). A single-item graphic scale for the measurement of organizational identification. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 77, 115–123.
- Sidorenkov, A. V., Pavlenko R. V. (2015). GROUP PROFILE computer technique: A tool for complex study of small groups. *SAGE Open*, 5(1), 1–13.

- Smidts, A., Pruyn, A., van Riel, C. (2001). The impact of employee communication and perceived external prestige on organization identification. *Academy of Management Journal*, 44, 1051–1062.
- Spears, R., Doosje, B., Ellemers, N. (1997). Self-stereotyping in the face of threats to group status and distinctiveness: The role of group identification. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23, 538–553.
- Stoner, J., Perrewé, P. L., Hofacker, C. (2011). The development and validation of the multi-dimensional identification scale (MDIS). *Journal of Applied Social Psychology*, 41, 1632–1658.
- Tajfel, H. (1978). *Differentiation between Social Groups. Studies in the social psychology of intergroup relations*. London: Academic Press.
- Uzun, T. (2018). A study of correlations between perceived supervisor support, organizational identification, organizational citizenship behavior, and burnout at schools. *European Journal of Educational Research*, 7(3), 501–511.
- van Dick, R., Wagner, U. (2002). Social identification among school teachers: Dimensions, foci, and correlates. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 11, 129–149.
- van Dick, R., Wagner, U., Stellmacher, J., Christ, O. (2004). The utility of a broader conceptualization of organizational identification: Which aspects really matter? *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 77, 171–191.
- Van Knippenberg, D., Van Schie, E. C. M. (2000). Foci and correlates of organizational identification. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73, 137–147.
- Wang, X., Howell, J. (2012). A multilevel study of transformational leadership, identification, and follower outcomes. *Leadership Quarterly*, 23(3), 775–790.
- Wilkins, S., Butt, M. M., Annabi, C. A. (2018). The influence of organizational identification on employee attitudes and behaviours in multinational higher education institutions. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 40(1), 48–66.
- Yamada, Y. (1989). A study of the process of self-concept formation in adolescence. An investigation of self-descriptions using the Twenty Statement Test (TST). *Japanese Journal of Psychology*, 60, 245–252.

Поступила 16.04.2019

Приложение 1. Инструкция и стимульный материал опросников

Опросник организационной и суборганизационной идентичности

ИНСТРУКЦИЯ: Прочитайте утверждения и оцените их истинность относительно: 1) Вашего подразделения в целом [управления, департамента, факультета или др.] с левой стороны утверждений; 2) Вашей организации в целом [предприятия, учреждения, компании или др.] с правой стороны утверждений. Оценка производится по шестибальной шкале, где «1» означает «Полностью не согласен», «6» — «Полностью согласен»; остальные баллы выражают разную промежуточную меру вашего согласия или несогласия. Отметьте те цифры, которые соответствуют вашему мнению. По каждому пункту допускается выбор только одного числового значения. Не оставляйте задания без ответов.

[«Подразделение»]						Утверждения	[«Организация»]					
1	2	3	4	5	6	1. Я ощущаю себя частью целого ([подразделения] / [организации])	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6	2. Меня вполне устраивают правила поведения и отношений (в [подразделении] / [организации])	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6	3. Я воспринимаю общие успехи или неудачи ([подразделения] / [организации]) как свои личные	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6	4. Мне не безразлично, что происходит (в [подразделении] / [организации])	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6	5. Как правило, мне приятно осознавать, что я работаю (в [подразделении] / [организации])	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6	6. Я бы с сожалением покидал(а) коллектив ([подразделения] / [организации]), если бы пришлось перейти работать в другое место (Мне приятно осознавать, что у меня есть что-то общее с большинством других (в [подразделении] / [организации])	1	2	3	4	5	6

Примечание: Опросник может использоваться в полном формате или в сокращённой форме, когда представлена только одна часть для оценки либо организационной, либо суборганизационной идентичности.

Опросник групповой и микрогрупповой идентичности

ИНСТРУКЦИЯ: Прочитайте утверждения и оцените их истинность относительно: 1) Вашей группы в целом [отдела, кафедры или др.] с правой стороны утверждений; 2) Общности коллег, с кем Вы поддерживаете дружеские отношения в Вашей группе [отделе, кафедре или др.] с левой стороны утверждений. Оценка производится по шестибальной шкале, где «1» означает «Полностью не согласен», «6» — «Полностью согласен»; остальные баллы выражают разную промежуточную меру вашего согласия или несогласия. Отметьте те цифры, которые соответствуют вашему мнению. По каждому пункту допускается выбор только одного числового значения. Не оставляйте задания без ответов.

«Общности коллег, с кем поддерживаю дружеские отношения»						Утверждения	[«Группы в целом»]					
1	2	3	4	5	6	1. Я ощущаю себя частью целого	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6	2. Меня вполне устраивают правила поведения и отношения	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6	3. Я воспринимаю общие успехи или неудачи как свои личные	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6	4. Мне не безразлично, что происходит в коллективе (Мне приятно осознавать, что у меня есть что-то общее с большинством других)	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6	5. Как правило, мне приятно находиться в коллективе	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6	6. Я бы с сожалением покидал коллектив, если бы пришлось перейти работать в другое место	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6	7. Чаще я поступаю в соответствии с общим, нежели собственным мнением	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6	8. Я стараюсь «быть как все»	1	2	3	4	5	6

Примечание: Опросник может использоваться в полном или сокращённом формате, когда представлен только один из двух разделов для измерения групповой или микрогрупповой идентичности.

Опросник межличностной идентичности

ИНСТРУКЦИЯ: Прочитайте утверждения и оцените их истинность относительно Вашего отдела. Оценка производится по шестибальной шкале, где «1» означает «Полностью не согласен», «6» — «Полностью согласен»; остальные баллы выражают разную промежуточную меру вашего согласия или несогласия. Отметьте те цифры, которые соответствуют Вашему мнению. Не оставляйте задания без ответов. По каждому пункту допускается выбор только одного числового значения.

№	Утверждения	Шкала оценки					
1	Часто я думаю так же, как некоторые другие коллеги	1	2	3	4	5	6
2	У меня много общего (в интересах, взглядах на жизнь) с некоторыми коллегами	1	2	3	4	5	6
3	Часто я хорошо понимаю и одобряю точки зрения и поступки некоторых коллег	1	2	3	4	5	6
4	Я переживаю, когда моё мнение расходится с мнением некоторых коллег	1	2	3	4	5	6
5	Я переживаю, когда не могу найти «общий язык» с теми, кто мне интересен среди коллег	1	2	3	4	5	6
6	Я переживаю, когда поступаю не так, как от меня ожидают другие коллеги, мнение которых мне важно	1	2	3	4	5	6
7	Я стараюсь быть похожим (в манере поведения, одежде и др.) на кого-то из коллег	1	2	3	4	5	6
8	Моё поведение во многом сходно с поведением некоторых коллег	1	2	3	4	5	6

Опросник персональной идентичности

ИНСТРУКЦИЯ: Прочитайте утверждения и оцените их истинность относительно Вашей работы. Оценка производится по шестибальной шкале, где «1» означает «Полностью не согласен», «6» — «Полностью согласен»; остальные баллы выражают разную промежуточную меру вашего согласия или несогласия. Отметьте те цифры, которые соответствуют Вашему мнению. Не оставляйте задания без ответов. По каждому пункту допускается выбор только одного числового значения.

№	Утверждения	Шкала оценки					
1	Я чувствую, что воспринимаю многое не так, как большинство коллег по работе	1	2	3	4	5	6
2	Мои интересы заметно отличаются от интересов многих коллег	1	2	3	4	5	6
3	Моё понимание многих ситуаций заметно отличается от понимания других коллег	1	2	3	4	5	6
4	Я не сильно переживаю, когда моё мнение не находит поддержки в коллективе	1	2	3	4	5	6
5	Чаще меня больше волнуют собственные успехи, чем успехи других или всего коллектива	1	2	3	4	5	6
6	Я больше погружён в собственные переживания, чем обращаю внимание на переживания многих коллег	1	2	3	4	5	6
7	В своём поведении я стремлюсь быть не похожим (в манере поведения, одежде или др.) на других в коллективе	1	2	3	4	5	6
8	Я стараюсь «быть самим собой» и не хочу «быть как все» в коллективе	1	2	3	4	5	6

Приложение 2. Статистические интервалы для тестовых показателей опросников (по совокупной выборке)

Субшкалы	Статистические интервалы				
	гипернизкий	низкий	средний	высокий	гипервысокий
<i>Опросник организационной и суборганизационной идентичности</i>					
О-К (пп.1-3)	3.00-5.61	5.62-8.95	8.96-15.62	15.63-18.00	-
О-А (пп. 4-6)	3.00-6.48	6.49-9.92	9.93-16.79	16.80-18.00	-
СО-К	3.00-5.41	5.42-8.86	8.87-15.75	15.76-18.00	-
СО-А	3.00-6.48	6.49-9.78	9.79-16.37	16.38-18.00	-
<i>Опросник групповой и микрогрупповой идентичности</i>					
Г-К (пп.1-3)	3.00-6.45	6.44-9.65	9.66-16.08	16.09-18.00	-
Г-А (пп. 4-6)	3.00-6.89	6.90-10.32	10.33-17.15	17.16-18.00	-
Г-П (пп. 7, 8)	-	2.0-4.58	4.59-9.67	9.68-12.00	-
МГ-К	3.00-7.59	7.60-10.68	10.69-16.85	16.86-18.00	-
МГ-А	3.00-7.53	7.54-10.86	10.87-17.51	17.52-18.00	-
МГ-П	-	2.00-4.89	4.90-10.04	10.05-12.00	-
<i>Опросник межличностной идентичности</i>					
М-К (пп.1-3)	3.00-5.90	5.91-9.15	9.16-15.64	15.65-18.00	-
М-А (пп. 4- 6)	3.00-4.03	4.04-7.63	7.64-14.82	14.83-18.00	-
М-П (пп. 7, 8)	-	2.0-4.58	4.59-9.38	9.39-12.00	-
<i>Опросник персональной идентичности</i>					
П-К (пп.1-3)	-	3.00-4.99	5.00-12.24	12.25-15.87	15.88-18.00
П-А (пп. 4-6)	-	3.00-5.66	5.67-12.63	12.64-16.12	16.13-18.00
П-П (пп. 7, 8)	-	2.0-4.17	4.18-9.26	9.27-11.81	11.82-12.00



ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY

Development of tools for the study of employee identity in the organization

Andrey V. SIDORENKOV

Olesya Yu. SHIPITKO

Denis E. SHTILNIKOV

Southern Federal University, Rostov-na-Donu, Russian Federation

Wladimir A. STROH

National Research University «Higher School of Economics», Moscow, Russian Federation

Abstract. *Purpose.* The goal is to develop and test new questionnaires for organizational and suborganization, group and microgroup, interpersonal and personal identification (identity) of employees in the organization. *Method.* The substantive validity of four new questionnaires of social (organizational) identity was examined. The selection of these questionnaires totaled 514 employees from various large organizations (state universities, institutions in the field of management and law enforcement functions, as well as commercial companies). The results were processed using factor analysis using the principal component method and the Varimax rotation with Kaiser normalization; descriptive statistics, Cronbach's alpha and Pearson's correlations coefficients were calculated; the conformity of the empirical distribution to the normal was evaluated. *Results.* It is shown that, depending on the components of identity, a survey of organizational and suborganizational identity (consists of two corresponding parts) has a two-factor structure, and includes two subscales in each part: cognitive and affective identity. The group and microgroup identity questionnaire (includes two relevant sections), the interpersonal identity questionnaire and the personal identity questionnaire have a three-factor structure and consist of three subscales, such as cognitive, affective and behavioral identity. It is shown that the questionnaires in general have validity and reliability by the analyzed indicators. However, a sub-scale of microgroup behavioral identity and a subscale of personal behavioral identity have an internal consistency below acceptable. *The value of the results* is the development of unified questionnaires, which together allow to measure six aspects (levels) of employees' identity (identification with the organization as a whole and a large structural unit, with a small group / team and an informal subgroup in a group, other members of the group and oneself) two or three components in each. The simultaneous use of these questionnaires will allow a comprehensive study of the measure and proportionality of different levels of identity (for each component), links between levels of identity (for each component), as well as links of identity levels (for certain components) with attitudes and behavior of workers, psychological characteristics and effectiveness of groups. *Practical implications.* Practitioners will be able to assess the degree of expression of all levels and components of the identity of employees in a particular organization / group. Based on this, it is possible to predict attitudes and behavior of employees, as well as selectively develop (where necessary) certain levels and components of identity.

Keywords: questionnaires; organizational identity; suborganizational identity; group identity; microgroup identity; interpersonal identity; personal identity.

References

- Abrams, D., Ando, K., Hinkle, S. W. (1998). Psychological attachment to the group: Cross-cultural differences in organizational identification and subjective norms as predictors of workers' turnover intentions. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 24, 1027–1039.
- Agadullina, Ye. R., Lovakov, A. V. (2013). Model' izmereniya ingruppovoy identifikatsii: proverka na rossiyskoy vyborke [Model of measurement of in-group identification: check on the Russian sample]. *Psikhologiya. Zhurnal Vysshey shkoly ekonomiki*, 10(4), 143–157.
- Allen, N. J., Meyer, J. P. (1996). Affective, continuance, and normative commitment to the organization: An examination of construct validity. *Journal of Vocational Behavior*, 49, 252–276.
- Bergami, M., Bagozzi, R. P. (2000). Self-categorization, affective commitment and group self-esteem as distinct aspects of social identity in the organization. *British Journal of Social Psychology*, 39, 555–577.
- Bettencourt, B. A., Hume, D. (1999). The cognitive contents of social-group identity: Values, emotions, and relationships. *European Journal of Social Psychology*, 29(1), 113–121.
- Brown, R., Condor, S., Mathews, A., Wade, G., Williams, J. (1986). Explaining intergroup differentiation in an industrial organization. *Journal of Occupational Psychology*, 59, 273–286.
- Callea, A., Urbini, F., Chirumbolo, A. (2016). The mediating role of organizational identification in the relationship between qualitative job insecurity, OCB and job performance. *Journal of Management Development*, 35(6), 735–746.
- Cameron, J. E. (2004). A three-factor model of social identity. *Self and Identity*, 3, 239–262.
- Cheney, G. (1983). On the various and changing meanings of organizational membership: A field study of organizational identification. *Communication Monographs*, 50, 342–362.
- Christ, O., van Dick, R., Wagner, U., Stellmacher, J. (2003). When teachers go the extra mile: Foci of organisational identification as determinants of different forms of organisational citizenship behavior among schoolteachers. *British Journal of Educational Psychology*, 73, 329–341.
- Coopersmith, S. (1967). The antecedents of self-esteem. San Francisco: W. H. Freeman and Company.
- DeVellis, R. F. (1991). Scale development: Theory and application. Newbury Park, CA: Sage.
- Dick, van R., Wagner, U. (2002). Social identification among school teachers: Dimensions, foci, and correlates. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 11, 129–149.
- Dick, van R., Wagner, U., Stellmacher, J., Christ, O. (2004). The utility of a broader conceptualization of organizational identification: Which aspects really matter? *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 77, 171–191.
- Dukerich, J. M., Golden, B. R., Shortell, S. M. (2002). Beauty is in the eye of the beholder: The impact of organizational identification, identity, and image on the cooperative behaviors of physicians. *Administrative Science Quarterly*, 47, 507–533.
- Edwards, M. R., Peccei, R. (2007). Organizational identification: Development and testing of a conceptually grounded measure. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16, 25–57.
- Evans, W. R., Davis, W. (2014). Corporate citizenship and the employee: An organizational identification perspective. *Human Performance*, 27(2), 129–146.
- Farmer, S. M., Frank Barton, W., Van Dyne, L., Kamdar, D. (2015). The contextualized self: How team-member exchange leads to coworker identification and helping OCB. *Journal of Applied Psychology*, 100(2), 583–595.
- Fitts, W. H. (1964). *Tennessee Self-Concept Scale: Test booklet*. Nashville, Tenn.: Counselor Recordings and Tests, Department of Mental Health.
- Hakonen, M., Lipponen, J. (2007). Antecedents and consequences of identification with virtual teams: Structural characteristics and justice concerns. *The Journal of E-working Pages*, 1, 137–153.

- Hakonen, M., Lipponen, J. (2008). Procedural Justice and Identification with Virtual Teams: The Moderating Role of Face-to-Face Meetings and Geographical Dispersion. *Social Justice Research*, 21(2), 164–178.
- He H., Brown, A. D. (2013). Organizational identity and organizational identification: A review of the literature and suggestions for future research. *Group & Organization Management*, 38(1), 3–35.
- Henry, K. B., Arrow, H., Carini, B. (1999). Tripartite model of group identification: Theory and Measurement. *Small group research*, 30(5), 558–581.
- Hinkle, S., Taylor, L. A., Fox-Cardamone, D. L., Crook, K. F. (1989). Intragroup identification and intergroup differentiation: A multicomponent approach. *British Journal of Social Psychology*, 28, 305–317.
- Hogg, M. A., Martin, R., Epitropaki, O., Mankad, A., Svensson, A., Weeden, K. (2005). Effective leadership in salient groups: Revisiting leader–member exchange theory from the perspective of the social identity theory of leadership. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31, 991–1004.
- Huang, J., Wang, L., Xie, J. (2014). Leader-member exchange and organizational citizenship behavior: The roles of identification with leader and leader's reputation. *Social Behavior and Personality*, 42(10), 1699–1712.
- Humphrey, A. (2012). Transformational Leadership and Organizational Citizenship Behaviors: The Role of Organizational Identification. *Psychologist-Manager Journal*, 15(4), 247–268.
- Jackson, J. W. (2002). Intergroup attitudes as a function of different dimensions of group identification and perceived intergroup conflict. *Self and Identity*, 1, 11–33.
- Johnson, M. D., Morgeson, F. P., Hekman, D. R. (2012). Cognitive and affective identification: Exploring the links between different forms of social identification and personality with work attitudes and behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 33, 1142–1167.
- Judd, C. M., Park, B. (1988). Out-group homogeneity: Judgments of variability at the individual and group levels. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 778–789.
- Kark, R., Shamir, B., Chen, G. (2003). The two faces of transformational leadership: empowerment and dependency. *Journal of Applied Psychology*, 88(2), 246–255.
- Kaya, Ş. D., İleri, Y. Y., Yüceler, A. (2017). Effects of organizational trust on identification in a university hospital in Turkey. *Journal of Human Sciences*, 14(2), 2014–2020.
- Klimov, A. A. (2014). Ekstrarolevoye povedeniye uchiteley: rol' identifikatsii s kollektivom, stazha i shkoly kak obrazovatel'noy organizatsii [Extra-role behavior of teachers: the role of identification with the team, seniority and school as an educational organization]. *Ekonomicheskiye i sotsial'nyye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz*, 6(36), 253–269.
- Knippenberg, van D., Schie, van E. C. M. (2000). Foci and correlates of organizational identification. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73, 137–147.
- Kreiner, G. E., Ashforth, B. E. (2004). Evidence toward an expanded model of organizational identification. *Organizational Behavior*, 25(1), 1–27.
- Leach, C. W., van Zomeren, M., Zebel, S., Vliek, M. L. W., Pennekamp, S. F., Doosje B., Ouwerkerk, J. W., Spears, R. (2008). Group-level self-definition and self-Investment: A hierarchical (multicomponent) model of in-group identification. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95(1), 144–165.
- Lee, E.-S., Park, T.-Y., Koo, B. (2015). Identifying Organizational Identification as a Basis for Attitudes and Behaviors: A Meta-Analytic Review. *Psychological Bulletin*, 141(5), 1049–1080.
- Li, J., Furst-Holloway, S., Masterson, S.S., Gales, L.M., Blume, B.D. (2018). Leader-member exchange and leader identification: comparison and integration. *Journal of Managerial Psychology*, 33(2), 122–141.

- Lipatov, S. A., Lovakov, A. V. (2010). Issledovaniya organizatsionnoy identifikatsii v zarubezhnoy psikhologii [Studies of organizational identification in foreign psychology]. *Natsional'nyy psikhologicheskiy zhurnal*, 1(3), 70–75.
- Lipponen, J., Helkama, K., Juslin, M. (2003). Subgroup Identification, Superordinate Identification and Intergroup Bias between the Subgroups. *Group Processes & Intergroup Relations*, 6(3), 239–250.
- Lovakov, A. V. (2010). Razrabotka i aprobatsiya metodiki diagnostiki organizatsionnoy identifikatsii [Development and testing of methods for diagnosing organizational identification]. *Psikhologiya. Zhurnal Vysshey shkoly ekonomiki*, 7(4), 108–116.
- Luhtanen, R., Crocker, J. (1992). A collective self-esteem scale: Self-evaluation of one's social identity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18, 302–318.
- Mael, F., Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13, 103–123.
- Mowday, R. T., Steers, R. M., Porter, L. W. (1979). The measurement of organizational commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 14, 224–247.
- Phinney, J. S. (1991). Ethnic identity and self-esteem: A review and integration. *Hispanic Journal of Behavioural Sciences*, 13, 193–208.
- Riketta, M. (2005). Organizational identification: A meta-analysis. *Journal of Vocational Behavior*, 66(2), 358–384.
- Riordan, C. M., Weatherly, E. W. (1999). Defining and measuring employees' identification with their work groups. *Educational and Psychological Measurement*, 59, 310–324.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-Image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Shamir, B., Kark, R. (2004). A single-item graphic scale for the measurement of organizational identification. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 77, 115–123.
- Sidorenkov, A. V. (2010). *Malaya gruppa i neformal'nyye podgruppy: mikrogruppovaya teoriya* [Small group and informal subgroups: microgroup theory]. Rostov-na-Donu: YuFU.
- Sidorenkov, A. V. (2012a). *Sotsial'naya psikhologiya malykh grupp* [Social psychology of small groups]. Rostov-na-Donu: Feniks.
- Sidorenkov, A. V. (red.). (2012b). *Metodiki sotsial'no-psikhologicheskogo izucheniya malykh grupp v organizatsii* [Methods of socio-psychological study of small groups in the organization]. Rostov-na-Donu: YUFU.
- Sidorenkov, A. V., Dorofeyev, V. A. (2016). Sootnosheniye gruppovoy, mikrogruppovoy i mezhluchnostnoy identichnosti rabotnikov v proizvodstvennykh gruppakh [The ratio of group, microgroup and interpersonal identity of workers in production groups]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo*, 7(3), 60–75.
- Sidorenkov, A. V., Pavlenko R. V. (2015). GROUP PROFILE computer technique: A tool for complex study of small groups. *SAGE Open*, 5(1), 1–13.
- Sidorenkov, A. V., Sidorenkova, I. I., Ul'yanova, N. Yu. (2014). *Sotsial'no-psikhologicheskiye kharakteristiki i effektivnost' malykh grupp v organizatsii* [Socio-psychological characteristics and the effectiveness of small groups in the organization]. Rostov-na-Donu: Mini Tayp.
- Sidorenkov, A. V., Trishkina, N. S. (2010). Empiricheskoye obosnovaniye modeli identichnosti individov v maloy gruppe [Empirical justification of the identity model of individuals in a small group]. *Psikhologicheskiy zhurnal*, 31(5), 17–29.
- Smidts, A., Pruyn, A., van Riel, C. (2001). The impact of employee communication and perceived external prestige on organization identification. *Academy of Management Journal*, 44, 1051–1062.

- Spears, R., Doosje, B., Ellemers, N. (1997). Self-stereotyping in the face of threats to group status and distinctiveness: The role of group identification. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23, 538–553.
- Stoner, J., Perrewé, P. L., Hofacker, C. (2011). The development and validation of the multi-dimensional identification scale (MDIS). *Journal of Applied Social Psychology*, 41, 1632–1658.
- Tajfel, H. (1978). *Differentiation between Social Groups. Studies in the social psychology of intergroup relations*. London: Academic Press.
- Uzun, T. (2018). A study of correlations between perceived supervisor support, organizational identification, organizational citizenship behavior, and burnout at schools. *European Journal of Educational Research*, 7(3), 501–511.
- Wang, X., Howell, J. (2012). A multilevel study of transformational leadership, identification, and follower outcomes. *Leadership Quarterly*, 23(3), 775–790.
- Wilkins, S., Butt, M. M., Annabi, C. A. (2018). The influence of organizational identification on employee attitudes and behaviours in multinational higher education institutions. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 40(1), 48–66.
- Yamada, Y. (1989). A study of the process of self-concept formation in adolescence. An investigation of self-descriptions using the Twenty Statement Test (TST). *Japanese Journal of Psychology*, 60, 245–252.

Received 16.04.2019



Психосемантический анализ рынка тренингов личной эффективности: эскиз методики

ДОЦЕНКО Евгений Леонидович

Тюменский государственный университет, Тюмень, Россия

ХАМЗИНА Юлия Сергеевна

Западно-Сибирский коммерческий банк, Тюмень, Россия

Тюменский государственный университет, Тюмень, Россия

ХАМЗИН Тимур Хамзович

Тюменский нефтяной научный центр

Аннотация. Успех рыночного предложения по новым, ещё не сформированным потребностям критически зависит от того, насколько точной является их интуитивная модель и как удачно её ключевые моменты были отрефлексированы провайдерами новых услуг. *Цель.* В работе обосновывается методический приём, позволяющий выявить имплицитную модель, с опорой на которую формулируются рыночные предложения (на примере тренингов личной эффективности). Концептуальную основу метода обеспечили такие понятия психосемантики, как «обыденное сознание», «образ мира», «имплицитные модели», «семантическое пространство», «конструкты». *Дизайн исследования.* Эмпирическую базу составили 444 предложения тренингов личной эффективности в русскоязычном интернете. С помощью контент-анализа (классификатор Excel) было выявлено 13 категорий — конструктов обыденного сознания, носителями которого рассматриваются составители предлагаемых тренинговых услуг. Показана возможность осмысления частоты упоминания категорий как отражения потребностной значимости обозначаемой ими реальности, цены программы — как субъективный эквивалент её ценностной значимости, а продолжительность программ — как индикатор их ресурсоёмкости. Было построено семантическое пространство, образованное этими тремя конструктами в котором были размещены анализируемые категории. *Результаты.* Показано, что анализ результатов в терминах семантических пространств позволяет получать неочевидные результаты, что говорит в пользу их глубинного (нерефлексируемого) характера. Так, оказалось, что личная эффективность (в узком значении) сущностно субъектна, что означает, в частности, «лидировать» (а не только руководить), «управлять конфликтом» (а не просто общаться). В расширенном значении она может быть раскрыта и как умение управлять — другими и/или собой. *Ценность результатов.* Реконструированная имплицитная модель личной эффективности позволяет формулировать тренинговые предложения как минимум для четырёх различных целевых групп: «лидеры», «руководители», «организованные» и «успевающие» (что повышает вероятность получить отклик у потенциальных пользователей). Последние две группы обозначают перспективу обучения личной эффективности рядовых сотрудников (подчинённых), а не только руководителей.

Ключевые слова: личная эффективность; рыночное предложение; психосемантика; семантическое пространство; обыденное сознание; имплицитные модели; контент-анализ.

Введение

Повысить личную эффективность хотели бы как работодатели (руководители организаций), так и наёмные сотрудники. А где есть потребность, туда направляются те, кто стремится преобразовать её в рыночный спрос с помощью предложений, призванных привлечь потенциальных покупателей¹. Внимание экономистов и психологов всегда было приковано к тому, как покупатель принимает решение о покупке. Долгое время этот процесс представлялся как откровенно рациональный по своей сути как представителями маржинализма (Jevonse, 1965; Шмоллер, 2011), так и представителями институционализма (Веблен, 1984; Mitchell, 1910; Commons, 1931). Сравнительно недавно пришло понимание того, что потребительское поведение в большей степени иррационально: издержки заботят людей больше, чем выгода (Канеман, Тверски, 2003), они в большей степени ориентируются на субъективное качество сделки, чем на оптимизацию расходов (Талер, 2017) и тому подобного. Усилия исследователей понять эту иррациональность (Рыжкова, 2012) опираются в основном на достижения психологии².

Но начинается научный анализ чаще всего с момента уже имеющейся у человека потребности — с осознания(!) им разницы между реальным и желаемым состоянием (Барина, 2018). Вероятно, это оправдано для уже сформированных и нормированных в соответствии с социальными требованиями потребностей. Но *современный рынок развивается посредством формирования потребностей* — структурирования и опредмечивания ещё не (вполне) осознанных пред-потребностных напряжений. В этом процессе важнейшую роль играет *интуиция* производителей товаров и провайдеров услуг, которые *предугадывают* потенциальные потребности потребителей и стремятся сделать предложение, от которого тем «будет трудно отказаться». Следовательно, поведение потребителей весьма часто берёт своё начало в имплицитных психических процессах провайдеров услуг (их профессиональной интуиции), удачно (или не очень) угадавших локус воздействия на потенциальных потребителей. Их усилия находят отклик у населения, если они были достаточно успешны в своих догадках. В этом пункте психосемантика (Доценко, Вахитова, 2014; Серкин, 2016) позволяет сместить угол зрения исследователей таким образом, чтобы приоткрыть психические процессы участников рынка, слабо рефлекслируемые в существующих маркетинговых исследованиях, но властно определяющие поведение потребителей.

Цель данной работы — дать концептуальное обоснование методическому приёму (из арсенала психосемантики), позволяющему выявить имплицитную модель, с опорой на которую формулируются рыночные предложения (на примере тренингов личной эффективности). Методически это позволит расширить круг средств анализа рыночных процессов, показать возможности психосемантики в глубокой интерпретации результатов. В содержательном же плане — выявить конструкты обыденного сознания в сфере повышения личной эффективности (персонала); обозначить ориентиры для создания программ повышения личной эффективности человека (в сфере деловой активности).

Субъективная семантика как ключевой концепт

Предмет нашего интереса терминологически может быть обозначен как «субъективная семантика личной эффективности». Феноменологически он выглядит примерно так: «Я знаю, что надо покупателю», — полагает некто, считающий себя специалистом по развитию

1 Каждая пятая тренинговая программа по повышению личной эффективности адресована руководителям организаций.

2 Не случайно цитированные нобелевские лауреаты по экономике глубоко вовлечены в психологию — не только психолог Д. Канеман, но и экономист Р. Талер. Последний красочно описывает конструктивную полемику между экономистами и психологами (Талер, 2017).

личных качеств, доведения их до уровня желаемой эффективности. Наличие имплицитного толкования (вынесения суждения на основе нерелексируемых признаков) обнаруживается здесь в нескольких моментах.

Во-первых, в использовании псевдопонятий «*эффективность*» и «*личные качества*». Даже если бы мы имели общепринятое определение понятия «*эффективность*» применительно к индивидууму, у потенциального покупателя представление об эффективности может оказаться заметно иным. Легко показать, что критерии эффективности контекстно обусловлены (о которых априори наш воображаемый специалист знать не может), а внутри контекста часто ещё и определяются пользователем на основе плохо осознаваемых критериев. То же касается и «*личных качеств*»: если спросить разработчиков, что собой представляют эти качества, то в подавляющем числе случаев получим общие рассуждения, отражающие скорее языковую компетентность отвечающего, чем представления о реальности, обозначаемой словосочетанием «*личные качества*».

Во-вторых, в логическом искажении «*чтение чужих мыслей*», что проявилось в определении разработчиками приоритетов и распределении значимости «за других», с опорой, скорее всего, на проекции своих значений. Тогда как субъективные предпочтения во многом остаются неясными даже для самого их владельца. Подобные замечания справедливы и в отношении основанных на неявных допущениях «*знаю, какая нужна эффективность*», «*знаю, как улучшать личные качества*» и тому подобных.

Насыщенность представлений о личной эффективности имплицитно обусловленными убеждениями позволяет квалифицировать их через понятие «*обыденное сознание*». А их носителей — как *типичных носителей обыденных представлений*. Следовательно, тезаурус коммерческих предложений, представленных на рынке тренинговых услуг, представляет собой эмпирический материал для научного исследования обыденных представлений о личной эффективности. Самых же авторов рыночных предложений уместно рассматривать как (разной степени наивности) *экспертов в сфере обыденных представлений* о личной эффективности человека в деловой активности.

Представленные в интернете программы обучения, направленного на повышение личной эффективности — это действующие предложения на рынке. Продавцы, в лице тренеров, учебных, тренинговых центров, ставят себя на место клиента — предугадывают их потребности, а те, кто, покупают — актуализируют эту потребность в той мере, в которой предлагаемое по своим семантическим кодировкам резонирует с ней. Концепция программы тренинга, которую разрабатывает тренер, чаще всего обусловлена не столько его осознанными представлениями о потребностях покупателя, сколько личными потребностями самого тренера в развитии той или иной компетенции, модельно представленными в конструкте «*личная эффективность*». Учитывая, что продаётся не товар, а то, что обслуживает слабо релексируемую потребность, представленные в интернете программы обучения по повышению личной эффективности — это и есть *актуальные для данного общества проекции имплицитно угадываемых потребностей в области персонального обучения, развития личной эффективности*.

Методика

В поисковой системе Google был сформулирован запрос «*курсы повышения личной эффективности*». Программы обучения, попавшие в массив исходных данных для контент-анализа, прошли отбор по следующим условиям: а) программы проводились, проводятся

или будут проводиться в России; б) в названии программы есть указание на *«повышение личной эффективности»* либо, если такого указания нет, программа размещена на сайте провайдера обучения в разделе *«Личная эффективность»*. Категории и подкатегории для контент-анализа определялись следующим образом (рассмотрим на примере тренинга *«Персональная эффективность. Управление временем. Жизнь без стрессов и конфликтов»*).

1. В названии программы обучения выделялись слова (словосочетания), отражающие содержание программы обучения (в приведённом примере это слова *«Эффективность»*, *«Время»*, *«Стресс»*, *«Конфликт»*).

2. Самостоятельные или обобщающие слова или словосочетания выделялись в категорию. Уточняющие слова или словосочетания составляли подкатеорию (в приведённом примере все слова или словосочетания являются самостоятельными, поэтому выделены в самостоятельные категории *«Личная эффективность»*, *«Тайм-менеджмент»*, *«Стресс»* и *«Конфликт»* соответственно).

3. В одном названии могли быть выделены до трёх категорий и подкатегорий.

4. Категория утверждалась как значимая, если обобщающее слово / словосочетание встречалось не меньше чем в десяти программах.

5. Если в разных категориях можно было выделить одинаковые подкатегории, то они выделялись в самостоятельную категорию (по такому принципу были образованы категории *«Команда»*³, *«Управление»*).

6. В некоторых случаях названия категорий изменялись: уточнялись, упрощались (*«русский без ошибок»* заменено на *«Письмо»*), синонимы объединялись (*«руководство»*, *«менеджмент»* заменены на *«Управление»*).

7. Категория *«Другое»* объединила редкие семантические единицы, которые к личной эффективности имеют косвенное отношение. Категорию *«Личная эффективность»* составили только семантические единицы *«личная эффективность»*, в отношении которых не было содержательной детализации.

Всего было выделено 14 категорий и 30 подкатегорий. В силу того, что в данной работе на первый план мы ставим методические проблемы, в содержательном плане ограничимся анализом только 14 категорий (без подкатегорий).

Исходные данные

Проанализировано 444 программы повышения личной эффективности, размещённых на различных ресурсах Интернета в свободном доступе⁴.

Формы обучения

Распределение программ по формам обучения:

- 319 программ (71.9%) доступны только в очной форме;
- 112 программ (25.2%) проводятся дистанционно;
- 12 программ (2.7%) доступны в обеих формах;
- 1 программа (0.2%) — формат проведения не указан.

География предложений

Программы повышения личной эффективности проводятся в 16 городах России (в скобках указано количество программ)⁵: Москва (164), Санкт-Петербург (138), Екатеринбург (21),

3 Недавно было осуществлено исследование рынка тренинговых услуг, сходное по своим целям, но реализованное на другом предметном поле — тренинга командообразования (Зверев, Штроо, 2019).

4 Результаты актуальны на конец февраля 2019 года.

5 Общее количество программ отличается от 444, а именно: 112 программ реализуются только дистанционно, а одна и та же программа обучения может проводиться в разных городах.

Омск (18), Новосибирск (17), Пермь (6), Иркутск (5), Воронеж (4), Челябинск (4), Краснодар (3), Нижний Новгород (3), Ростов-на-Дону (3), Астрахань (1), Владивосток (1), Волгоград (1), Красноярск (1).

Продолжительность обучения

Средняя продолжительность программ обучения по повышению личной эффективности составляет 18.2 часа (около 2.5 дней), из них:

- очное обучение рассчитано на 17.9 часов;
- дистанционное — на 18.6 часов;
- обучение при совмещении дистанционной и очной форм обучения — 23 часа.

Стоимость обучения

Средняя стоимость обучения составляет 16 700 руб. (без учёта 43 бесплатных программ). Для 65 программ стоимость не указана, возможно, из-за боязни отпугнуть высокой ценой, специфики маркетинговой политики тренинговой компании или из-за отсутствия спроса (информация с сайта не убирается, «вдруг будет интерес»). Разброс цен — от 400 руб. до 200 тыс. руб. за программу.

Целевая аудитория

Целевая аудитория анализируемых тренинговых программ — менеджеры среднего звена, линейные руководители (об этом также свидетельствуют названия программ, в частности, слово «руководитель» повторяется в названиях анализируемых программ 59 раз), а также все люди, стремящиеся к повышению личной эффективности и в бизнесе, и в обычной жизни. Во многих программах целевая аудитория не указывается, возможно, это связано с желанием провайдеров обучения привлечь как можно больше людей на обучение.

Таблица 1. Распределение программ по стоимости (безотносительно к длительности)

№	Цена обучения	Количество программ
1	Бесплатно	43
2	До 10 тыс. руб., из них:	160
3	До 1 тыс. руб.	27
4	От 1 до 2 тыс. руб.	16
5	От 2 до 3 тыс. руб.	12
6	От 3 до 4 тыс. руб.	15
7	От 4 до 5 тыс. руб.	10
8	От 5 до 10 тыс. руб.	80
9	От 10 до 20 тыс. руб.	73
10	От 20 до 30 тыс. руб.	53
11	От 30 до 40 тыс. руб.	27
12	От 40 до 50 тыс. руб.	8
13	От 50 до 60 тыс. руб.	11
14	От 70 до 80 тыс. руб.	2
15	От 80 до 100 тыс. руб.	1
16	Свыше 100 тыс. руб.	1
17	Не указана	65
Всего		444

Семантический анализ основных конструктов

Содержательный анализ результатов проведём по трём критериям, интерпретируя их как характеристики обыденного сознания (представления провайдеров тренинговых услуг о личной эффективности персонала).

6 Без учёта 58 программ, продолжительность которых не указана.



Рисунок 1. Количественное распределение программ по ценовым категориям

1. **Частота упоминания категорий** понимается как отражение потребностной значимости обозначаемой этими категориями реальности. Правомерность такой интерпретации опирается на два положения психосемантики. Во-первых, процесс актуализации и осознания элементов некой предметной области носит ассоциативный характер: в момент принятия задачи на создание рыночного продукта «тренинг личной эффективности» ассоциативно актуализируется множество категорий, представляющих собой конструкторы обыденного сознания. Неслучайный характер ассоциаций в группе уже получил своё логическое и математическое обоснование в работе В. П. Серкина (2016, с. 154-157). Во-вторых, конструкторы обыденного сознания деятельностны по своей природе: *они имплицитно моделируют* в образе мира человека фрагмент реальности, охватываемый кругом задач, обозначенных как «повышение личной эффективности» (или его синонимами). В силу деятельностной природы конструктора каждый из них несёт в себе побуждение сопряжённых с ним мотивов (побудительная, мобилизирующая). Поэтому чем чаще актуализируется некий конструктор, тем сильнее в нём представлены содержательно релевантные ему мотивы.

Таблица 2. Частота упоминания категорий в тренинговых программах

Ранг	Категория	Частота упоминания (кол-во программ)	Доля очных программ среди них (%)
1	Тайм-менеджмент	103	74
2	Управление	87	79
3	Общение	50	80
4	Способности	49	57
5	Личная эффективность	42	62
6	Самоменеджмент	34	68
7	Другое	32	66
8	Успех	20	80
9	Лидерство	18	67
10	Стресс	17	76
11	Эмоции	15	67
12	Команда	13	92
13	Конфликт	10	90
14	Уверенность	10	100

2. **Цена программы** интерпретируется как субъективный эквивалент её ценностной значимости. Здесь мы имеем дело с предметной проекцией предельно обобщённой категории «Оценка» (Ч. Осгуд). Применительно к исследуемой сфере оценивается справедливость (эквивалентность) соотношения «вклад / отдача». Эта ценностная соотнесённость осмысляет цену как меру ценности для пользователя — открываемых возможностей, соблюдаемых им норм, реализуемых им долженствований и тому подобное.

3. **Продолжительность программ** рассматривается как индикатор их ресурсоёмкости. Здесь мы имеем дело с предметной проекцией осгудовских категорий «Сила» (смогу ли?) и «Активность» (успею ли?). Создатели тренинговых программ, опираясь на свои имплицитные модели процесса повышения личной эффективности, предугадывают (одна из функций имплицитных моделей — прогноз) степень успешности (успеем ли?) изменений в тренинге с учётом доступных средств работы (сможем ли?).

Самой высокой потребностной значимостью⁷ (на осознанном уровне) характеризуется умение эффективно *распоряжаться личным временем* (см. тайм-менеджмент, Табл. 2). Семантически почти буквально — «быть успешным, значит, успевать». Вторая по значимости категория — «Управление», вероятно, отражает текущий процесс «менеджеризации всей страны». Подтверждения тому находим в переименовании огромного числа должностей на «менеджерские», в росте числа образовательных программ по управлению (в том числе вузовских), в эксплозивной бюрократизации государственного и муниципального аппарата и тому подобном. Далее в списке следуют собственно «личные» конструкты: «общение», «способности» и «самоменеджмент» (интериоризированная «менеджеризация»⁸), отражающие представления об инструментальном обеспечении личной эффективности. Об этом же свидетельствует и характер изменений списка основных навыков личной эффективности. Если ранее данный список включал в себя навыки: постановка целей и определение приоритетов, следование принципам тайм-менеджмента, применение техник эффективного мышления, умение общаться с людьми (Мельников, 2009), то сейчас (Табл. 2) дополнительно к ним появились навыки, связанные с управлением другими людьми и управлением собой.

Таблица 3. Распределение категорий по ценам предлагаемых программ, из которых были извлечены данные категории

Ранг	Категория	Средняя цена 1 часа (руб.)	Доля бесплатных (%)
1	Успех	1 300	5.0
2	Команда	1 200	0.0
3	Конфликт	1 200	0.0
4	Общение	1 200	10.0
5	Стресс	1 200	23.5
6	Тайм-менеджмент	1 100	9.7
7	Уверенность	1 000	0.0
8	Лидерство	1 000	11.1
9	Эмоции	1 000	13.3
10	Управление	800	3.4
11	Самоменеджмент	800	23.5
12	Другое	700	6.3
13	Способности	700	16.3
14	Личная эффективность	500	4.8

7 Категории «личная эффективность» и «другие» пока оставляем за пределами интерпретации.

8 Этим словосочетанием мы стремимся показать, что в обыденных представлениях нашла отражение (интериоризировалась) характерная для социальных процессов последних 30 лет тенденция использовать в названии профессий, должностей и рабочих мест слова, производные от английского *manager* (метафорически эта тенденция была обозначена как «менеджеризация», что выражает скептическое отношение к ней авторов).

В отличие от стоимости целых программ (Табл. 1) почасовая цена (Табл. 3) представляет собой более корректный показатель, который уместно интерпретировать с учётом количества бесплатных программ (видимо, демонстрационных). В лидеры по цене одного часа обучения (и отсутствия бесплатных демонстрационных программ) попали реже всего предлагаемые (ср. с Табл. 2) категории «команда» и «конфликт». Вероятно, это и есть самые «ценные» (дорогие + редкие) референции этих категорий (конструктов). В этом свете самым «дешёвым» воспринимается самое неопределённая категория «личная эффективность» — возможно, самые халтурные предложения на рынке («кот в мешке»). Этому находим подтверждение в таблице 4 — то, что категория «личная эффективность» безусловно лидирует по предполагаемым на неё затратам времени, мы склонны толковать как «мыльный пузырь» на рынке услуг (неизвестно что, требует больших ресурсных вложений, зато дешёвое).

А вот действительно ресурсоёмкими провайдеры рассматривают работу над видами реальности, стоящими за категориями «уверенность», «команда» и «конфликт» (Табл. 4) — их продолжительность близка к средней по отрасли, но предполагается почти тотальное очное присутствие обучаемых. В противовес им «тайм-менеджмент» (лидер упоминаний, Табл. 2) рассматривается как наименее ресурсоёмкий (табл. 4). Сравнительно трудоёмкими оцениваются «управление» и «лидерство».

Таблица 4. Распределение категорий по продолжительности обучения по программе, из которой извлечена данная категория

Ранг	Категория	Средняя продолжительность обучения (часов)	Доля очных в общем количестве (%)
1	Личная эффективность	37	62%
2	Управление	26.6	79%
3	Лидерство	21.8	67%
4	Другое	17.3	66%
5	Способности	17.1	57%
6	Уверенность	16.3	100%
7	Конфликт	16.2	90%
8	Успех	15.2	80%
9	Команда	14.8	92%
10	Эмоции	13.3	67%
11	Общение	12.7	80%
12	Самоменеджмент	11.9	68%
13	Стресс	11.3	76%
14	Тайм-менеджмент	11.1	74%

Анализ, выполненный отдельно по трём переменным, ставит вопрос о необходимости выявления приоритетов — критичных для принятия решений, значимых для прикладного (в частности, маркетингового) использования. Требуется инструмент комплексного анализа переменных, позволяющий выявить вклад каждого из них в обыденные представления о личной эффективности.

Комплексный анализ результатов

Для комплексного анализа переменных, обсуждавшихся выше по отдельности, было выполнено следующее.

1. Значения по каждому из трёх выбранных признаков (частота упоминания, средняя цена одного часа программ и их средняя продолжительность) нормализованы вычитанием среднего значения и делением на стандартное отклонение (Табл. 5).

2. Рассчитан комплексный критерий — обратная величина евклидова расстояния⁹ в трёхмерном пространстве признаков до точки, соответствующей максимуму по всем наблюдаемым значениям. Категории ранжированы по убыванию комплексного критерия (последний столбец Табл. 5).

3. Рисунок 2 построен на основе данных из таблицы 5 (размах шкалы задан крайними значениями: -2.06 и 2.79). Ранг категорий убывает слева направо, «0» соответствует среднему значению признаков.

Согласно обобщённым результатам, в безусловные лидеры вышла категория «управление» (каждая пятая тренинговая программа по повышению личной эффективности адресована руководителям). Это могло бы свидетельствовать об ориентации провайдеров на потребности руководителей высокого ранга, однако предложение недооценено самими же разработчиками (см. цену часа в Табл. 3), что вероятно отражает свойство обыденного сознания быть нечувствительным к своим противоречиям. Следовательно, содержательно речь идёт скорее о стремлении продать, чем о понимании потребностей потенциального покупателя. В этой же логике видится и категория «тайм-менеджмент» — много разговоров (упоминаний), а ресурсная «цена» крайне низка (см. также Табл. 4). Вероятно, мы имеем дело со слабым «попаданием» догадок провайдеров услуг в реально работающие (но плохо осознаваемые) потребности потенциальных пользователей. Это может быть связано и с разработанностью данной темы. Обучение навыкам тайм-менеджмента имеет в России уже свою историю — рынок наполнен множеством книг, тренингов, демонстрационных бесплатных роликов¹⁰.

Таблица 5. Итоговые значения нормализованных признаков (упорядоченные по комплексному критерию)

Ранг	Категория	Количество упоминаний	Цена одного часа обучения	Продолжительность обучения	Комплексный критерий
1	Управление	1.78	-0.54	1.31	0.40
2	Тайм-менеджмент	2.34	0.36	-0.88	0.26
	Среднее	0.00	0.00	0.00	0.26
3	Лидерство	-0.62	0.03	0.63	0.26
4	Общение	0.50	0.83	-0.66	0.25
5	Личная эффективность	0.22	-2.06	2.79	0.25
6	Успех	-0.55	1.40	-0.30	0.24
7	Способности	0.46	-1.27	-0.03	0.23
8	Конфликт	-0.89	0.92	-0.16	0.23
9	Команда	-0.79	0.76	-0.36	0.22
10	ДРУГОЕ	-0.13	-1.12	0.00	0.22
11	Уверенность	-0.89	0.28	-0.15	0.22
12	Эмоции	-0.72	0.08	-0.57	0.21
13	Стресс	-0.65	0.96	-0.85	0.21
14	Самоменеджмент	-0.06	-0.63	-0.77	0.21

9

Рассчитано по формуле:

$$d(x, y) = \sqrt{\sum_{i=1}^n (x_i - y_i)^2}$$

10 Ресурс ozon.ru выделяет разные разделы тайм-менеджмента: для взрослых, детей, мам, школьников и «выдаёт» около 200 разных книг.

Вместе с тем, если говорить об эффективности бизнеса, то она складывается не только из личной эффективности руководителя, но и каждого сотрудника. Серьёзные сдвиги в повышении производительности труда могут произойти, если потребность повышать свою личную эффективность станет целью всех сотрудников, а не только руководителей. Однако в полученных результатах категория «самоменеджмент» занимает самую нижнюю позицию. Управление собой подразумевает управление своей мотивацией, ресурсами и другими процессами (развитие воли и самодисциплины, преодоление лени, вхождение в ресурсное состояние и состояние «потока»...). Но нет, личная эффективность в представлениях составителей тренингов ассоциируется скорее с навыками управления другими людьми, навыками управления временем, навыками общения — с внешними процессами. Гораздо меньше внимания уделяется тому, что происходит за занавесом «персоны» (*persona* в понимании К. Юнга) — на более глубоких уровнях образа мира человека.

Интересно, что левую часть на данном рисунке составляют внешние процессы, а правую часть — внутренние процессы. Личная эффективность, которая по определению должна быть связана с внутренними процессами, повышается не путём работы над собой, над своими внутренними психическими процессами, а повышается за счёт других людей — за счёт повышения их личной эффективности.

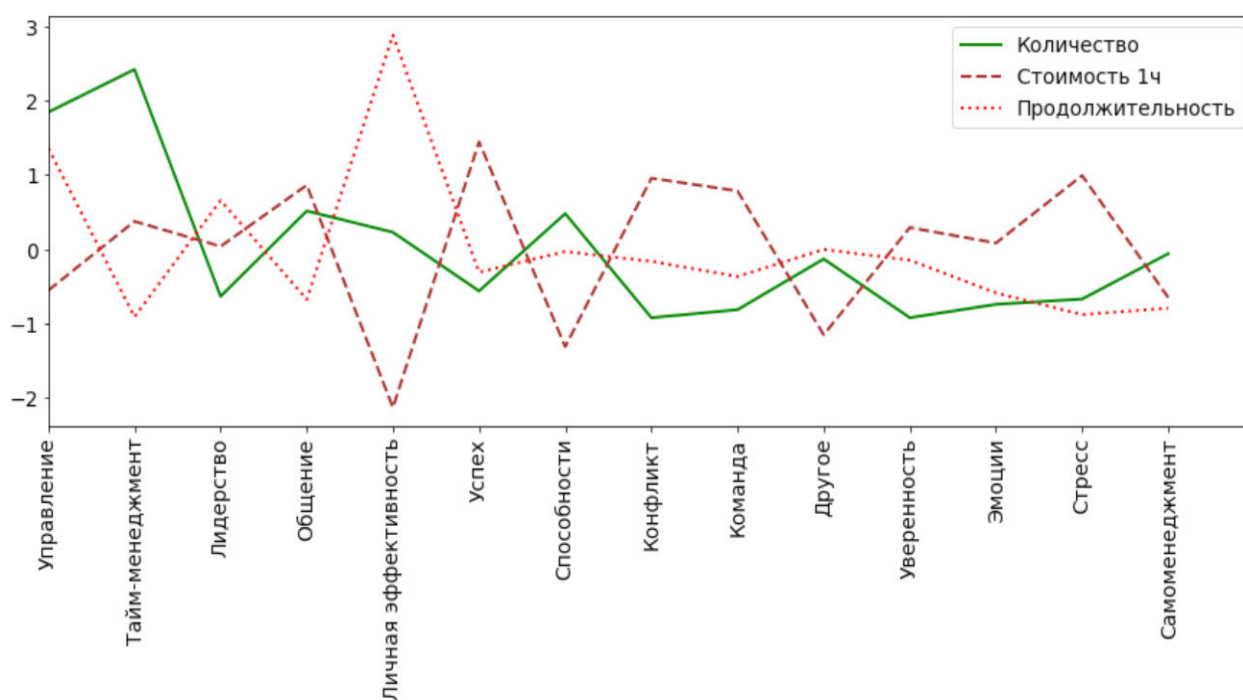


Рисунок 2. Категории, ранжированные по комплексному критерию

Теперь о категориях «личная эффективность» и «другие». Методически они интересны тем, что могут быть использованы как калибровочные — содержательная недифференцированность превращает их в «семантическое среднее» (аналог математическому среднему значению). На рисунке 2 «личная эффективность» выглядит предельно противоречивой — самой ресурсоёмкой и при этом самой дешёвой(?!). В силу своей противоречивости эта категория всё же не дотягивает до статуса «семантическое среднее». Поэтому открытой остается задача выявления содержательного наполнения категории «личная эффективность».

Как видим, предложенная логика интерпретации трёх даже поверхностно определённых переменных даёт неплохую реконструкцию структурных опор обыденных представлений о личной эффективности. Но даже выполненный в терминах субъективной семантики анализ ещё трудно назвать по-настоящему информативным. Полученные с его помощью результаты во многом ожидаемы, а выяснение лежащих в их основе конструкторов в значительной степени зависит от субъективных предпочтений исследователей. Поэтому требуются средства выявления более глубоких структур обыденного сознания, в меньшей степени зависящие от субъективности исследователей.

Анализ семантического пространства «личная эффективность»

Важнейшая особенность психосемантического подхода состоит в стремлении обеспечить реконструкцию n -мерного семантического пространства (математическая модель рассматривается как аналог категориальных систем индивидуального или группового сознания). А содержательные суждения принято выносить, опираясь на полученную реконструкцию, в которой обнаруживается больше связей, чем то способны осознать респонденты или *a priori* предположить исследователи — при условии корректно выполненных исследовательских процедур (пошаговое описание дано в: Доценко, Вахитова, 2014). В нашем случае приходится ограничиться построением трёхмерного пространства — в соответствии с количеством имеющихся конструкторов¹¹. Для его визуализации значения по каждому признаку приведены к единой системе координат — от 0 до 1, построены проекции полученных точек на координатные плоскости (Рис. 3).

В семантическом пространстве обыденных представлений, предметно очерченных как «личная эффективность», лучше открывают свои возможности калибровочные категории. Так, близкими к категории «личная эффективность» оказались «лидерство» и «успех» (самая высокая цена часа), к ним примыкают «конфликт» (высокая цена часа) и «уверенность» — именно этот набор категорий, как видно, в обыденном сознании субъективно эквивалентен личной эффективности(!), что вполне решает задачу выявления содержательного наполнения этой категории. От неё предельно удалённой оказалась категория «тайм-менеджмент» (обе сильно удалены от основного множества). В паре они образуют имплицитное измерение, которое мы склонны истолковать как «Распоряжение/владение: людьми — временем» (ось и два её полюса). Полярно расположенные категории «руководить» и «самоменеджмент» резонно истолковать как измерение с названием «Управление: другими — собой».

Математическое «среднее» (центр тяжести модельного пространства) действительно располагается в центре пространства. Оно соседствует с категорией «стресс» (высокая цена часа) — вероятно, это то, что потребностно объединяет все семантическое пространство в функционально единую систему. Ближайшие к категории «стресс» объекты — «эмоции», «команда», «уверенность», чуть далее «успех» и «общение» — это больше напоминает предметы социальных забот/хлопот, чем собственно личную эффективность. На проблеме стресса можно спекулировать, но в условиях роста сложности задач и общей социальной неопределённости её нельзя решить, не повысив эффективность решающего эти задачи человека. Личная эффективность — согласно полученным результатам — означает лидировать (а не только руководить!), чувствовать себя уверенным в конфликте (а не просто общаться!). Суть этого сдвига от центра в сторону личной эффективности составляет инициативность, субъектность, рисковость и пластичность.

11 В общем случае количество и характер измерений (конструкторов) определяется с помощью математических инструментов снижения размерности данных.

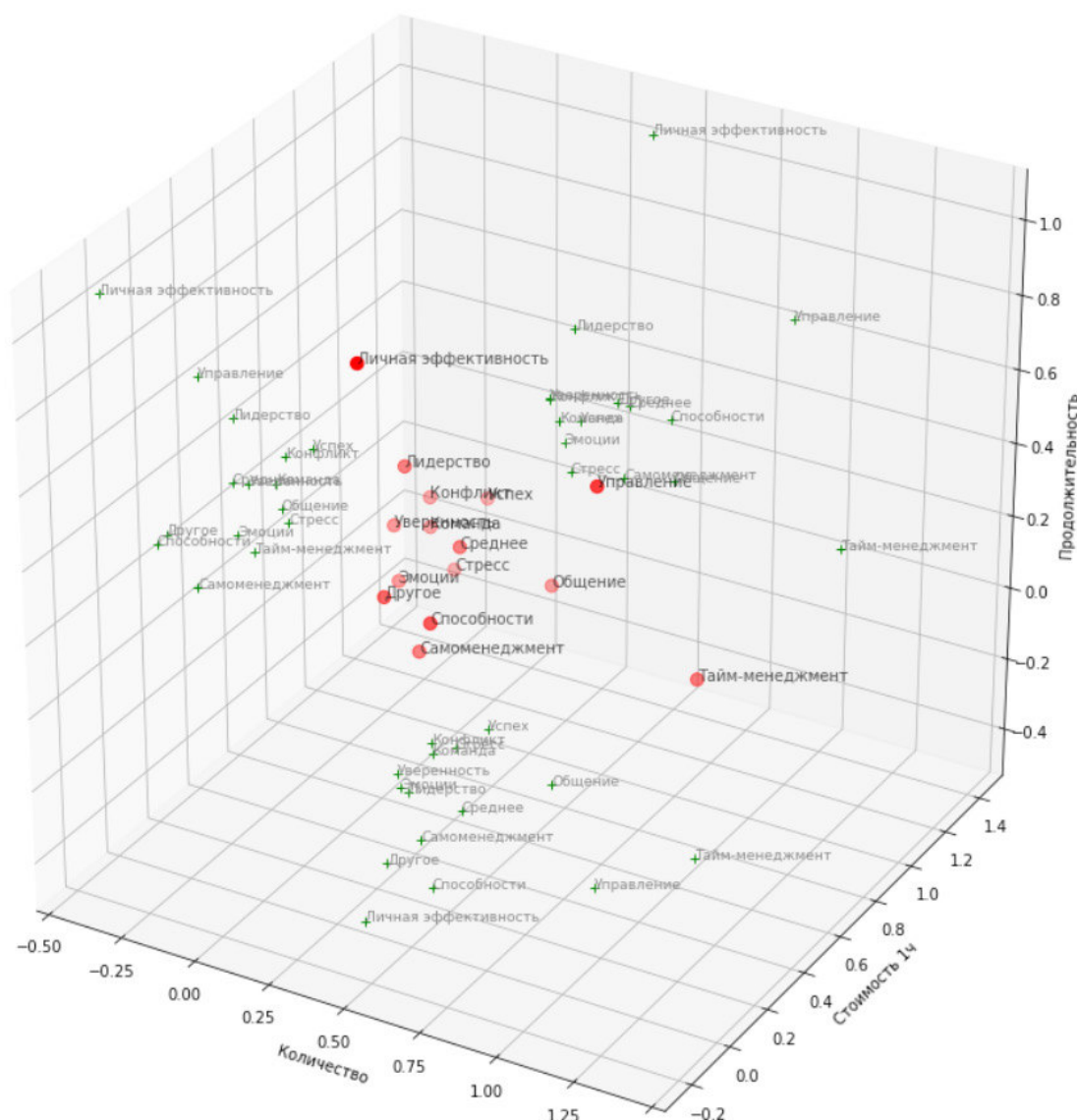


Рисунок 3. Размещение выявленных категорий в трёх-мерном пространстве измерений (конструктов обыденного сознания): «количество упоминаний» (потребностная значимость), «стоимость одного часа» (субъективный эквивалент ценностной значимости) и «продолжительность» (ресурсоёмкость)

Соответственно, чтобы повысить вероятность семантического (смыслового) отклика у потенциального покупателя услуг, модель его потребностей следует строить как минимум в соответствии с измерениями «Управление (собой — другими)» и «Распоряжение (людьми — временем)». Провайдером тренинговых услуг было бы резонно позаботиться о действенности семантических единиц, закладываемых в рекламные тексты. Действенными будут те, что лучше соответствуют конструктам, которыми *руководствуются* (не всегда отдавая себе в этом отчёт) потенциальные покупатели, чем тем, которые эти пользователи *декларируют*. О том, какие это стимулы, можно узнать, выполнив калибровочную процедуру (прикладное маркетинговое исследование) в соответствии с типичным дизайном психосемантического исследования (Доценко, Вахитова, 2014, с. 147-149).

1. Разработать несколько стимульных материалов, варьируя состав семантических единиц, исходя из модели личной эффективности (реконструированной выше или в другом аналогичном исследовании).

2. Создать словарь возможных реакций на предъявляемые стимулы со стороны пользователей или заказчиков. Скорее всего, это будут слова или словосочетания, обозначающие виды поведения читателей, которые интересны заказчику исследования (поставщику услуг).

3. Предъявить репрезентативной выборке потенциальных пользователей / заказчиков «стимулы», попросив их отреагировать словами из предложенного списка (словаря).

4. Оценить, какой из стимульных вариантов даёт тот набор реакций (профиль), который устраивает поставщика услуг.

Варьировать стимульный материал можно, например, ориентируясь на разные целевые группы (заданные полюсами нашей модели): «Лидеры», «Руководители», «Организованные» и «Успевающие» (названия приблизительные). Семантическое наполнение для вариантов можно взять или из содержания выявленных в контент-анализе подкатегорий (в данной статье не обсуждались) или набрать с помощью метода ассоциаций (см.: Серкин, 2016). Если при этом ещё и позиционировать выборку опрашиваемых, то можно получить богатый материал для создания рекламных продуктов с повышенной нацеленностью и эффективностью (действенностью).

Эту действенность обеспечивают процессы категоризации¹² на стороне адресатов рекламных сообщений: в семантическом пространстве их образа мира происходит поиск категорий (конструктов), релевантных воспринимаемому содержанию. Чем выше сходство между категориальными системами создателей рекламных предложений и их адресатами, тем выше вероятность, что сообщение найдет благосклонный отклик у вторых. Потому что будет воспринято легко (быстро понято), оценено почти как своё (благодаря совпадению имплицитных словарей), пробудит надежду быстро обучиться (так как вызывает доверие) и тому подобное. В итоге сочетание актуализированных «легко», «безопасно» и «быстро»¹³ создаёт субъективное впечатление соответствия предлагаемого ожидаемому. Останется лишь настроить предложение на имплицитную модель — или руководителей организации (потенциальных заказчиков), или сотрудников (потенциальных участников тренингов).

Таким образом, используемая в психосемантике традиция мыслить в терминах субъективных семантических пространств открывает более широкие возможности для маркетинговых исследований: строить модели потребностей потенциальных потребителей (обозначая перспективу их (потребностей) коммерчески значимого опредмечивания), формулировать рекламные предложения, точнее представляя их целевую аудиторию.

Стоит обратить внимание, что если вначале мы интерпретировали данные с опорой на предзаданные (фактически тривиальные) переменные «деньги» и «время», то в завершение пришли к выявленным (не заданным изначально) конструктам «Управление (собой — другими)» и «Распоряжение / владение (людьми — временем)». Первый в большей степени отражает возможность задавать цели (указания), а второй — иметь доступ к ресурсам.

Высока вероятность, что рыночное предложение, основанное на реконструированном пространстве, даст лучший отклик (семантический резонанс) у потребителей, поскольку точнее моделирует их имплицитную модель личной эффективности. Ожидается также, что тренинговые программы, реализованные в соответствии с данной моделью, обеспечат экологичность учёбы (сообразность природе субъективной реальности) и снижение психологических затрат участников. Повышенная эффективность преобразующего воздействия на тренингах обеспечит дополнительный психотехнический эффект, повышая личную эффективность участников на имплицитном уровне (за счёт включения неосознаваемых процессов).

12 Категоризация — психический процесс отнесения единичного объекта, события, переживания к некоторому классу.

13 Осгудовские «Сила», «Оценка» и «Активность», соответственно.

Выводы

Предлагаемый приём проведения маркетингового исследования концептуально раскрывается через понятия «обыденное сознание», «имплицитные модели», «семантическое пространство» и «конструкты». Базовое допущение: вербально сформулированные предложения представляют эмпирический материал, содержащий сведения об имплицитной модели социальной реальности, которая составляет предмет рыночного предложения. Успех последнего зависит от точности соответствия модели провайдеров услуг (в данном случае тренингов личной эффективности) той модели, которой руководствуются потенциальные пользователи.

Операциональное описание приёма:

1) с помощью контент-анализа рекламных интернет-материалов выделяется множество категорий (семантических объектов), охватывающее интересующую исследователя предметную область;

2) выделяются переменные, способные составить оси для реконструкции субъективного семантического пространства (осознаваемых обыденных представлений о предметной области);

3) оценивается, насколько выбранные переменные структурируют (упорядочивают) выделенные семантические объекты;

4) строится семантическое пространство, оси которого составляют выбранные переменные, а выделенные объекты размещаются в пространстве этих осей;

5) семантическое пространство интерпретируется как имплицитная модель, которой неявно пользуются провайдеры услуг, генерируя свои рыночные предложения;

6) взаимное расположение объектов в семантическом пространстве оценивается как критерий их семантической близости или удалённости, на основании чего выносятся содержательные суждения.

В результате проведения такого рода исследования открывается возможность повысить действенность рыночных предложений за счёт подстройки под категориальные системы и имплицитные ожидания потенциальных пользователей — в основном руководителей организаций, но также и некоторой части персонала с карьерной направленностью.

Для предметной области «тренинги личной эффективности» получены следующие результаты (на редуцированном массиве семантических объектов). Выявлены следующие конструкты имплицитных представлений: «Управление (собой — другими)» и «Распоряжение / владение (людьми — временем)». Первый в большей степени отражает возможность задавать цели (указания), а второй — иметь доступ к ресурсам.

Программы тренингов личной эффективности, составленные на основе модели (реконструкции обыденных представлений), открывают возможность повысить их экологичность (сообразность природе преобразуемой субъективной реальности), снизить затраты на получение результатов — как со стороны тренеров, так и со стороны участников.

Литература

- Баринова, Н. В. (2018). Трансформация потребительского поведения: история и современность. *Вестник Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова*, 3, 140–146.
- Доценко, Е. Л., Вахитова, З. З. (2014). *Психосемантика: учебное пособие*. Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета.

- Зверев, Д. А., Штроо, В. А. (2019). Спрос на тренинговые услуги по командообразованию в современных российских организациях. *Социальная психология и общество*, 10(1), 182–198. doi:10.17759/sps.2019100111
- Канеман, Д., Тверски, А. (2003). Рациональный выбор, ценности и фреймы. *Психологический журнал*, 4, 31–43.
- Мельников, И. И. (2009). Основы личной эффективности. *Вестник государственного университета морского и речного флота им. адмирала Макарова*, 3, 119–125.
- Рыжкова, М. В. (2012). Иррациональное потребительское поведение как предмет экономической науки. *Вестник Томского государственного университета. Экономика*, 4, 64–72.
- Серкин, В. П. (2016). *Психосемантика: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры*. Юрайт.
- Талер, Р. (2017). *Новая поведенческая экономика. Почему люди нарушают правила традиционной экономики и как на этом заработать*. М.: Эксмо.
- Шмоллер, Г. (2011). К методологии общественно-политических и социальных наук. *Terra economicus*.
- Commons, J. R. (1931). Institutional Economics. *American Economic Review*, 21, 648–657.
- Jevonce, W. S. (1965). *The Theory of Political Economy*. Reprints of economic classics.
- Mitchell, W. C. (1910). The Rationality of Economic Activity. *Journal of Political Economy*, 18, 197–216.

Поступила 14.05.2019



ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY

Psychosemantic analysis of personal efficiency training market: designing of the methodology

Eugene DOTSENKO

Tyumen State University, Tyumen, Russian Federation

Julia KHAMZINA

West Siberian Commercial Bank, Tyumen, Russian Federation

Tyumen State University, Tyumen, Russian Federation

Timur KHAMZIN

Tyumen Oil Research Center, Tyumen, Russian Federation

Abstract. To cater successfully to a nascent need in the market, it is critical for the service provider's intuitive model to be accurate, and for its key points to be well thought-out. *Purpose.* The paper substantiates a methodical technique that allows to reconstruct an implicit model, based on which market offers are formulated (as shown for the case of personal efficiency trainings). *Method.* The conceptual basis of the method was provided by such concepts of psychosemantics as "common consciousness", "implicit models", "semantic space", "constructs". The empirical basis consisted of 444 offers of personal efficiency trainings offered on the Russian Internet. By means of content-analysis (Excel classifier), 13 categories were identified as common consciousness constructs attributed to the training services providers. The paper shows the possibility to view the categories' mentioning frequency as a reflection of their need significance in the reality they denote, the programs' price as a subjective equivalent of their value significance, and the duration of programs as an indicator of their resource intensity. *Findings.* The analyzed categories were placed in a semantic space formed by these three constructs. The results analysis in terms of semantic spaces allows to obtain non-obvious results, which speaks to their deep (non-reflexive) nature. So, it turns out that personal efficiency (in the narrow sense) is essentially pro-acted, which implies, in particular, being a leader (not simply a manager), being able to manage conflicts (not simply communicate). This sense can be extended to include the ability to control others and / or oneself. The reconstructed implicit model of personal efficiency allows to formulate training offers for at least four distinct target groups: "leaders", "managers", "the reliable" and "achievers" (increasing chances of potential users' response). The last two groups indicate the prospect of teaching personal efficiency to ordinary employees (subordinates), not only managers.

Keywords: personal efficiency, market offers, psychosemantics, semantic space, common consciousness, implicit models, content-analysis.

References

- Barinova, N. V. (2018). Transformatsiya potrebitel'skogo povedeniya: istoriya i sovremennost' [Transformation of consumer behavior: history and modernity]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta im. G. V. Plekhanova*, 3, 140–146.
- Commons, J. R. (1931). Institutional Economics. *American Economic Review*, 21, 648–657.
- Dotsenko, Ye. L., Vakhitova, Z. Z. (2014). *Psikhosemantika: uchebnoye posobiye* [Psychosemantics: study guide]. Tyumen': Izdatel'stvo Tyumenskogo gosudarstvennogo universiteta.
- Jevonce, W. S. (1965). *The Theory of Political Economy*. Reprints of economic classics.
- Kahneman, D., Tversky, A. (2003). Ratsional'nyy vybor, tsennosti i freymy [Rational choice, values and frames]. *Psikhologicheskiiy zhurnal*, 4, 31–43.
- Mel'nikov, I. I. (2009). Osnovy lichnoy effektivnosti [Basics of personal effectiveness]. *Vestnik gosudarstvennogo universiteta morskogo i rechnogo flota im. admirala Makarova*, 3, 119–125.
- Mitchell, W.C. (1910). The Rationality of Economic Activity. *Journal of Political Economy*, 18, 197–216.
- Ryzhkova, M. V. (2012). Irratsional'noye potrebitel'skoye povedeniye kak predmet ekonomicheskoy nauki [Irrational consumer behavior as a subject of economic science]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika*, 4, 64–72.
- Serkin, V. P. (2016). *Psikhosemantika: uchebnik i praktikum dlya bakalavriata i magistratury* [Psychosemantics: a textbook and practical work for undergraduate and graduate programs]. Yurayt.
- Schmoller, G. (2011). K metodologii obshchestvenno-politicheskikh i sotsial'nykh nauk [To the methodology of socio-political and social sciences]. *Terra economicus*.
- Thaler, R. (2017). *Novaya povedencheskaya ekonomika* [New behavioral economics]. M.: Eksmo.
- Zverev, D. A., Stroh W. A. (2019). Spros na treningovyye uslugi po komandoobrazovaniyu v sovremennykh rossiyskikh organizatsiyakh [The demand for training services in team building in modern Russian organizations]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo*, 10(1), 182–198.
doi:10.17759/sps.2019100111

Received 14.05.2019



Создание и анализ психометрических свойств опросника «Статус управленческой идентичности»

ПАРАМУЗОВ Александр Викторович
НЕСМЕЯНОВА Роксана Константиновна

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия

Аннотация. Цель. В статье представлены результаты разработки опросника «Статус управленческой идентичности» (ОСУИ), основанного на расширенной статусной модели идентичности Дж. Марсиа. Преимуществом созданной методики является учёт специфики такой профессиональной группы, как руководители, а также переход к количественным методам исследования, что дает возможность устанавливать корреляционные и причинно-следственные связи управленческой идентичности с другими психологическими конструктами. В статье описана проверка факторной структуры методики, оптимального состава шкал и её психометрических свойств, таких как конвергентная и дискриминантная валидность, а также надёжность (внутренняя согласованность). Методология. В исследовании приняли участие 449 человек, из них — 275 сотрудников различных организаций и 174 руководителя (92 менеджера и 82 предпринимателя). Результаты. В ходе эксплораторного факторного анализа были выявлены два фактора, соответствующие шкалам «принятие» ($\alpha = .79$) и «пересмотр принятия» ($\alpha = .81$). Суммарная объяснённая дисперсия составила 63.82%. С помощью конфирматорного факторного анализа была выбрана оптимальная факторная структура, с рекомендованными индексами соответствия конфирматорных моделей ($\chi^2 = 12.54$; $RMSEA = .057$; $df = 8$; $SRMR = .040$; $CFI = .987$; $TLI = .976$; $AIC = 2946.661$). Шкалы опросника обладают конвергентной и дискриминантной валидностью. Выводы. Результаты исследования показывают, что разработанный опросник «Статус управленческой идентичности» обладает приемлемыми психометрическими свойствами. Ценность результатов. Создана первая версия методики, которая позволяет количественно измерять статусы управленческой идентичности.

Ключевые слова: управленческая идентичность; статусная модель идентичности; интрупповая идентификация; временная перспектива будущего.

Введение

Изучение феномена идентичности является одной из наиболее актуальных и перспективных тем в современных организационных и социально-психологических исследованиях. Проблемы идентичности рассматриваются в разных аспектах на индивидуальном, социальном и профессиональном уровнях. Последние десятилетия особое внимание уделяется вопросам идентичности и идентификации в организационном контексте. Это обусловлено тем, что в современном мире множество людей работают в промышленности и различных учреждениях. Поэтому, как теоретики, так и практики осознают значимость успешного прохождения

сотрудниками процессов идентификации, что взаимосвязано с эффективностью их работы и коммерческим успехом организаций (Липатов, 2004; Бурмистрова, 2012; Несмеянова, 2018).

В контексте групповых и межгрупповых отношений и организационного сотрудничества, изучается взаимосвязь идентичности с приверженностью, мотивацией и лояльностью работников (Ellemers, 2004; Meyer et al., 2006; Katrinli et al., 2009; Ловаков, Липатов, 2011; Hassan, 2012; Pandey, Khare, 2012). Идентичность формирует логику действий и модели поведения, влияет на общую стратегию деятельности и принятие решений (Riketta, 2005; Sluss, Ashforth, 2008; Edwards, Pecscei, 2010; Verganti, 2011). Таким образом, она связана с управленческими и организационными ценностями, а также конкретными ролями, управленческой принадлежностью, разделением миссии и целей организации, восприятием корпоративной культуры и видением будущего (Mayer, 2008).

Большинство проведённых исследований касалось организационной идентичности сотрудников и не так много уделялось внимания такой группе как руководители и управленцы. Это обусловлено, во-первых, количественным соотношением данных профессиональных групп, и, во-вторых, более лёгкой возможностью привлечения к участию в исследованиях рядовых работников. Безусловно, у категории руководителей есть своя специфика, которая заключается, в том числе, в их особом положении и статусе в организации, когда их действия и результаты принятых ими решений отражаются не только на них лично, но также на их подчинённых и деятельности самой организации. Поэтому актуальным и востребованным является разработка диагностического инструмента для изучения управленческой идентичности, который даст возможность получить данные, позволяющие проанализировать социально-профессиональную группу руководителей и управленцев.

Несомненно, самым большим препятствием для исследования идентичности, в том числе управленческой, является проблема её измерения. Это обусловлено многогранностью данного феномена, и стало причиной того, что абстрактная теоретическая концептуализация во многом опередила конкретные эмпирические исследования. Для измерения управленческой идентичности иногда используется тест М. Куна и Т. Макпартланда «Кто Я?» (Kuhn, McPartland, 1954) в модификации «Кто Я как руководитель?». Однако этот тест можно отнести к качественным методикам, что не позволяет представить его результаты в виде независимой переменной для осуществления сравнительного анализа или проверки причинно-следственных связей. То же ограничение есть и у метода незаконченных предложений, методики «ролевой список», интервью и всех других качественных методов.

Зарубежные учёные сформулировали требования, которым должен соответствовать любой метод измерения идентичности: (1) с его помощью должно быть возможным получение количественных показателей для использования в многомерном анализе данных (как в качестве независимой, так и зависимой переменной), (2) эти показатели должны учитывать многомерный характер идентичности, (3) он должен обладать надёжными и валидными шкалами с фиксацией опорных точек для измерения и (4) он должен интегрировать личностные и ролевые составляющие (Burke, Tully, 1977). Представленная в рамках данной статьи методика способствует переходу к количественным методам исследования, что поможет решить ряд поставленных задач, в том числе установить корреляционные и причинно-следственные связи управленческой идентичности с другими психологическими конструктами.

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что среди отечественных методик нет подходящих количественных методик для определения статуса управленческой идентичности. Существует адаптированная версия полуструктурированного интервью по статусной

модели идентичности Дж. Марсиа (Татарко, 2009) и его методика «Незавершенные предложения» (Орестова, 2001), которые являются качественными инструментами и имеют ограничения по сравнению с количественными (Burke, Tully, 1977). Другая причина состоит в том, что не всегда корректно измерять инструментом, созданным для конкретной выборки, другую группу людей, поскольку формулировки пунктов (вопросы) могут оказаться нерелевантными. Например, вопросы, ориентированные на рядовых работников, не подойдут для управленцев, поскольку у них разные функции и обязанности. В связи с этим появляется необходимость в разработке конкретной методики для изучения руководителей. Ещё одна причина состоит в том, что иногда приходится использовать «смежные» методики для изучения феномена, что показывает близкие, но не точные результаты. Обычно не возникает проблем, когда изучаемый феномен не сильно дифференцирован и может измеряться одним инструментом. Однако управленческая идентичность — феномен, который может быть обнаружен у руководителей (управленцев), и возникает вопрос правомерности её измерения у рядовых исполнителей и тех категорий сотрудников, кто не занимает руководящую должность. Что касается управленческой идентичности, на данный момент не существует отдельных инструментов, позволяющих проводить более точные исследования, поэтому чтобы решить эту проблему мы предлагаем методику специально для изучения идентичности руководителей.

Цель данного исследования — разработка методики для определения статуса управленческой идентичности.

Статусная модель идентичности Дж. Марсиа

В психологию понятие «идентичность» ввёл представитель психоаналитической парадигмы Эрик Эриксон. В отличие от З. Фрейда, подразделявшего психо-сексуальное развитие человека на пять стадий, он предложил своё понимание этого процесса и выделил восемь отдельных этапов. Саму идентичность он определял как внутреннюю непрерывность и тождественность личности на протяжении всей жизни (Erikson, 1968). Данное чувство сопровождается ощущением осмысленности, целостности и целенаправленности деятельности, а также уверенности во внешнем одобрении. Это процесс организации жизненного опыта в индивидуальное «Я», которое, как сложная структура, обладает собственной энергией и определяет динамику личностного развития. Идентичность можно рассматривать как главный компонент Я-концепции, поскольку «Я» (Self) — это совокупность идентичностей, каждая из которых воспринимается косвенно через совместную деятельность и общение с окружающими (Stryker, 2007).

Формирование целостности личности (эго-идентичности) связано с процессами социального взаимодействия. Согласно Э. Эриксону (Эриксон, 2006), на каждой из восьми стадий развития идентичности, индивид осуществляет выбор между двумя альтернативными вариантами решения ситуационных и возрастных задач развития, выдвигаемых обществом. Данный переход от одной формы эго-идентичности к другой сопровождается психосоциальными кризисами. Сделанный человеком выбор влияет на всю последующую жизнь и определяет ее успешность. Таким образом, основная функция данной личностной структуры — адаптация в широком смысле этого слова.

Концепция Э. Эриксона завоевала большое признание в научном мире как теоретическая разработка и стала базой и отправной точкой для многих зарубежных и отечественных исследователей, которые пытались обосновать его идеи эмпирически (Симонова, 2000). Одной

из первостепенных задач для ученых стала строгая научная операционализация понятия «идентичность». Широкую известность получил подход к изучению феномена идентичности Дж. Марсиа, одного из ближайших последователей Э. Эриксона. Результатом научной разработки учёного стала его статусную модель (Marcia, 1966).

По мнению Дж. Марсиа, идентичность — структура эго — это внутренняя самосоздающаяся, динамическая организация потребностей, способностей, убеждений и индивидуальной истории жизни. Он также подчёркивал роль социального окружения для формирования идентичности подростка, а сам процесс развития идентичности разделил на два этапа — поиск (*exploration*) и принятие (*commitment*) (Marcia, 1980; Злоказов, 2015). Смысл первого этапа заключается в рассмотрении индивидом возможных потенциальных вариантов идентичности, включающих в себя соответствующие им цели, ценности и идеи, а также осмысление внутренних резервов и информации о наиболее приемлемых и вероятных путях собственного развития. Этап принятия предполагает решение человека следовать определённому варианту идентичности, интериоризируя выбранные цели, ценности и верования, что сопровождается для него ощущениями тождественности, целостности, последовательности, а также снижением дезориентации и внутренней неопределённости.

Поскольку каждый человек индивидуален в совокупности своих когнитивных способностей, личностных черт, социальных условий, возможностей саморегуляции и саморазвития, это сказывается на его гибкости, адаптивности, количестве приемлемых и рассматриваемых вариантов в процессе поиска. Личность с бóльшим потенциалом и обладающая зрелыми механизмами социального функционирования, более свободна в своём выборе и меньше ориентируется на предписанные социумом образцы идентичности.

Дж. Марсиа считал, что структура идентичности складывается из последовательных решений каждой встречающейся проблемы. Сумма принятых решений относительно себя и своей жизни развивает личность, даёт возможность осознать свои сильные и слабые стороны, формирует целенаправленность и осмысленность всей деятельности. С исторической точки зрения это была одна из первых попыток измерить такой психологический конструкт как идентичность и операционализировать её составляющие. Дж. Марсиа определил способность индивида следовать выбранной им цели развития как совокупность внутренних и динамических характеристик, определяющих длительность и содержание процесса формирования идентичности (Marcia, 1993). Согласно его концепции, феноменологически различные виды идентичности проявляются через наблюдаемые паттерны «решения проблем», то есть актуализируются в ситуации социального выбора.

Дж. Марсиа, опираясь на два критерия — (1) наличие / отсутствие поиска альтернатив; (2) наличие / отсутствие осуществлённого выбора — создал свою классификацию. Он выделил четыре статуса развития идентичности (см. Табл. 1), отражающие её содержание (Marcia, 1993).

Таблица 1. Статусная модель идентичности Дж. Марсиа

Этапы развития идентичности	Статусы идентичности			
	Достигнутая идентичность	Предрешённая идентичность	Мораторий	Диффузная идентичность
Поиск	Высокий уровень	Низкий уровень	Высокий уровень	Низкий уровень
Принятие	Высокий уровень	Высокий уровень	Низкий уровень	Низкий уровень

Каждый из статусов был описан Дж. Марсиа более подробно (Marcia, 1993). В дальнейшем его модель приобрела популярность и стала применяться учёными к разным возрастным группам. Так, *диффузная идентичность* характеризуется им отсутствием цельной, опре-

делённой идентичности, поскольку в силу свойств личности и/или социального положения, ни поиск, ни выбор решения не осуществлялись индивидом. У таких людей нет внутренней целостности, стремлений и воли, которые могли бы послужить фундаментом для построения стратегии самореализации внутреннего потенциала в жизни. Для них характерен негативный эмоциональный фон, и преобладают пассивность, пессимизм, апатия и тревога (Waterman, 1985; Tesch, Cameron, 1987; Clancy, Dollinger, 1993). Им свойственны низкая самостоятельность и самооценка (Marcia, 1966; Berzonsky et al., 1991), невысокие моральные устои (Skoe, Marcia, 1991), неадекватный подход к процессу принятия решений (Blustein, Phillips, 1990) и низкий уровень адаптации (Meeus et al., 1999).

Предреши́нная идентичность возникает, когда индивид принимает «готовое» решение под воздействием социальной среды и внешних обстоятельств. Зачастую это происходит ещё в раннем возрасте, поэтому человек не переживает кризис идентичности, так как уже имеет план на будущее. При этом широкий поиск им не осуществляется, а снимается калька целей, ценностей и убеждений с ближайшего окружения значимых для него людей, или он следует их советам и выбору, отражая их ожидания. Исследования показали, что индивидам в данном статусе свойственен авторитаризм (Marcia, 1966, 1980) и слабовыраженная открытость к новому опыту (Tesch, Cameron, 1987; Clancy, Dollinger, 1993). Что касается адаптации, они демонстрируют низкую тревожность, отсутствие депрессии и высокую удовлетворённость жизнью (Meeus et al., 1999). Таким образом, Дж. Марсиа, в отличие от Э. Эриксона, показал, что приобретение идентичности возможно без поиска (Marcia, 1966, 1967).

Статус *мораторий* соответствует стадии, когда индивид находится в кризисе и конструирует свою идентичность, активно перебирая возможные варианты, соответствующие его интересам, целям, ценностям и идеалам. При этом сам выбор ещё не осуществлен и решение не принято, однако человек в начале процесса возлагает надежды на будущее и испытывает чувства любопытства и позитивного ожидания. Такие люди открыты для нового опыта, но обладают более низкими показателями экстраверсии и эмоциональной стабильности (Tesch, Cameron, 1987; Clancy, Dollinger, 1993). Кроме того, им свойственны высокий уровень тревожности (Marcia, 1980; Meeus et al., 1999), склонность к депрессии и плохое самочувствие.

Достигнутая идентичность представляет собой стадию, когда активный поиск, основанный на лично значимых для индивида ценностях, убеждениях и целях, успешно завершён принятым решением. Как правило, оно автономное и самостоятельное, отлично от предлагаемых ближайшим окружением социальных шаблонов, и предоставляет широкий простор для самореализации. Таким людям свойственны оптимизм в отношении будущего, рациональное и гибкое мышление, способность принимать взвешенные и эффективные решения, а также стремления и воля, позволяющие достичь нужных результатов. Согласно проведённым исследованиям, таким индивидам характерна экстраверсия, эмоциональная устойчивость, открытость для опыта (Clancy, Dollinger, 1993); им свойственны высокая мотивация достижения и самооценка (Orlofsky, 1978), они обладают внутренним локусом контроля (Abraham, 1983) и низким уровнем авторитаризма (Marcia, 1966, 1993); используют запланированные стратегии принятия решений (Blustein, Phillips, 1990) и демонстрируют высокий уровень моральных устоев (Skoe, Marcia, 1991). Что касается психосоциальных проблем, то у этих людей наблюдается здоровая адаптация, характеризующаяся отсутствием депрессии, низкой тревожностью и высокой удовлетворённостью жизнью (Marcia, 1980; Meeus et al., 1999). С точки зрения становления личности, это наиболее зрелый вариант.

Несмотря на то, что концепция в основном создавалась на основе анализа подросткового возраста, Дж. Марсиа подчёркивал, и это особенно отражалось в его поздних публикациях (Marcia, 1980; Stephen et al., 1992), что идентичность индивида развивается на протяжении

всей его жизни и зависит от разных факторов, в том числе таких, как образование, возраст, пол, этническая раса, и поэтому взрослых также изучают на основе статусной модели Дж. Марсиа (Waterman, Archer, 1993). Кроме того, возможно «переключение» с одного статуса идентичности на другой (прогресс или регресс) уже во взрослой жизни в ответ на определённые серьёзные жизненные изменения и обстоятельства (Helson et al., 1995; Stewart et al., 2001; Alvesson, Wilmott, 2002; Marcia, 2002; Zucker et al., 2002; Cramer, 2004; Josselson, 2009; Whitbourne et al., 2009; Kroger et al., 2010; Fadjukoff et al., 2010; MacKenna, 2010; McLean, Pasupathi, 2012). Но, тем не менее, консолидированная, хорошо интегрированная структура идентичности индивида обеспечивает личную систему координат для принятия решений и интерпретации опыта и информации, имеющей к нему отношение, что позволяет сохранять осмысленное чувство самосознания, тождественности и непрерывности, несмотря на случайные события и перемены в жизни (Berzonsky, 2005).

Дж. Марсиа удалось операционализировать понятие «идентичность», что дало возможность измерять и оценивать её состояние (статусы), опираясь на качественные показатели. Это стало преимуществом его концепции, дало возможность её широкого применения в психологии и спровоцировало волну эмпирических исследований (Schwartz, 2001; Schwartz et al., 2011; Kroger, Marcia, 2011; Meeus, 2011; Kroger, 2012). Дж. Марсиа в своё время подчёркивал недостатки использования опросников, считая, что вместо того, чтобы давать бóльшую объективность результатов, они в силу своей структуры сужали вариативность ответов, что снижало отражение масштабности и глубины самого явления (Bartholomew et al., 2000; Kroger, Marcia, 2011). Им было предложено использовать метод полуструктурированного интервью и метод незавершённых предложений. Так, на основе экспертного анализа магнитофонных записей, определялся статус идентичности индивида. Впоследствии, помимо метода интервью, стали использоваться различные анкеты и опросники (Berzonsky, 1989; Adams, 1999), шкалы самоотчётов (Adams et al., 1979; Dellas, Jernigan, 1981; Balistreri et al., 1995), служившие той же цели, однако они также не отражали многомерность идентичности, не измеряли её, а выявляли только поверхностное представление о ней.

Другая сложность состоит в том, что идентичности у человека могут быть множественные, и кризис в одной определённой социальной сфере не свидетельствует о кризисе в остальных (Coleman, 1974; Matteson, 1975). Со временем они объединяются в иерархию идентичностей (McCall, Simmons, 1966; Stryker, 1968). Кроме того, как правило, в каждый определённый момент жизни человеку свойственно смешанное состояние идентичности, поэтому строгое отнесение его к тому или иному конкретному статусу достаточно условно.

Современные подходы к применению статусной модели Дж. Марсиа

В рамках концепции Дж. Марсиа, определение статуса идентичности было направлено на то, чтобы классифицировать людей, а не изучать процесс её развития (Bosma, 1985). Однако многие последователи признали важность изучения процесса формирования идентичности, а не фокусирования исключительно на его результатах (Grotevant, 1987, Stephen et al., 1992). Так, Х. Босма проводил различие между принятием выбранных обязательств и степенью, в которой человек идентифицируется с ними (Bosma, 1985). В свою очередь, В. Меус предложил учитывать степень активности рефлексии по поводу выбранного варианта идентичности (Meeus, 1996). Таким образом, в то время как в теории Дж. Марсиа «исследование» включает в себя взвешивание различных альтернатив до того, как выбор сделан, В. Меус подчеркнул важность изучения уже после осуществления выбора, что является непременным условием для поддержания и подтверждения существующей идентичности. В итоге было выявлено

различие между двумя видами «Поиска» (Exploration), предложенными Дж. Марсиа, которые получили названия «расширенный поиск» (exploration in breadth) и «углубленный поиск» (exploration in-depth) (Luycx, Goossens, Soenens, Beyers, 2006). Далее фактор «расширенный поиск» получил ещё одно название «Пересмотр принятия» (reconsideration of commitment) (Crocetti et al., 2008).

Таким образом, появились три, а не два фактора, влияющих на формирование статусов: принятие (*commitment*) — относится к совершённому индивидом выбору своей идентичности, и к уверенности в себе, которую он ему даёт; углубленный поиск (*in-depth exploration*) — степень, в которой индивид анализирует свою текущую идентичность, в сочетании с поиском других вариантов; пересмотр принятия (*reconsideration of commitment*) – сравнение человеком существующей идентичности с альтернативными, поскольку нынешняя больше не удовлетворяет, а также протекание процессов рассматриваемых в рамках теории социальной идентичности. В связи с добавлением нового фактора статусы также изменились в расширенной статусной модели идентичности. Например, статус «Мораторий» в этой модели имеет два вида: «мораторий» (*moratorium status*) и «поисковый мораторий» (*searching moratorium status*) (Mancini et al., 2015). Расширенная статусная модель идентичности представлена в таблице 2.

Таблица 2. Расширенная статусная модель идентичности Дж. Марсиа

Этапы развития идентичности	Статусы идентичности				
	Достигнутая идентичность	Предрешенная идентичность	Мораторий	Поисковый мораторий	Диффузная идентичность
Принятие	Высокий уровень	Высокий уровень	Низкий уровень	Высокий уровень	Низкий уровень
Углубленный поиск	Высокий уровень	Низкий уровень	Средний уровень	Высокий уровень	Низкий уровень
Пересмотр принятия	Низкий уровень	Низкий уровень	Высокий уровень	Высокий уровень	Низкий уровень

Альтернативные подходы к изучению идентичности

Параллельно была разработана социально-когнитивная модель формирования идентичности и шкала «Стиль идентичности» (*Identity Style Inventory*), в которой рассматриваются три различных стиля развития идентичности: информационный, нормативный и диффузно-избегающий. Они относятся к предпочитаемым стилям социально-когнитивных процессов, проявляющихся, когда люди пытаются избежать конфликтов и решений, связанных с идентичностью (Berzonsky et al., 2013). Другие исследования были сфокусированы на сфере деятельности, для выявления закономерностей изменения статуса идентичности с течением времени и его взаимосвязями с другими сферами идентичности (Skorikov, Vondracek, 2011).

Существует также и альтернативная версия развития теории Э. Эриксона — нарративный подход (Nelson, 1989; Thorne, 2000; Singer, 2004; McLean, Pratt, 2006; McLean, Breen, 2009; Pasupathi, Hoyt, 2009; Reese et al., 2010; Syed, Azmitia, 2010; Nosko et al., 2011; Tavernier, Willoughby, 2012; McAdams, McLean, 2013), в рамках которого история жизни в виде повествования самого индивида анализируется и интерпретируется с точки зрения принятых им решений, обстоятельств, причастности к тем или иным событиям, планов на будущее, его целей и ценностной иерархии для того, чтобы понять природу личности человека и сферы его идентичности. Однако нарративный подход преимущественно представляет собой описательную методологию с применением методов количественного исследования.

Управленческая идентичность

В связи с постоянным расширением научных знаний, появляются новые термины, а комплексные «собираательные» понятия делятся и изучаются более детально. Так, например, на основе понятия «национальная идентичность» появляются такие термины, как «русская идентичность», «татарская идентичность», «украинская идентичность», и так далее, которые потом изучаются отдельно как компоненты национальной идентичности. То же самое происходит и в организационном контексте. Профессиональная идентичность, являясь также собирательным понятием применительно ко многим профессиям, имеет тенденцию к делению на конкретные профессиональные идентичности. Таким образом, руководителей не изучают в рамках профессиональной идентичности, а появляется отдельный подраздел — управленческая идентичность. Среди отечественных психологов данный термин обособывала и ввела в научный оборот в своей диссертационной работе М. Ю. Кузьмина (Кузьмина, 2004). За рубежом данная проблема также изучается (Alvesson, Wilmott, 2002; Sveningsson, Alvesson, 2003; Clarke, Brown, 2009; Ness, Green 2012; Mayer, Louw, 2013; Sherratt et al., 2013; Lowstedt, Raisanen, 2014; Andersen et al., 2015; Sergeeva, Green, 2019), но в меньшей степени по сравнению с другими видами идентичности.

Управленческая идентичность — это комплексная система самопредставлений, состоящая из самоопределений — суждений, принятых индивидом в отношении себя как руководителя, а также своей профессионально-управленческой деятельности (Кузьмина, 2004), и идентификация с социально-профессиональной группой руководителей. На её содержание оказывают влияние социально-психологические особенности профессиональной деятельности, она является системой координат для рефлексии управленческого опыта (Кузьмина, 2004).

Могут возникнуть вопросы: чем отличается управленческая идентичность от профессиональной и какова её природа? Какая связь между управленческой идентичностью, социальной и личностной? Для начала разграничим профессиональную идентичность и управленческую идентичность. Профессиональная идентичность — это отождествление индивидом себя с профессиональным сообществом, а также восприятие и рефлексия себя в качестве субъекта профессиональных отношений. Она определяет значения и характеристики, которые приписывают коллеги и которое сам субъект приписывает себе относительно своей профессии (Шнейдер, 2001). Профессиональная идентичность является типом «коллективной идентичности» (Ashmore et al., 2004), и поэтому она также связана с межгрупповыми процессами категоризации, групповой идентификации и социального сравнения (межгрупповые процессы см.: Tajfel, 1981). Она описывает как осознание индивидом того, что он выполняет определённую работу, так и его идентификацию с группами и социальными категориями, к которым он принадлежит в силу своей деятельности. Управленческая идентичность отличается от профессиональной идентичности тем, что включает в себя не только профессиональный опыт, но также личный опыт управления. Таким образом, управленческая идентичность, благодаря своей специфике, выходит за рамки отождествления себя только с профессией, а является более широкой субъективной психологической реальностью (Кузьмина, 2004).

Природа управленческой идентичности такова, что, с одной стороны, она вбирает в себя личностную идентичность, показывая характеристики и своеобразие каждого руководителя, а с другой, — включает социальную идентичность, а именно профессиональную иден-

тичность менеджера. Таким образом, создается уникальная управленческая идентичность, отличающаяся от социальной, профессиональной и личностной идентичностей.

В английском языке управленческая идентичность представлена словосочетаниями «*managerial identity*» (Clarke, Brown, 2009; MacKenna, Garcia-Lorenzo, Bridgman, 2010; Mayer, Louw, 2013; Sergeeva, Green, 2019) и «*manager identity*». Может возникнуть вопрос по переводу: управленческая идентичность или идентичность менеджера? С одной стороны, термины кажутся синонимичными. Однако, с другой стороны, можно увидеть, что управленческая идентичность включает в себя и социальную/профессиональную, и личностную, тогда как идентичность менеджера представляет только профессиональную. Исходя из этих различий во избежание путаницы в данной работе используется термин «управленческая идентичность».

Методика исследования

Выборка

В исследовании приняли участие 174 руководителя (52.3% мужчин) в возрасте от 18 до 68 лет (средний возраст — 32.90, стандартное отклонение — 10.06). Руководители состояли из 92 менеджеров и 82 предпринимателей. Уровень образования респондентов распределился следующим образом: высшее — 69.5%, среднее специальное — 12.6%, незаконченное высшее — 8%, наличие учёных степеней — 5.7%, среднее — 4%. Помимо руководителей в исследовании также участвовали 275 работников (32.7% мужчин) в возрасте от 18 до 63 лет (средний возраст — 27.55, стандартное отклонение — 8.58).

Стратегия сбора данных

Сбор данных проходил в два этапа. На первом этапе проверялась факторная структура опросника «Статус управленческой идентичности». Сбор данных на первом этапе был организован посредством метода «снежный ком» (*snowball*). В результате были получены ответы от 113 респондентов вместо 100 ожидаемых. Стимульный материал был организован с помощью конструктора Гугл Формы (*Google Forms*). Ссылка размещалась в социальных сетях в Интернете. В исследовании также участвовали респонденты из двух компаний, ассоциации предпринимателей и бизнес-клуба. Первый этап исследования проводился в марте 2019 г.

На втором этапе проверялись надёжность и валидность опросника «Статус управленческой идентичности». На этом этапе исследования были опрошены руководители, представленные менеджерами и предпринимателями. В ходе сбора данных были соблюдены следующие условия: возраст респондентов от 18 лет и обязательный опыт работы. Данные респондентов младше 18 лет и не подходящие по другим критериям были удалены из базы первичных данных. В итоге были получены ответы от 174 респондентов из 200 ожидаемых. Дополнительно для сравнительного анализа также были опрошены 275 рядовых работников. Второй этап исследования был проведён в апреле 2019 г.

Инструменты исследования

Профессиональная временная перспектива будущего (*Occupational Future Time Perspective, OFTP*) (Zacher, Frese, 2009; Zacher, 2013; Базаров, Парамузов, 2019). Методика состоит из трёх шкал — фокусирование на возможностях (*focus on opportunities*), оставшееся время (*remaining time*) и фокусирование на ограничениях (*focus on limitations*) и предназначена для оценивания временной перспективы будущего в профессии. «Фокусирование на возможностях» и «Оставшееся время» измеряют ориентацию на неограниченное будущее в профессии, а «Фокусирование на ограничениях» — ориентацию на ограниченное будущее в профессии.

В опроснике 10 пунктов-утверждений и используется 7-пунктовая шкала Р. Ликерта для оценки степени согласия (1 — совершенно неверно, 7 — совершенно верно).

Методика измерения ингрупповой идентификации (Leach et al., 2008; Агадуллина, Ловаков, 2013). В опроснике 14 пунктов-утверждений и используется 7-пунктовая шкала Р. Ликерта для оценки степени согласия с ними (1 — совершенно не согласен, 7 — совершенно согласен). Методика состоит из пяти компонентов: само-стереотипизация (*individual self-stereotyping*), ингрупповая гомогенность (*in-group homogeneity*), сплочённость (*solidarity*), удовлетворённость (*satisfaction*) и выраженность (*centrality*), сгруппированных в два фактора второго порядка — «самоопределение» и «личный вклад». Само-стереотипизация показывает, насколько каждый член группы соответствует прототипному члену группы. Ингрупповая гомогенность связана с тем, насколько однообразными являются члены ингруппы в сравнении с членами аутгруппы. Сплочённость указывает на приверженность к группе. Удовлетворённость отражает позитивные эмоции, которые возникают по отношению к ингруппе. Выраженность относится к области Я-концепции, которая показывает принадлежность к группе.

Стратегия анализа данных

Согласно Российскому стандарту тестирования персонала (Батурин и др., 2015) эксперты выделяют следующие психометрические требования к качеству тестов: надёжность, валидность, репрезентативность и достоверность. Для проверки надёжности, которая представляет собой внутреннюю согласованность теста и отдельных шкал, применяется коэффициент α Кронбаха (значение α должно быть не менее 0.6) или сходные тесты. Валидность методики может быть содержательной и конструктивной. Содержательная валидность показывает, какое тестируемое свойство лежит в основе методики, его компоненты и структуру. Её проверяют сравнением с коэффициентами согласованности экспертных оценок или качественными характеристиками теста. Конструктивная валидность проверяется путём сравнения коэффициентов корреляции с другими методиками (конвергентная и дискриминантная валидность). Кроме того, существует критериальная валидность, для определения которой сравниваются результаты методики с внешними объективными критериями, куда входит также процедура «тест-ретест». Репрезентативность обосновывается концептуально и эмпирически. Авторы Российского стандарта тестирования персонала также пишут об определении тестовых норм. Достоверность результатов теста определяется правильной процедурой проведения.

Резюмируя основные требования экспертов по стандартизации тестов, можно сказать, что минимальными статистическими требованиями являются проверка надёжности (α Кронбаха) и валидности (конвергентной и дискриминантной). Эксплораторный факторный анализ (ЭФА) и Конфирматорный факторный анализ (КФА) не входят в число минимальных требований психометрических проверок тестов. Отдельно стоит отметить, что на практике встречаются научные работы, в которых исследователи проверяют только надёжность методики или не делают никаких дополнительных проверок. Методики с непроверенными основными психометрическими свойствами относят к квазитестам, в которые входят исследовательские, предварительные и «авторские» тесты (Батурин и др., 2015). Для более широкого применения такого рода методики рекомендуется проверить и усовершенствовать.

Для оптимизации разработанных методик и адаптации их под конкретные популяции, исследователи часто изменяют, сокращают и улучшают существующие инструменты.

Например, 56-пунктовый «Опросник временной перспективы Зимбардо» (Zimbardo, Boyd, 1999) был сокращён до 18-пунктового (Košťál, Klicperová-Baker, Lukavská, Lukavský, 2016). Конфирматорные индексы факторного анализа улучшились, когда проверили трёхфакторную модель однофакторного опросника «Временная перспектива будущего» (Carstensen, Lang, 1996; Rohr, John, Fung, Lang, 2017). Можно отметить также методику PVQ («Портретный опросник ценностей»), основанную на теории Ш. Шварца. Опросник был адаптирован для разных стран, а также со временем дорабатывался и видоизменялся (Шварц и др., 2012). Существует практика, когда психологи в своих исследованиях используют только отдельные шкалы методики. Например, Ф. Дж. Зимбардо в своей статье «Временная перспектива настоящего как предиктор рискованного вождения» пишет, что они «не включили это измерение [шкалу ориентации на прошлое] в это исследование» (Zimbardo, Keough, Boyd, 1997, p. 1008). Стоит отметить, что при каждом изменении проводится психометрическая проверка тестов.

Во время адаптации в разных странах происходит изменение структуры методик, поскольку языковые особенности и менталитет респондентов влияют на свойства теста и получаемые результаты. Так, некоторые пункты перестают работать, а некоторые могут начать работать на другой фактор. Например, можно сравнить оригинальную структуру «Опросника временной перспективы Зимбардо» (Zimbardo, Boyd, 1999) и его адаптированную версию (Сырцова, Соколова, Митина, 2008). Кроме того, пункты могут менять факторы, к которым они относились, даже в одном языковом поле, при изменении структуры теста (см., например, в: Базаров, Парамузов, 2019, Таблица 2).

Во время разработки новой методики исследователи так же, как и во время адаптации, изменяют структуру до тех пор, пока она не станет соответствовать минимальным принятым психометрическим индексам. Во время проведения факторного анализа выделяют факторы и не интерпретируют пункты, показатели которых ниже 0.32, согласно А. Л. Комри и Х. Б. Ли (Comrey, Lee, 1992). Во время конфирматорного факторного анализа делают проверку соответствия теоретической модели эмпирическим данным. Если модель не соответствует эмпирическим данным, то есть выявляются неудовлетворительные индексы соответствия конфирматорной модели, то делают переспецификацию модели и удаляют пункты, которые не вносят свой вклад в соответствующий фактор, то есть пункты со стандартизованными факторными нагрузками меньше 0.4. Затем повторно проверяется модель на соответствие эмпирическим данным. Если указанная модель по-прежнему не подходит, то процедуру по удалению пунктов повторяют до тех пор, пока модель не будет соответствовать минимальным приемлемым требованиям (Leung, Wong, Chan, Lam, 2013). Кроме того, по практике удаления пунктов есть отдельный мета-анализ под названием «Статистические и оценочные критерии для очистки шкал» (Wieland, Durach, Kembro, Treiblmaier, 2017), где разобраны 77 статей, включающие не только конфирматорный факторный анализ.

В настоящем исследовании первым шагом стало составление и формулировка утверждений для опросника «Статус управленческой идентичности». Первоначальная версия включала более 30 пунктов, относящихся к шкалам «Принятие» (*Commitment*), «Пересмотр принятия» (*Reconsideration of commitment*) и «Углубленное исследование» (*Exploration in-depth*). Следует отметить, что опросник «Статус управленческой идентичности» (далее ОСУИ) базируется на расширенной статусной модели идентичности Дж. Марсиа, результатах предыдущих исследований и существующих методиках (Meeus, 1996; Luuckx, Goossens, Soenens, Beyers, 2006; Crocetti et al., 2008; Mancini et al., 2015). После работы экспертной группы, были скорректированы некоторые пункты, и в итоге оставлено 25 утверждений, которые и были использованы на первом этапе исследования (см. Приложения 1 и 2).

Опросник «Профессиональная временная перспектива будущего» (ПВПБ) и методика измерения ингрупповой идентификации были выбраны для проверки дискриминантной и конвергентной валидности. Согласно проведённым ранее исследованиям, шкалы «Оставшееся время» и «Фокусирование на возможностях» опросника «Профессиональная временная перспектива будущего» имеют положительную связь с такими переменными, как удовлетворённость работой (**job satisfaction**), организационная приверженность (*organizational commitment*) и вовлечённость в работу (*work engagement*) (Rudolph, Kooij, Rauvola, Zacher, 2018).

Шкала «Принятие» ОСУИ, показывающая уверенность в выборе своей профессии, имеет смысловую близость к конструктам «удовлетворённость работой», «организационная приверженность» и «вовлечённость в работу», поэтому предполагается, что она будет положительно коррелировать со шкалами опросника ПВПБ «Оставшееся время» и «Фокусирование на возможностях», а шкала «Пересмотр принятия», фактически являясь обратной шкалой «Принятия», будет связана с ними отрицательно. Шкалы «Удовлетворённость» и «Сплочённость» методики измерения ингрупповой идентификации близки по смыслу к шкале «Принятие» и между ними предполагается более сильная положительная корреляция, а со шкалой «Пересмотр принятия» — отрицательная. Предполагается также, что шкалы «Принятие» и «Пересмотр принятия» будут иметь отрицательную связь, согласно предыдущим исследованиям (Crocetti et al., 2008).

Для оценки психометрических характеристик отдельных пунктов, шкал и всей методики в целом использовались: эксплораторный факторный анализ, конфирматорный факторный анализ и корреляционный анализ. Надёжность (внутреннюю консистентность) оценивали путем вычисления коэффициента α Кронбаха для каждой шкалы. Проверка различий по шкалам между руководителями и рядовыми работниками проводилась с помощью критерия Манна — Уитни.

Эксплораторный факторный анализ, анализ шкал и корреляционный анализ выполнялись в программе IBM SPSS Statistics v. 25 (MacOs), а конфирматорный факторный анализ — в программе R-Studio Version 1.2.1335 (RStudio, 2018) с помощью пакетов lavaan (Rosseel, 2012) и semPlot (Epskamp, 2015).

Индексы соответствия конфирматорного факторного анализа

Для проверки моделей, построенных с помощью КФА, были использованы следующие индексы соответствия модели данным: *RMSEA* (*Root mean-square error of approximation*) — корень среднеквадратической ошибки аппроксимации, $0 < RMSEA \leq 1$; *CI* (*Confidence Interval*) — границы доверительного интервала для *RMSEA*; χ^2 (*Chi-square*) — хи-квадрат; *df* — степень свободы; *SRMR* (*Standardized Root mean square residual*) — стандартизованный корень среднего квадратного остатка; *CFI* (*Comparative Fit Index*) — сравнительный критерий соответствия, $0 < CFI \leq 1$; *TLI* (*Tucker-Lewis Index*) — индекс Такера — Льюиса, $0 < TLI \leq 1$; *AIC* (*Akaike information criterion*) — информационный критерий Акаике.

Показателями хорошего соответствия модели данным, как правило, считают значения *RMSEA* < 0.06 до 0.08 с 90% *CI* и *SRMR* ≤ 0.08 ; *TLI* ≥ 0.95 ; *AIC* с меньшим значением лучше, чем с большим (Schreiber et al., 2006); *CFI* ≥ 0.95 (Hu, Bentler, 1999); значения χ^2 стремящиеся к нулю (Gatignon, 2010).

Результаты

Оценка конструктивной валидности

Для оценки конструктивной валидности был использован эксплораторный факторный анализ. В результате факторного анализа были выделены пять факторов во время проверки новых 25 утверждений (см. Приложения 1 и 2), однако дальнейшие проверки показали, что факторы не соответствуют статистическим критериям. Была выявлена низкая внутренняя согласованность ($\alpha < 0.7$), плохая группировка пунктов по факторам согласно теоретическим представлениям. В связи с этим были проверены несколько вариантов комбинаций факторов, и в финальной версии оставлены только два фактора, которые соответствовали всем требованиям.

С помощью ЭФА была проверена корреляция между факторами. В финальной версии было обнаружено, что её коэффициент меньше 0.32 (Brown, 2009), поэтому было выбрано ортогональное вращение (*Varimax*), в то время как в изначальной использовалось косоугольное вращение облимин (см. Приложение 1). В результате анализа была получена двухфакторная структура согласно точечной диаграмме и собственным значениям факторов (Рис. 1). Мера адекватности выборки Кайзера — Майера — Олкина показала сильную связь между переменными ($KMO = 0.79$). Критерий сферичности Бартлетта, который проверяет корреляцию во всей корреляционной матрице, был статистически значимым ($\chi^2(28) = 1286.60$, $p < 0.01$). Данные критерии показали адекватность использования факторного анализа на данной выборке ($N = 113$).

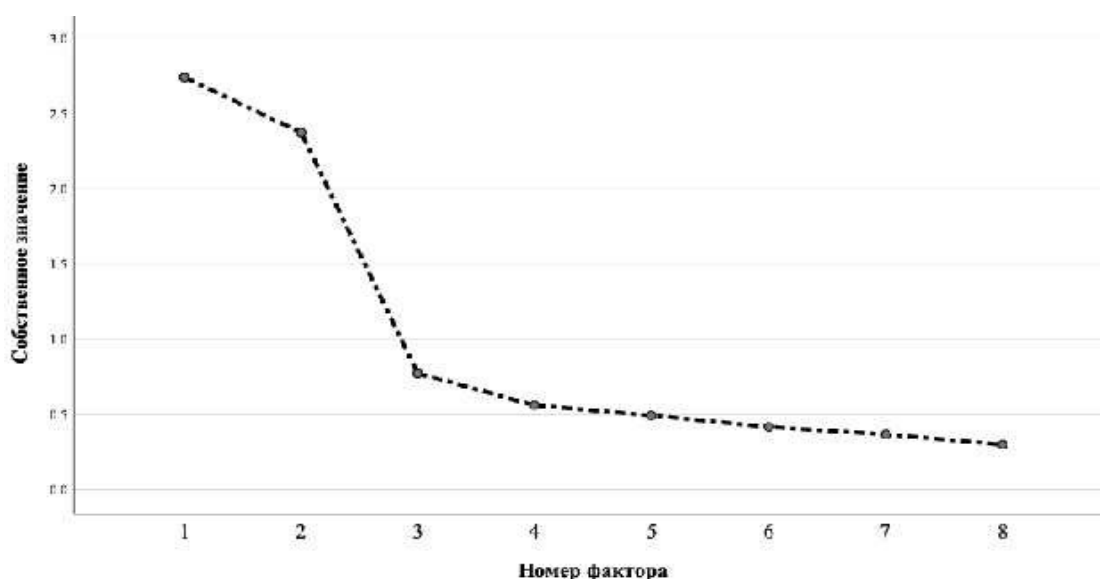


Рисунок 1. Точечная диаграмма и собственные значения ($N = 113$)

Полученные факторы допускают следующую интерпретацию: Фактор 1 объясняет 34.02% общей дисперсии и по своей структуре отражает шкалу «Принятие». Фактор 2 объясняет 29.62% общей дисперсии и соответствует шкале «Пересмотр принятия». Распределение факторных нагрузок приведено в таблице 3. Самые низкие факторные нагрузки у пунктов 2 (.56) и 7 (.60) соответствуют более 30% общей дисперсии, согласно А. Л. Комри и Х. Б. Ли (Comrey, Lee, 1992), остальные пункты выше 40-50%.

Таблица 3. Матрица факторных нагрузок ОСУИ (эксплораторный факторный анализ; вращение Varimax; $N = 113$)

Формулировки пунктов опросника	Факторные нагрузки	
	(1)	(2)
4. Я уверен в себе в роли руководителя	.79	
8. Я часто думаю о том, что работа руководителем — самая подходящая для меня	.79	
6. Роль руководителя позволяет мне быть уверенным в своём будущем	.75	
1. Руководящая работа позволяет мне лучше узнать себя	.69	
5. Я сильно жалею о том, что нахожусь в роли руководителя		.90
3. Я часто думаю о том, что пора найти работу, не связанную с управлением людьми		.67
7. Мне часто хочется быть в роли подчинённого на работе		.60
2. Я часто думаю о том, что управление людьми — не лучший выбор для меня		.56
Дисперсия (суммарная: 63.82%)	34.2	29.62

Примечание. Пропущены значения, имеющие факторную нагрузку меньше .30. Пункты распределены от максимальной до минимальной факторной нагрузки.

Проверка соответствия теоретической модели эмпирическим данным

Для проверки соответствия теоретической модели эмпирическим данным был проведён конфирматорный факторный анализ. Было проверено три модели (Рис. 2, 3, 4). Для каждой модели мы посмотрели квадратичные множественные корреляции (*Squared Multiple Correlations*) и проверили дисперсию ошибок. Квадратичные множественные корреляции были меньше 1, в дисперсии ошибок не было отрицательных значений. В результате проверок «случай Хейвуда»¹ не был обнаружен. Наличие высокой корреляции в ошибках проверялось через корреляционную таблицу ошибок. Во всех моделях корреляция ошибок была очень слабой. Модель 1 была построена по результатам ЭФА (Рис. 2) и имеет следующую структуру: «Принятие» (Фактор 1) — пункты 1, 4, 6, 8; «Пересмотр принятия» (Фактор 2) — пункты 2, 3, 5, 7.

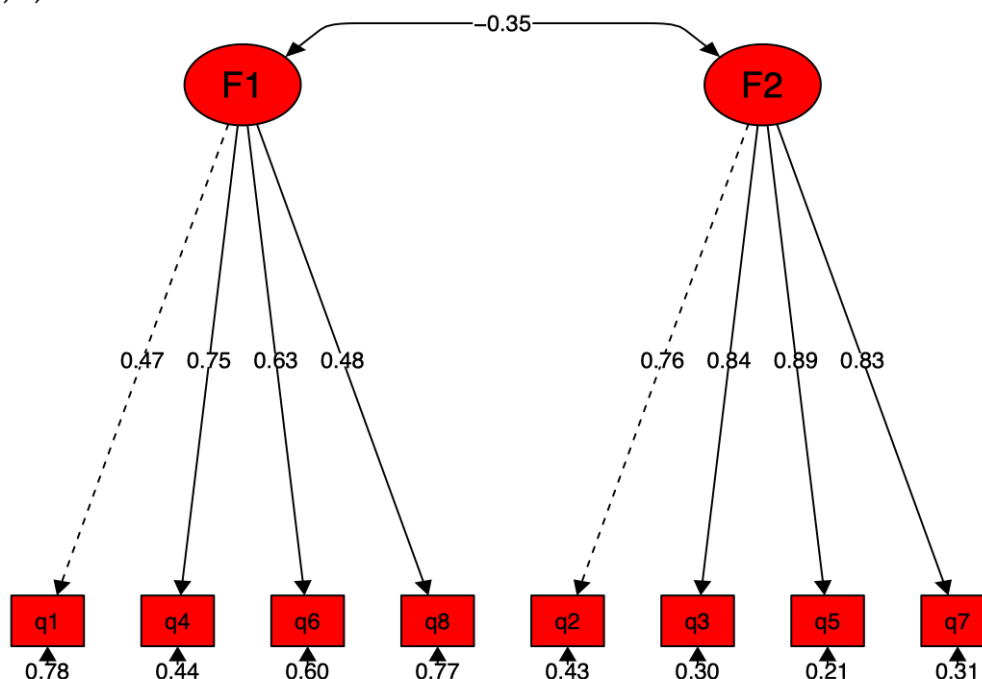


Рисунок 2. Модель 1. $N = 174$. Стандартизированные факторные нагрузки. F1 — «Принятие»; F2 — «Пересмотр принятия». Пунктирная линия — фиксированный параметр. Диаграмма построена с помощью пакета semPlot (Epskamp, 2015)

¹ «Случай Хейвуда» — случай в факторном анализе или структурном моделировании, когда появляется отрицательная дисперсия ошибки (*error variance*) или значение коэффициента корреляции больше единицы (Kolenikov, Bollen, 2012). Причина может быть в ошибке спецификации модели или маленькой выборке.

Факторные нагрузки Модели 1 находятся в пределах 0.47 — 0.89 (Рис. 2). Статистические показатели соответствия теоретической модели эмпирическим данным у этой модели близки к приемлемым (Табл. 4).

Таблица 4. Показатели соответствия конфирматорных моделей

Модель	χ^2	<i>df</i>	<i>RMSEA</i> (90% <i>CI</i>)	<i>SRMR</i>	<i>CFI</i>	<i>TLI</i>	<i>AIC</i>
Модель 1	42.23	19.00	.084 (.050 – .118)	.043	.958	.938	3827.329
Модель 2	35.39	13.00	.099 (.061 – .140)	.047	.957	.931	3405.248
Модель 3	12.54	8.00	.057 (.000 – .115)	.040	.987	.976	2946.661

Примечание. χ^2 — хи-квадрат, *df* — число степеней свободы, *RMSEA* — корень средневзвешенной ошибки аппроксимации, 90% *CI* — границы доверительного интервала для *RMSEA*, *SRMR* — стандартизованный корень среднего квадратного остатка, *CFI* — сравнительный индекс соответствия Бентлера, *TLI* — индекс соответствия Такера — Льюиса, *AIC* — информационный критерий Акаике.

В целях улучшения модели 1 мы убрали пункт 1, который имел наименьшую факторную нагрузку. Модель 2 (Рис. 3) получила следующую структуру: «Принятие» (Фактор 1) — пункты 4, 6, 8; «Пересмотр принятия» (Фактор 2) — пункты 2, 3, 5, 7.

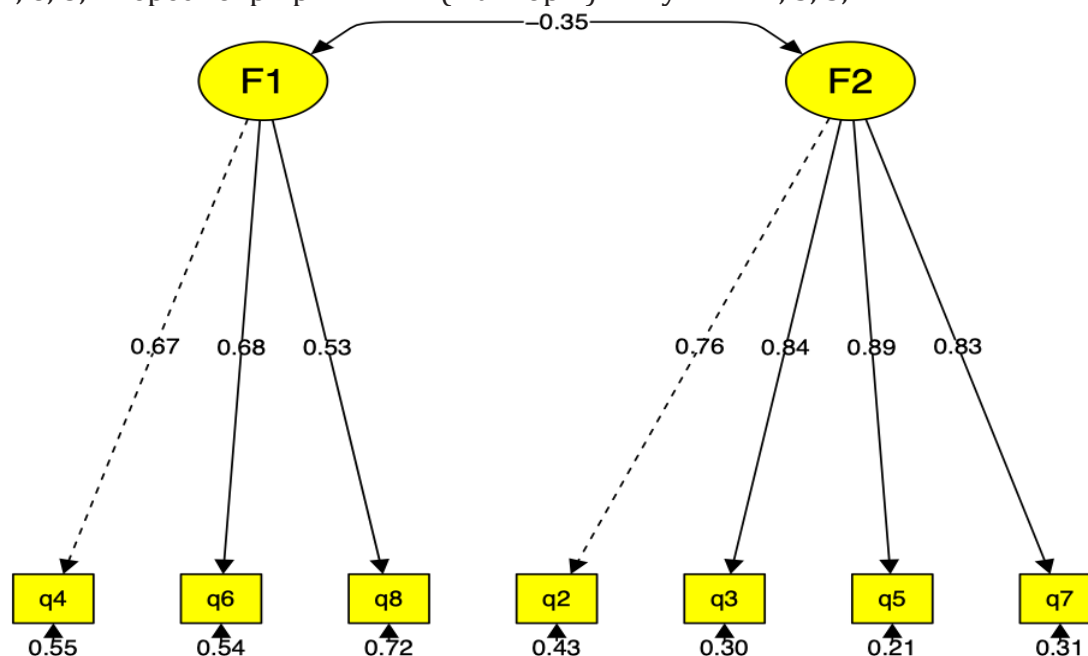


Рисунок 3. Модель 2. *N* = 174. Стандартизированные факторные нагрузки. F1 — «Принятие»; F2 — «Пересмотр принятия». Пунктирная линия — фиксированный параметр. Диаграмма построена с помощью пакета *semPlot* (Epskamp, 2015)

Факторные нагрузки Модели 2 находятся в пределах 0.67 — 0.89 (рис. 3). Некоторые статистические показатели соответствия теоретической модели эмпирическим данным у неё улучшились, а некоторые ухудшились (Табл. 4). Целью ЭФА является выявление факторов, в которые группируются исходные данные, а в основе КФА лежат теоретические предположения о соотношении исследуемых переменных. Согласно нашим представлениям, пункт 7 («Мне часто хочется быть в роли подчинённого на работе») по смыслу меньше всего соответствует фактору «Пересмотр принятия». Поэтому в целях улучшения модели было решено построить ещё одну модель без пункта 7. Модель 3 (Рис. 4) получилась следующей: «Принятие» (Фактор 1) — пункты 4, 6, 8; «Пересмотр принятия» (Фактор 2) — пункты 2, 3, 5.

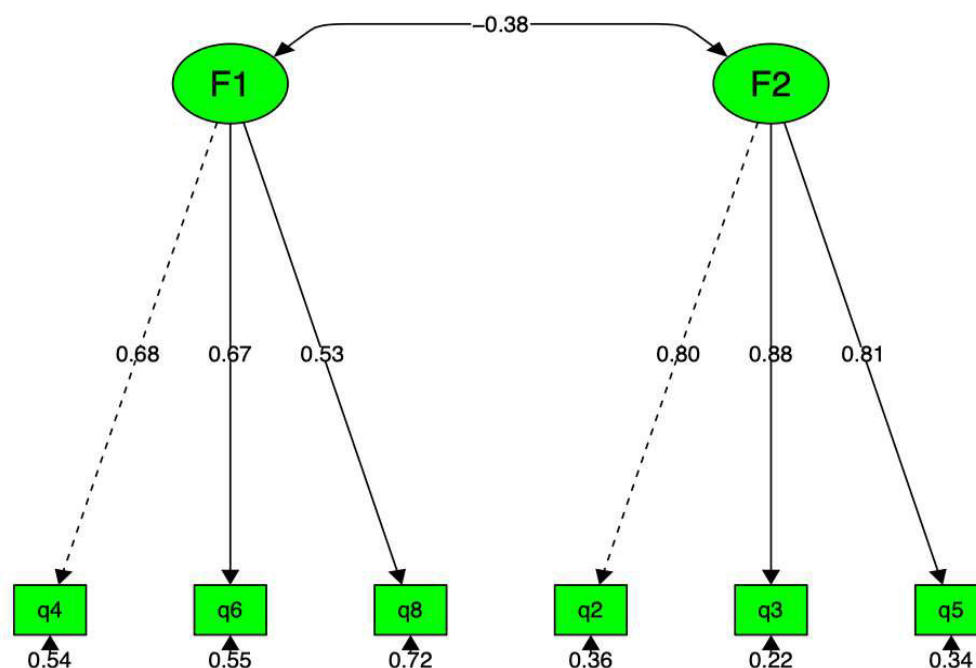


Рисунок 4. Модель 3. N = 174. Стандартизированные факторные нагрузки. F1 — «Принятие»; F2 — «Пересмотр принятия». Пунктирная линия — фиксированный параметр. Диаграмма построена с помощью пакета semPlot (Epskamp, 2015)

Все статистические показатели соответствия теоретической модели эмпирическим данным значительно улучшились и соответствовали рекомендованным нормам (Табл. 4). Факторные нагрузки Модели 3 находятся в пределах 0.53 — 0.88 (Рис. 4). Модель 3 оставлена в качестве финальной версии опросника ОСУИ. Итоговая версия опросника представлена в приложении (Приложение 4).

Оценка конвергентной и дискриминантной валидности

Для проверки конвергентной и дискриминантной валидности ОСУИ анализировались корреляции её шкал с показателями шкал OFTP и методикой измерения ингрупповой идентификации. Результаты представлены в таблице 5.

Таблица 5. Конвергентная и дискриминантная валидность: корреляции шкал ОСУИ с другими шкалами

Шкалы опросников	Принятие	Пересмотр принятия
Принятие		
Пересмотр принятия	– .137**	
Фокусирование на возможностях	.255**	– .185**
Оставшееся время	.243**	– .069*
Фокусирование на ограничениях	– .063	.392**
Удовлетворённость	.445**	– .140**
Сплочённость	.334**	– .096**
Выраженность	.365**	0.07
Самостереотипизация	.269**	.125**
Ингрупповая гомогенность	.162**	.197**

Оценка надёжности

Внутренняя консистентность ОСУИ оказалась высокой по всем шкалам. Для шкалы «Принятие» коэффициент Кронбаха $\alpha = 0.79$; для шкалы «Пересмотр принятия» $\alpha = 0.81$.

Сравнительный анализ руководителей и работников

Дополнительно была проведена проверка различий по шкалам ОСУИ между руководителями ($N = 174$) и работниками ($N = 275$) с помощью критерия Манна — Уитни (Приложение 3). Были выявлены статистически значимые различия: по шкале «Принятие» значение $U = 15665.50$ (средний ранг руководителей 272.47; работников 194.97), а по шкале «Пересмотр принятия» значение $U = 19121.50$ (средний ранг руководителей 197.39; работников 242.47).

Полученные данные свидетельствуют о существовании специфики в исследуемых группах и подтверждают необходимость и обоснованность разработки специального инструмента для исследования управленческой идентичности, отличной от идентичности рядовых сотрудников.

Обсуждение

Целью данного исследования была разработка и проверка надёжности и валидности новой методики ОСУИ (опросник «Статус управленческой идентичности»). Полученные результаты соответствуют теоретическим представлениям, основанным на статусной модели идентичности Дж. Марсиа (Marcia, 1966) и её расширенной версии (Meeus, 1996; Luyckx et al., 2006; Crocetti et al., 2008).

Конструктная валидность опросника ОСУИ проверялась с помощью эксплораторного факторного анализа, в результате которого была получена двухфакторная структура, а также выявлено распределение факторных нагрузок. Суммарная дисперсия составила 63.82%. На основании проведённого эксплораторного анализа, а также теоретического обзора литературы был осуществлён конфирматорный факторный анализ для выявления соответствия теоретической модели эмпирическим данным. Были поэтапно проверены три модели и определён оптимальный состав шкал — «Принятие» (Фактор 1) — пункты 4, 6, 8; «Пересмотр принятия» (Фактор 2) — пункты 2, 3, 5. Все индексы итоговой модели соответствуют рекомендованным нормам, и её структура оставлена в качестве финальной версии ОСУИ.

Конвергентная и дискриминантная валидность ОСУИ проверялась путем анализа корреляции её шкал с показателями шкал методики «Профессиональная временная перспектива будущего» и методики измерения ингрупповой идентификации» (Табл. 5). Предположения, основанные на предыдущих исследованиях по валидности шкал, подтвердились. Шкалы «Оставшееся время» и «Фокусирование на возможностях» положительно коррелирует со шкалой «Принятие» и отрицательно со шкалой «Пересмотр принятия», что демонстрирует конвергентную валидность. Проверка дискриминантной валидности показала: между шкалой «Принятие» и компонентом «Ингрупповая гомогенность» предполагалось отсутствие связи, либо её слабая выраженность, что также подтвердилось. Шкалы «Принятие» и «Пересмотр принятия» отрицательно коррелируют между собой, что не противоречит предыдущим исследованиям (Crocetti et al., 2008).

Ещё одним важным этапом анализа стало сравнение показателей шкал ОСУИ между выборками руководителей и рядовых сотрудников с использованием критерия U Манна — Уитни. Подтвердилось предположение о том, что у руководителей значимо выше значения по шкале «Принятие» и ниже по шкале «Пересмотр принятия» по сравнению с работниками.

Внутренняя консистентность разработанной методики ОСУИ оказалась высокой, как по шкале «Принятие» (коэффициент Кронбаха $\alpha = 0.79$), так и по шкале «Пересмотр принятия» ($\alpha = 0.81$), что свидетельствует о высокой надёжности шкал.

Заключение

В рамках настоящего исследования был разработан опросник «Статус управленческой идентичности», который представляет собой инструмент, позволяющий перейти к фиксации количественных показателей процессов конструирования управленческой идентичности, что обосновывает его теоретическую и практическую значимость. По полученным данным можно заключить, что ОСУИ показывает приемлемые психометрические свойства. Методика обладает двухфакторной структурой, высокой внутренней согласованностью и надёжностью, а также демонстрирует хорошую конвергентную и дискриминантную валидность.

В качестве будущих исследований предполагается рассмотреть сходства, отличия и взаимосвязь между шкалами ОСУИ, статусами управленческой идентичности и удовлетворённостью работой, временной перспективой, вовлечённостью в работу, а также успешностью руководителя. В качестве усовершенствования методики предлагается разработка и включение шкалы «углубленное исследование». Развитие данной темы представляется перспективным, и итоговая версия ОСУИ может использоваться как в научных исследованиях, так и в практических целях на российской выборке.

Признательность

А. В. Парамузов благодарит профессора Т. Ю. Базарова за помощь в составлении вопросов и общей поддержке, а также старшего научного сотрудника О. В. Митину и Н. А. Хохлова за ценные советы и рекомендации по статистическому анализу данных.

Финансовая поддержка

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-013-00525 «Взаимодействие между учителями, учениками и родителями в образовательной среде: возможности и ограничения».

Литература

- Агадуллина, Е. Р., Ловаков, А. В. (2013). Модель измерения ингрупповой идентификации: проверка на российской выборке. *Психология. Журнал Высшей Школы Экономики*, 10(4), 143–157.
- Базаров, Т. Ю., Парамузов, А. В. (2019). Психометрический анализ русскоязычной версии опросника Х. Цахера и М. Фрезе «Профессиональная временная перспектива будущего». *Организационная психология*, 9(1), 57–80.
- Батурин, Н. А., Вучетич, Е. В., Костромина, С. Н., Кукаркин, Б. А., Куприянов, Е. А., Лурье, Е. В., ... Шмелев, А. Г. (2015). Российский стандарт тестирования персонала (временная версия, созданная для широкого обсуждения в 2015 году). *Организационная психология*, 5(2), 67–138.
- Бурмистрова, О. Н. (2012). Связь видов организационной идентификации с оценкой деятельности руководителя. *Вестник Волгоградского государственного университета, сер. 11, Естественные Науки*, 2(4), 78–84.
- Злоказов, К. В. (2015). Вопросы развития идентичности в работах последователей Эриксона. *Педагогическое образование в России*, 9, 155–161.

- Кузьмина, М. Ю. (2004). *Социально-психологические факторы управленческой идентичности руководителя*: дисс... канд. псих. наук. М.
- Липатов, С. А. (2004). Проблема организационной приверженности и идентификации с точки зрения социальной психологии. *Мир психологии*, 2, 142–148.
- Липатов, С. А., Ловаков, А. В. (2011). Организационная идентификация и приверженность персонала: сходство и различие. *Психология. Журнал Высшей Школы экономики*, 8(2), 69–80.
- Несмеянова, Р. К. (2018). *Взаимосвязь образа корпоративной культуры и организационной идентификации сотрудников коммерческих предприятий*: Дисс. ... канд. психол. наук. М.
- Орестова, В. Р. (2001). *Формирование личностной идентичности в подростковом и юношеском возрасте*: дисс. ... канд. психол. наук. М.
- Симонова, О. А. (2000) *Персональная идентичность в современном обществе: Концепция Э. Г. Эриксона*: дисс. ... канд. социол. наук. М.
- Сырцова, А., Соколова, Е. Т., Митина, О. В. (2008). Адаптация опросника временной перспективы личности Ф. Зимбардо. *Психологический журнал*, 29(3), 101–109.
- Татарко, С. А. (2009). Измерение идентичности в рамках статусной модели Дж. Марсии. *Психологическая диагностика*, 1, 1–39.
- Шварц, Ш. , Бутенко, Т. П., Седова, Д. С., Липатова, А. С. (2012). Уточненная теория базовых индивидуальных ценностей: применение в России. *Психология. Журнал Высшей школы экономики*, 9(1), 43–70.
- Шнейдер, Л. Б. (2001). *Профессиональная идентичность*. М.: МОСУ.
- Эриксон, Э. (2006). *Идентичность: юность и кризис*. М.: Флинта.
- Abraham, K. G. (1983). The relation between identity status and locus of control among rural high school students. *Journal of Early Adolescence*, 3, 257–264.
- Adams, G. R. (1999). *The objective measure of ego identity status: A manual on theory and test construction*. Guelph, Ontario, Canada: University of Guelph.
- Adams, G. R., Shea, J., Fitch, S. A. (1979). Toward the development of an objective assessment of ego-identity status. *Journal of Youth and Adolescence*, 8, 223–237.
- Alvesson, M. Wilmott, H. (2002). Identity regulation as organizational control producing the appropriate individual. *Journal of Management Studies*, 39(5), 619–644.
- Andersen, L. P., Karlsen, I. L., Joensson, T., Nielsen, K. J. (2015). Social identity in the construction industry: Implications for safety perception and behaviour. *Construction management and economics*, 33(8), 640–652.
- Ashmore, R. D., Deaux, K., McLaughlin-Volpe, T. (2004). An organizing framework for collective identity: Articulation and significance of multidimensionality. *Psychological Bulletin*, 130, 80–114.
- Balistreri, E., Busch-Rossnagel, N. A., Geisinger, K. F. (1995). Development and preliminary validation of the Ego Identity Process Questionnaire. *Journal of Adolescence*, 18, 179–190.
- Bartholomew, K., Henderson, A. J. Z., Marcia, J. E. (2000). Coding semi-structured interviews in social psychological research. In H. T. Reis, C. M. Judd (Eds.), *Handbook of research methods in social and personality psychology* (286–313). New York: Cambridge University Press.
- Berzonsky, M. D. (1989). Identity style: Conceptualization and measurement. *Journal of Adolescent Research*, 4, 267–281.
- Berzonsky, M. D. (2005). Ego-identity: A personal standpoint in a postmodern world. *Identity: An International Journal of Theory and Research*, 5, 125–136.
- Berzonsky, M. D., Rice, K. G., Neimeyer, G. J. (1991). Identity status and self-construct systems: Process X structure interactions. *Journal of Adolescence*, 13, 251–263.

- Berzonsky, M. D., Soenens, B., Luyckx, K., Smits, U., Papini, D. R. (2013). Development and validation of the revised identity style Inventory (ISI-5): Factor structure, reliability, and validity. *Psychological Assessment*, 25(3), 893–904.
- Blustein, D. L., Phillips, S. D. (1990). Relation between ego identity statuses and decision-making styles. *Journal of Counseling Psychology*, 37, 160–168.
- Bosma, H. A. (1985). *Identity development in adolescence. Coping with commitments*. Groningen: University of Groningen.
- Brown, J. D. (2009). Choosing the right type of rotation in PCA and EFA. *JALT Testing & Evaluation SIG Newsletter*, 13(3), 20–25.
- Burke, P. J., Tully, J. C. (1977). *The measurement of role identity*. *Social Forces*, 55(4), 881–897.
- Carstensen, L. L., Lang, F. R. (1996). *Future time perspective scale*. Unpublished Manuscript, Stanford University.
- Clancy, S. M., Dollinger, S. J. (1993). Identity, self, and personality: I. Identity status and the five-factor model of personality. *Journal of Research on Adolescence*, 3, 227–245.
- Clarke, C. A., Brown, A. D. (2009). Working identities? Antagonistic discursive resources and managerial identity. *Human Relations*, 62(3), 323–352.
- Coleman, I.C. (1974). *Relationships in adolescence*. L.: Routledge & Kegan Paul.
- Comrey, A. L., Lee, H. B. (1992). *A First Course in Factor Analysis* (2 edition). Hillsdale, N.J: Psychology Press.
- Cramer, P. (2004). Identity change in adulthood: The contribution of defense mechanisms and life experiences. *Journal of Research in Personality*, 38(3), 280–316.
- Crocetti, E., Rubini, M., Meeus, W. (2008). Capturing the dynamics of identity formation in various ethnic groups: Development and validation of a three-dimensional model. *Journal of Adolescence*, 31, 207–222.
- Dellas, M., Jernigan, L. P. (1981). Development of an objective instrument to measure identity status in terms of occupation crisis and commitment. *Educational and Psychological Measurement*, 41, 1039–1050.
- Edwards, M. R., Peccei, R. (2010). Perceived organizational support, organizational identification, and employee outcomes: Testing a simultaneous multifoci model. *Journal of Personnel Psychology*, 9(1), 17–26.
- Ellemers, N., De Gilder, D., Haslam, S. A. (2004). Motivating individuals and groups at work: A social identity perspective on leadership and group performance. *Academy of Management Review*, 29, 459–478.
- Epskamp, S. (2015). semPlot: Unified visualizations of structural equation models. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 22(3), 474–483.
- Erikson, E. (1968). *Identity, youth and crisis*. New York: Norton.
- Fadjukoff, P., Kokko, K., Pulkkinen, L. (2010). Changing economic conditions and identity formation in adulthood. *European Psychologist*, 15, 293–303.
- Gatignon, H. (2010). Confirmatory Factor Analysis. In H. Gatignon (Eds.). *Statistical Analysis of Management Data* (59–122). New York: Springer-Verlag.
- Grotevant, H. D. (1987). Toward a process model of identity formation. *Journal of Adolescent Research*, 2(3), 203–222.
- Hassan, Sh. (2012). Employee attachment to workplace: a review of organizational and occupational identification and commitment. *International journal of organization theory and behavior*, 15(3), 383–422.
- Helson, R., Stewart, A., Ostrove, J. (1995). Identity in three cohorts of midlife women. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 544–557.

- Hu, L., Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1–55.
- Josselson, R. (2009). The present of the past: Dialogues with memory over time. *Journal of Personality*, 77, 647–668.
- Katrinli, A., Atabay, G., Gunay, G., Guneri, B. (2009). Exploring the antecedents of organizational identification: the role of job dimensions, individual characteristics and job involvement. *Journal of Nursing Management*, 17(1), 66–73.
- Kolenikov, S., Bollen, K. A. (2012). Testing negative error variances: Is a Heywood case a symptom of misspecification? *Sociological Methods & Research*, 41(1), 124–167.
- Košťál, J., Klicperová-Baker, M., Lukavská, K., Lukavský, J. (2016). Short version of the Zimbardo Time Perspective Inventory (ZTPI-short) with and without the Future-Negatives scale, verified on nationally representative samples. *Time & Society*, 25(2), 169–192. doi: 10.1177/0961463X15577254
- Kroger, J. (2012). The status of identity: Developments in identity status research. In P. K. Kerig, M. S. Schulz, S. T. Hauser (Eds.), *Adolescence and beyond: Family processes and development* (64–83). New York: Oxford University Press.
- Kroger, J., Marcia, J. E. (2011). The identity statuses: Origins, meanings, and interpretations. In S. J. Schwartz, K. Luyckx, V. L. Vignoles (Eds.), *Handbook of identity theory and research*, 1, 31–53. New York: Springer.
- Kroger, J., Martinussen, M., Marcia, J. (2010). Identity status change during adolescence and young adulthood. *Journal of Adolescence*, 33, 683–698.
- Kuhn, M. H., McPartland T. S. (1954). An Empirical Investigation of Self-Attitudes. *American Sociological Review*, 19, 68–76.
- Leach, C. W., van Zomeren, M., Zebel, S., Vliek, M. L., Pennekamp, S. F., Doosje, B., ... Spears, R. (2008). Group-level self-definition and self-investment: A hierarchical (multicomponent) model of in-group identification. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95(1), 144–165.
- Leung, D. Y., Wong, E. M., Chan, S. S., Lam, T. H. (2013). Psychometric properties of the Big Five Inventory in a Chinese sample of smokers receiving cessation treatment: A validation study. *Journal of Nursing Education and Practice*, 3(6), 1–10.
- Lowstedt, M., Raisanen, C. (2014). Social identity in construction: enactments and outcomes. *Construction management and economics*, 32(11), 1093–1105.
- Luyckx, K., Goossens, L., Soenens, B., Beyers, W. (2006). Unpacking commitment and exploration: Preliminary validation of an integrative model of late adolescent identity formation. *Journal of Adolescence*, 29(3), 361–378.
- MacKenna, S., Garcia-Lorenzo, L., Bridgman, T. (2010). Managing, managerial control and managerial identity in the post-bureaucratic world. *Journal of Management Development*, 29(2), 128–136.
- Mancini T., Caricati L., Panari C., Tonarelli A. (2015). Personal and social aspects of professional identity: An extension of Marcia's identity status model applied to a sample of university students, *Journal of Vocational Behavior*, 89, 140–150.
- Marcia, J. E. (1966). Development and validation of ego identity status. *Journal of Personality and Social Psychology*, 3, 551–558.
- Marcia, J. E. (1967). Ego identity status: Relationship to change in self-esteem, «general maladjustment», and authoritarianism. *Journal of Personality*, 35, 118–133.
- Marcia, J. E. (1980). Identity in adolescence. In J. Adelson (Eds.), *Handbook of adolescent psychology* (159–187). New York: Wiley.
- Marcia, J. E. (1993). The ego identity status approach to ego identity. In J. E. Marcia, A. S. Waterman, D. R. Matteson, S. L. Archer, J. L. Orlofsky (Eds.), *Ego identity: A handbook for psychosocial research* (1–21). New York: Springer-Verlag.

- Marcia, J. E. (2002). Identity and psychosocial development in adulthood. *Identity: An International Journal of Theory and Research*, 2, 7–28.
- Matteson, D. R. (1975). *Adolescence today. Sex roles and the search for identity*. Homewood (Ill): Dorsey Press.
- Mayer, C.-H. (2008). Identity and health in transcultural mediation. The model of culture-synergetic transcultural mediation and its impacts. *Journal of Intercultural Communication*, 17, 1404–1636.
- Mayer, C.-H., Louw, L. (2013). «Who are you?» — Constructing managerial identities in post-apartheid South Africa. *Management Revue*, 24(4), 289–308.
- McAdams, D. P., McLean, K. C. (2013). Narrative identity. *Current Directions in Psychological Science*, 22(3), 233–238.
- McCall, G. J., Simmons, J. L. (1966). *Identities and interactions: An examination of human associations in everyday life*. New York: Free Press.
- McLean, K. C., Breen, A. V. (2009). Processes and content of narrative identity development in adolescence: Gender and well-being. *Developmental Psychology*, 45(3), 702–710.
- McLean, K. C., Pasupathi, M. (2012). Processes of identity development: Where I am and how I got there. *Identity: An International Journal of Theory and Research*, 12, 8–28.
- McLean, K. C., Pratt, M. W. (2006). Life's little (and big) lessons: Identity statuses and meaning-making in the turning-point narratives of emerging adults. *Developmental Psychology*, 42, 714–722.
- Meeus, W. (1996). Studies on identity development in adolescence: An overview of research and some new data. *Journal of Youth and Adolescence*, 25, 569–598.
- Meeus, W. (2011). The study of adolescent identity formation 2000–2010: A review of longitudinal research. *Journal of Research on Adolescence*, 21(1), 75–94.
- Meeus, W., Iedema, J., Helsen, M., Vollebergh, W. (1999). Patterns of adolescent identity development: Review of literature and longitudinal analysis. *Developmental Review*, 19, 419–461.
- Meyer, J. P., Becker, T. E., van Dick, R. (2006). Social identities and commitments at work: Toward an integrative model. *Journal of Organizational Behavior*, 27(5), 665–683.
- Nelson, K. (1989). *Narratives from the crib*. Boston, MA: Harvard University Press.
- Ness, K., Green, S. D. (2012). Human resource management in the construction context: disappearing workers in the UK. In: A. Dainty, M. Loosemore (Eds.). *Human resource management in construction: critical perspectives* (18–50). Abingdon: Routledge.
- Nosko, A., Tieu, T., Lawford, H., Pratt, M. W. (2011). How do I love thee? Let me count the ways: Family parenting, attachment styles, interpersonal trust, and romantic narratives in emerging adulthood. *Developmental Psychology*, 47, 645–657.
- Orlofsky, J. L. (1978). Identity formation, achievement, and fear of success in college men and women. *Journal of Youth and Adolescence*, 7, 49–63.
- Pandey C., Khare R. (2012). Impact of job satisfaction and organizational commitment on employee loyalty. *International Journal of Social Science & Interdisciplinary Research*, 1(8), 26–41.
- Pasupathi, M., Hoyt, T. (2009). The development of narrative identity in late adolescence and emergent adulthood. *Developmental Psychology*, 45, 558–574.
- Reese, E., Yan, C., Jack, F., Hayne, H. (2010). Emerging identities: Narrative and self from early childhood to early adolescence. In K. C. McLean, M. Pasupathi (Eds.). *Narrative development in adolescence: Creating the storied self* (23–43). New York: Springer.
- Riketta, M. (2005). Organizational identification: A meta-analysis. *Journal of Vocational Behavior*, 66, 358–384.
- Rohr, M. K., John, D. T., Fung, H. H., Lang, F. R. (2017). A three-component model of future time perspective across adulthood. *Psychology and Aging*, 32(7), 597–607. doi: 10.1037/pag0000191

- Rosseel, Y. (2012). Lavaan: An R package for structural equation modeling. *Journal of Statistical Software*, 48(2), 1–36.
- RStudio. (2018). RStudio: Integrated development environment for R (Version 1.2.1335) [Computer software]. Retrieved from <http://www.rstudio.org/>
- Rudolph, C. W., Kooij, D. T., Rauvola, R. S., Zacher, H. (2018). Occupational future time perspective: A meta-analysis of antecedents and outcomes. *Journal of Organizational Behavior*, 39(2), 229–248.
- Schreiber, J. B., Nora, A., Stage, F. K., Barlow, E. A., King, J. (2006). Reporting structural equation modeling and confirmatory factor analysis results: A review. *The Journal of Educational Research*, 99(6), 323–338.
- Schwartz, S. J., Luyckx, K., Vignoles, V. L. (2011). *Handbook of Identity Theory and Research*. New York: Springer.
- Schwartz, S. J. (2001). The evolution of Eriksonian and neo-Eriksonian identity theory and research: A review and integration. *Identity: An International Journal of Theory and Research*, 1, 7–58.
- Sergeeva, N., Green, D. G. (2019). Managerial identity work in action: performative narratives and anecdotal stories of innovation. *Construction Management and Economics*, 37, 1–20. doi: 10.1080/01446193.2019.1566625
- Sherratt, F., Farrell, P., Noble, R. (2013). UK construction site safety: discourses of enforcement and engagement. *Construction management and economics*, 31(6), 623–635.
- Singer, J. A. (2004). Narrative identity and meaning making across the adult lifespan: An introduction. *Journal of Personality*, 72, 437–459.
- Skoe, E. E., Marcia, J. E. (1991). A care-based measure of morality and its relation to ego identity. *Merrill-Palmer Quarterly*, 37, 289–304.
- Skorikov, V. B., Vondracek, F. W. (2011). Occupational identity. In S. J. Schwartz, K. Luyckx, V. L. Vignoles (Eds.). *Handbook of identity theory and research* (671–693). New York: Springer Science+Business Media.
- Sluss, D. M., Ashforth, B. E. (2008). How relational and organizational identification converge: Processes and conditions. *Organization Science*, 19, 807–823.
- Stephen, J., Fraser, E., Marcia, J. E. (1992). Moratorium achievement (Mama) cycles in lifespan identity development: Value orientations and reasoning system correlates. *Journal of Adolescence*, 15, 283–300.
- Stewart, A. J., Ostrove, J. M., Helson, R. (2001). Middle aging in women: Patterns of personality change from the 30s to the 50s. *Journal of Adult Development*, 8, 23–37.
- Stryker, S. (1968). Identity salience and role performance: The relevance of symbolic interaction theory for family research. *Journal of Marriage and the Family*, 30, 558–564.
- Stryker, S. (2007). Identity theory and personality theory: Mutual relevance. *Journal of Personality*, 75(6), 1083–1102.
- Sveningsson, S., Alvesson, M. (2003). Managing managerial identities: Organizational fragmentation, discourse and identity struggle. *Human Relations*, 56(10), 1163–1193.
- Syed, M., Azmitia, M. (2010). Narrative and ethnic identity exploration: A longitudinal account of emerging adults' ethnicity-related experiences. *Developmental Psychology*, 46(1), 208–219.
- Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories: Studies in social psychology*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Tavernier, R., Willoughby, T. (2012). Adolescent turning points: The association between meaning-making and psychological well-being. *Developmental Psychology*, 48, 1059–1068.
- Tesch, S. A., Cameron, K. A. (1987). Openness to experience and development of adult identity. *Journal of Personality*, 55, 615–630.

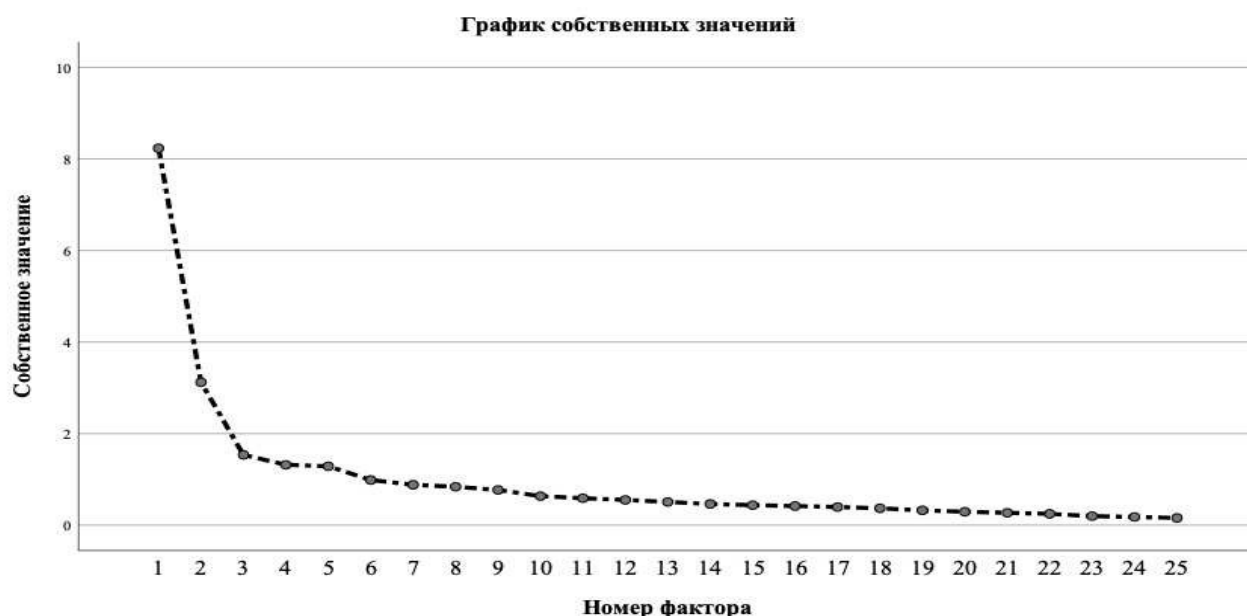
- Thorne, A. (2000). Personal memory telling and personality development. *Personality and Social Psychology Review*, 4, 45–56.
- Verganti, R. (2011). Designing breakthrough products. *Harvard Business Review*, 89(10), 114–120.
- Waterman, A. S. (Eds.) (1985). *Identity in adolescence: Processes and contents*. San Francisco-L.: Jossey-Bass.
- Waterman, A. S., Archer, S. L. (1993). Identity status during the adult years: Scoring criteria. In *Ego identity: A handbook for psychosocial research* (241–270). New York: Springer-Verlag. Springer.
- Whitbourne, S. K., Sneed, J. R., Sayer, A. (2009). Psychosocial development from college through midlife: A 34-year sequential study. *Developmental Psychology*, 45, 1328–1340.
- Wieland, A., Durach, C. F., Kembro, J., Treiblmaier, H. (2017). Statistical and judgmental criteria for scale purification. *Supply Chain Management: An International Journal*, 22(4), 321–328. doi: 10.1108/SCM-07-2016-0230
- Zacher, H. (2013). Older job seekers' job search intensity: The interplay of proactive personality, age and occupational future time perspective. *Ageing & Society*, 33(7), 1139–1166.
- Zacher, H., Frese, M. (2009). Remaining time and opportunities at work: Relationships between age, work characteristics, and occupational future time perspective. *Psychology and Aging*, 24(2), 487–493.
- Zimbardo, P. G., Boyd, J. N. (1999). Putting time in perspective: A valid, reliable individual-differences metric. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77(6), 1271–1288. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.77.6.1271>
- Zimbardo, P. G., Keough, K. A., Boyd, J. N. (1997). Present time perspective as a predictor of risky driving. *Personality and Individual Differences*, 23(6), 1007–1023. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(97\)00113-X](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(97)00113-X)
- Zucker, A. N., Ostrove, J. M., Stewart, A. J. (2002). College educated women's personality development in adulthood: Perceptions and age differences. *Psychology and Aging*, 17, 236–244.

Поступила 22.05.2019

Приложения

Приложение 1. График собственных значений

Мера адекватности выборки Кайзера — Майера — Олкина показала сильную связь между переменными ($KMO = 0.86$). Критерий сферичности Бартлетта, который проверяет корреляцию во всей корреляционной матрице, был статистически значимым ($\chi^2(300) = 1366.31$, $p < .01$). Данные критерии демонстрируют адекватность использования факторного анализа на данной выборке ($N = 113$).



Приложение 2. Матрица факторных нагрузок ОСУИ

Таблица 6. Факторные нагрузки пунктов ОСУИ ($N = 113$)

Формулировки пунктов (вопросов) ОСУИ	Факторы				
	1	2	3	4	5
07. Я очень сильно хочу быть руководителем	.855				
14. Я уверен в себе в роли руководителя	.798				
01. Для меня важно быть руководителем	.738				
10. Роль руководителя делает мою жизнь устойчивой	.732				
02. Я часто анализирую информацию, которая поможет мне управлять людьми	.722				
19. Я часто думаю о том, что работа руководителем — самая подходящая для меня	.69				
05. Руководящая работа позволяет мне лучше узнать себя	.683				
11. Я испытываю чувство гордости от того, что я руководитель	.668				
18. Роль руководителя позволяет мне быть уверенным в своём будущем	.658				
06. Чтение литературы позволяет мне быть успешным в роли руководителя	.647				
20. Я часто провожу или участвую в собраниях в качестве руководителя	.603				
03. Я испытываю удовольствие, руководя другими	.58	-.353	.345		
09. Я часто общаюсь с другими руководителями с целью перенять опыт управления людьми	.571				
22. Я часто думаю о том, насколько я компетентен для руководящей работы	.447			.368	
24. Я сильно жалею о том, что нахожусь в роли руководителя		.771			

25. Я часто хочу быть на работе в роли подчинённого	.682	
16. Я часто думаю о том, что пора найти работу, не связанную с управлением людьми	.632	
12. Я часто думаю о том, что управление людьми — не лучший выбор для меня	.414	.608
08. Мне интересна работа на неруководящей должности		
15. Я часто думаю о преимуществах и недостатках должности руководителя		.738
23. Я чувствую ответственность за результат работы своей команды		.495
21. Я испытываю уважение к другим руководителям		.458
13. Часто с целью улучшения эффективности управления людьми я обращаюсь к экспертам		.665
17. Я часто обращаю внимание на то, что другие люди думают или говорят про руководителей	.396	.477
04. Я часто рассматриваю вариант отказаться от руководства людьми		.418
Дисперсия (суммарная: 61.98%)	32.93	12.49 6.14 5.27 5.15

Примечание. Метод выделения факторов: метод главных осей. Метод вращения: облимин с нормализацией Кайзера. Пропущены значения, имеющие факторную нагрузку меньше .32. Пункты распределены по максимальной факторной нагрузке.

Приложение 3. Результаты проверки различий по шкалам ОСУИ между руководителями и работниками

Таблица 7. Различия значений шкал ОСУИ в выборках руководителей ($N = 174$) и рядовых работников ($N = 275$)

Значения показателей	Шкалы	
	Принятие	Пересмотр принятия
Значение U Манна—Уитни	15665.500	19121.500
Средний ранг руководителей	272.47	197.39
Средний ранг рядовых работников	194.97	242.47
Значимость (p), двусторонняя	< .001	< .001

Приложение 4. Опросник «Статус управленческой идентичности» (ОСУИ)

Инструкция

Пожалуйста, оцените, в какой степени применимы по отношению к Вам следующие утверждения по шкале от 1 («Совершенно неверно») до 5 («Совершенно верно»).

1. Я часто думаю о том, что работа руководителем — самая подходящая для меня.
2. Я часто думаю о том, что управление людьми — не лучший выбор для меня.
3. Я часто думаю о том, что пора найти работу, не связанную с управлением людьми.
4. Я уверен в себе в роли руководителя.
5. Я жалею о том, что нахожусь в роли руководителя.
6. Роль руководителя позволяет мне быть уверенным в своём будущем.

Ключ

Подсчитывается сумма баллов по каждой шкале.

«Принятие»: пункты 1, 4, 6 (от 3 до 9 баллов — низкое значение, от 10 до 15 баллов — высокое значение).

«Пересмотр принятия»: пункты 2, 3, 5 (от 3 до 9 баллов — низкое значение, от 10 до 15 баллов — высокое значение).

Статус управленческой идентичности

- *Достигнутая/Предрежённая идентичность*: Принятие (высокое), Пересмотр Принятия (низкое)
- *Мораторий*: Принятие (низкое), Пересмотр Принятия (высокое)
- *Поисковый Мораторий*: Принятие (высокое), Пересмотр Принятия (высокое)
- *Диффузная идентичность*: Принятие (низкое), Пересмотр Принятия (низкое)



ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY

Creation and analysis of psychometric properties of the Managerial Identity Status Questionnaire

Alexander PARAMUZOV

Roksana NESMEIANOVA

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation

Abstract. *Purpose.* The article presents the results of the development of the Managerial Identity Status Questionnaire (MISQ), based on the advanced status model of identity of James Marcia. The advantage of the established methodology is to take into account the specifics of such a professional group as managers, as well as the transition to quantitative research methods, which makes it possible to establish correlation and cause-effect relationships of managerial identity with other psychological constructs. The paper presents a check of the factor structure of the questionnaire, the optimal composition of the scales and its psychometric properties, such as convergent and discriminant validity and reliability (internal consistency). *Methodology.* The study was attended by 449 people, 275 employees of various organizations, and 174 managers (92 managers and 82 entrepreneurs). *Results.* The EFA revealed two factors corresponding to the Commitment ($\alpha = .79$) and Reconsideration of Commitment ($\alpha = .81$). The total variance explained was 63.82%. Using CFA, the optimal factor structure was selected, with recommended indices of correspondence of confirmatory models ($\chi^2 = 12.54$; $RMSEA = .057$; $df = 8$; $SRMR = .040$; $CFI = .987$; $TLI = .976$; $AIC = 2946.661$). The scales of the questionnaire have convergent and discriminant validity. *Findings.* The results of the study show that the Managerial Identity Status Questionnaire has acceptable psychometric properties. *The value of the results.* The first version of the questionnaire was created, which allows to quantify the status of managerial identity.

Keywords: managerial identity, ego identity status model, ingroup identification, future time perspective.

References

- Abraham, K. G. (1983). The relation between identity status and locus of control among rural high school students. *Journal of Early Adolescence*, 3, 257–264.
- Adams, G. R. (1999). *The objective measure of ego identity status: A manual on theory and test construction*. Guelph, Ontario, Canada: University of Guelph.
- Adams, G. R., Shea, J., Fitch, S. A. (1979). Toward the development of an objective assessment of ego-identity status. *Journal of Youth and Adolescence*, 8, 223–237.
- Agadullina, E. R., Lovakov, A. V. (2013). Model' izmereniya ingruppovoj identifikacii: proverka na rossijskoj vyborke [Intra-group assessment measurement model: a check on the Russian sample]. *Psihologiya. Zhurnal Vysshej Shkoly Ekonomiki*, 10(4), 143–157.

- Alvesson, M. Wilmott, H. (2002). Identity regulation as organizational control producing the appropriate individual. *Journal of Management Studies*, 39(5), 619–644.
- Andersen, L. P., Karlsen, I. L., Joensson, T., Nielsen, K. J. (2015). Social identity in the construction industry: Implications for safety perception and behaviour. *Construction management and economics*, 33(8), 640–652.
- Ashmore, R. D., Deaux, K., McLaughlin-Volpe, T. (2004). An organizing framework for collective identity: Articulation and significance of multidimensionality. *Psychological Bulletin*, 130, 80–114.
- Balistreri, E., Busch-Rossnagel, N. A., Geisinger, K. F. (1995). Development and preliminary validation of the Ego Identity Process Questionnaire. *Journal of Adolescence*, 18, 179–190.
- Bartholomew, K., Henderson, A. J. Z., Marcia, J. E. (2000). Coding semi-structured interviews in social psychological research. In H. T. Reis, C. M. Judd (Eds.), *Handbook of research methods in social and personality psychology* (286–313). New York: Cambridge University Press.
- Bazarov, T. Yu., Paramuzov, A. V. (2019). Psihometricheskij analiz russkoyazychnoj versii oprosnika H. Cahera i M. Freze Professional'naya vremennaya perspektiva budushchego [Psychometric analysis of the Russian version of the questionnaire Zacher H., Frese M. Occupational Future Time Perspective]. *Organizational Psychology*, 9(1), 57–80.
- Baturin, N. A., Vuchetich, E. V., Kostromina, S. N., Kukarkin, B. A., Kupriyanov, E. A., Lur'e, E. V., ... SHmelev, A. G. (2015). Rossijskij standart testirovaniya personala (vremennaya versiya, sozdannaya dlya shirokogo obsuzhdeniya v 2015 godu) [Russian standard for staff testing (temporary version created for wide discussion in 2015)]. *Organizational Psychology*, 5(2), 67–138.
- Berzonsky, M. D. (1989). Identity style: Conceptualization and measurement. *Journal of Adolescent Research*, 4, 267–281.
- Berzonsky, M. D. (2005). Ego-identity: A personal standpoint in a postmodern world. *Identity: An International Journal of Theory and Research*, 5, 125–136.
- Berzonsky, M. D., Rice, K. G., Neimeyer, G. J. (1991). Identity status and self-construct systems: Process X structure interactions. *Journal of Adolescence*, 13, 251–263.
- Berzonsky, M. D., Soenens, B., Luyckx, K., Smits, U., Papini, D. R. (2013). Development and validation of the revised identity style Inventory (ISI-5): Factor structure, reliability, and validity. *Psychological Assessment*, 25(3), 893–904.
- Blustein, D. L., Phillips, S. D. (1990). Relation between ego identity statuses and decision-making styles. *Journal of Counseling Psychology*, 37, 160–168.
- Bosma, H. A. (1985). *Identity development in adolescence. Coping with commitments*. Groningen: University of Groningen.
- Brown, J. D. (2009). Choosing the right type of rotation in PCA and EFA. *JALT Testing & Evaluation SIG Newsletter*, 13(3), 20–25.
- Burke, P. J., Tully, J. C. (1977). The measurement of role identity. *Social Forces*, 55(4), 881–897.
- Burmistrova, O. N. (2012). Svyaz' vidov organizacionnoj identifikacii s ocenкой deyatelnosti rukovoditelya [The relationship of types of organizational identification with the assessment of the leader]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta, ser. 11, Estestvennye Nauki*, 2(4), 78–84.
- Carstensen, L. L., Lang, F. R. (1996). *Future time perspective scale*. Unpublished Manuscript, Stanford University.
- Clancy, S. M., Dollinger, S. J. (1993). Identity, self, and personality: I. Identity status and the five-factor model of personality. *Journal of Research on Adolescence*, 3, 227–245.
- Clarke, C. A., Brown, A. D. (2009). Working identities? Antagonistic discursive resources and managerial identity. *Human Relations*, 62(3), 323–352.
- Coleman, I.C. (1974). *Relationships in adolescence*. L.: Routledge & Kegan Paul.

- Comrey, A. L., Lee, H. B. (1992). *A First Course in Factor Analysis* (2 edition). Hillsdale, N.J: Psychology Press.
- Cramer, P. (2004). Identity change in adulthood: The contribution of defense mechanisms and life experiences. *Journal of Research in Personality*, 38(3), 280–316.
- Crocetti, E., Rubini, M., Meeus, W. (2008). Capturing the dynamics of identity formation in various ethnic groups: Development and validation of a three-dimensional model. *Journal of Adolescence*, 31, 207–222.
- Dellas, M., Jernigan, L. P. (1981). Development of an objective instrument to measure identity status in terms of occupation crisis and commitment. *Educational and Psychological Measurement*, 41, 1039–1050.
- Edwards, M. R., Peccei, R. (2010). Perceived organizational support, organizational identification, and employee outcomes: Testing a simultaneous multifoci model. *Journal of Personnel Psychology*, 9(1), 17–26.
- Ellemers, N., De Gilder, D., Haslam, S. A. (2004). Motivating individuals and groups at work: A social identity perspective on leadership and group performance. *Academy of Management Review*, 29, 459–478.
- Epskamp, S. (2015). semPlot: Unified visualizations of structural equation models. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 22(3), 474–483.
- Erikson, E. (1968). *Identity, youth and crisis*. New York: Norton.
- Fadjukoff, P., Kokko, K., Pulkkinen, L. (2010). Changing economic conditions and identity formation in adulthood. *European Psychologist*, 15, 293–303.
- Gatignon, H. (2010). Confirmatory Factor Analysis. In H. Gatignon (Eds.). *Statistical Analysis of Management Data* (59–122). New York: Springer-Verlag.
- Grotevant, H. D. (1987). Toward a process model of identity formation. *Journal of Adolescent Research*, 2(3), 203–222.
- Hassan, Sh. (2012). Employee attachment to workplace: a review of organizational and occupational identification and commitment. *International journal of organization theory and behavior*, 15(3), 383–422.
- Helson, R., Stewart, A., Ostrove, J. (1995). Identity in three cohorts of midlife women. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 544–557.
- Hu, L., Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1–55.
- Josselson, R. (2009). The present of the past: Dialogues with memory over time. *Journal of Personality*, 77, 647–668.
- Katrinli, A., Atabay, G., Gunay, G., Guneri, B. (2009). Exploring the antecedents of organizational identification: the role of job dimensions, individual characteristics and job involvement. *Journal of Nursing Management*, 17(1), 66–73.
- Kolenikov, S., Bollen, K. A. (2012). Testing negative error variances: Is a Heywood case a symptom of misspecification? *Sociological Methods & Research*, 41(1), 124–167.
- Košťál, J., Klicperová-Baker, M., Lukavská, K., Lukavský, J. (2016). Short version of the Zimbardo Time Perspective Inventory (ZTPI-short) with and without the Future-Negatives scale, verified on nationally representative samples. *Time & Society*, 25(2), 169–192. doi: 10.1177/0961463X15577254
- Kroger, J. (2012). The status of identity: Developments in identity status research. In P. K. Kerig, M. S. Schulz, S. T. Hauser (Eds.), *Adolescence and beyond: Family processes and development* (64–83). New York: Oxford University Press.

- Kroger, J., Marcia, J. E. (2011). The identity statuses: Origins, meanings, and interpretations. In S. J. Schwartz, K. Luyckx, V. L. Vignoles (Eds.), *Handbook of identity theory and research*, 1, 31–53. New York: Springer.
- Kroger, J., Martinussen, M., Marcia, J. (2010). Identity status change during adolescence and young adulthood. *Journal of Adolescence*, 33, 683–698.
- Kuhn, M. H., McPartland T. S. (1954). An Empirical Investigation of Self-Attitudes. *American Sociological Review*, 19, 68–76.
- Kuzmina, M. Yu. (2004). *Social'no-psihologicheskie faktory upravlencheskoj identichnosti rukovoditelya* [Socio-psychological factors of managerial identity]: diss... kand. psih. nauk. M.
- Leach, C. W., van Zomeren, M., Zebel, S., Vliek, M. L., Pennekamp, S. F., Doosje, B., ... Spears, R. (2008). Group-level self-definition and self-investment: A hierarchical (multicomponent) model of in-group identification. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95(1), 144–165.
- Leung, D. Y., Wong, E. M., Chan, S. S., Lam, T. H. (2013). Psychometric properties of the Big Five Inventory in a Chinese sample of smokers receiving cessation treatment: A validation study. *Journal of Nursing Education and Practice*, 3(6), 1–10.
- Lipatov, S. A. (2004). Problema organizacionnoj priverzhennosti i identifikacii s tochki zreniya social'noj psihologii [The problem of organizational commitment and identification in terms of social psychology]. *Mir psihologii*, 2, 142–148.
- Lipatov, S. A., Lovakov, A. V. (2011). Organizatsionnaya identifikatsiya i priverzhennost personala: shodstvo i razlichie [Organizational identification and staff commitment: similarities and differences]. *Psihologiya. Zhurnal Vysshey Shkoly ekonomiki*, 8(2). 69–80.
- Lowstedt, M., Raisanen, C. (2014). Social identity in construction: enactments and outcomes. *Construction management and economics*, 32(11), 1093–1105.
- Luyckx, K., Goossens, L., Soenens, B., Beyers, W. (2006). Unpacking commitment and exploration: Preliminary validation of an integrative model of late adolescent identity formation. *Journal of Adolescence*, 29(3), 361–378.
- MacKenna, S., Garcia-Lorenzo, L., Bridgman, T. (2010). Managing, managerial control and managerial identity in the post-bureaucratic world. *Journal of Management Development*, 29(2), 128–136.
- Mancini T., Caricati L., Panari C., Tonarelli A. (2015). Personal and social aspects of professional identity: An extension of Marcia's identity status model applied to a sample of university students. *Journal of Vocational Behavior*, 89, 140–150.
- Marcia, J. E. (1966). Development and validation of ego identity status. *Journal of Personality and Social Psychology*, 3, 551–558.
- Marcia, J. E. (1967). Ego identity status: Relationship to change in self-esteem, «general maladjustment» and authoritarianism. *Journal of Personality*, 35, 118–133.
- Marcia, J. E. (1980). Identity in adolescence. In J. Adelson (Eds.), *Handbook of adolescent psychology* (159–187). New York: Wiley.
- Marcia, J. E. (1993). The ego identity status approach to ego identity. In J. E. Marcia, A. S. Waterman, D. R. Matteson, S. L. Archer, J. L. Orlofsky (Eds.), *Ego identity: A handbook for psychosocial research* (1–21). New York: Springer-Verlag.
- Marcia, J. E. (2002). Identity and psychosocial development in adulthood. Identity: An International *Journal of Theory and Research*, 2, 7–28.
- Matteson, D. R. (1975). *Adolescence today. Sex roles and the search for identity*. Homewood (Ill): Dorsey Press.
- Mayer, C.-H. (2008). Identity and health in transcultural mediation. The model of culture-synergetic transcultural mediation and its impacts. *Journal of Intercultural Communication*, 17, 1404–1636.

- Mayer, C.-H., Louw, L. (2013). «Who are you?» — Constructing managerial identities in post-apartheid South Africa. *Management Revue*, 24(4), 289–308.
- McAdams, D. P., McLean, K. C. (2013). Narrative identity. *Current Directions in Psychological Science*, 22(3), 233–238.
- McCall, G. J., Simmons, J. L. (1966). *Identities and interactions: An examination of human associations in everyday life*. New York: Free Press.
- McLean, K. C., Breen, A. V. (2009). Processes and content of narrative identity development in adolescence: Gender and well-being. *Developmental Psychology*, 45(3), 702–710.
- McLean, K. C., Pasupathi, M. (2012). Processes of identity development: Where I am and how I got there. *Identity: An International Journal of Theory and Research*, 12, 8–28.
- McLean, K. C., Pratt, M. W. (2006). Life's little (and big) lessons: Identity statuses and meaning-making in the turning-point narratives of emerging adults. *Developmental Psychology*, 42, 714–722.
- Meeus, W. (1996). Studies on identity development in adolescence: An overview of research and some new data. *Journal of Youth and Adolescence*, 25, 569–598.
- Meeus, W. (2011). The study of adolescent identity formation 2000–2010: A review of longitudinal research. *Journal of Research on Adolescence*, 21(1), 75–94.
- Meeus, W., Iedema, J., Helsen, M., Vollebergh, W. (1999). Patterns of adolescent identity development: Review of literature and longitudinal analysis. *Developmental Review*, 19, 419–461.
- Meyer, J. P., Becker, T. E., van Dick, R. (2006). Social identities and commitments at work: Toward an integrative model. *Journal of Organizational Behavior*, 27(5), 665–683.
- Nelson, K. (1989). *Narratives from the crib*. Boston, MA: Harvard University Press.
- Nesmeianova, R. K. (2018). *Vzaimosvyaz obraza korporativnoy kultury i organizatsionnoy identifikatsii sotrudnikov kommercheskih predpriyatiy* [The relationship between perceived corporate culture and employees' organizational identification at for-profit companies]: Diss. kand. psikh. nauk. M.
- Ness, K., Green, S. D. (2012). Human resource management in the construction context: disappearing workers in the UK. In: A. Dainty, M. Loosemore (Eds.). *Human resource management in construction: critical perspectives* (18–50). Abingdon: Routledge.
- Nosko, A., Tieu, T., Lawford, H., Pratt, M. W. (2011). How do I love thee? Let me count the ways: Family parenting, attachment styles, interpersonal trust, and romantic narratives in emerging adulthood. *Developmental Psychology*, 47, 645–657.
- Orestova, V. R. (2001). *Formirovaniye lichnostnoy identichnosti v podrozkovom i yunosheskom vozraste* [The formation of personal identity in adolescence and youth]: dis... kand. psikh. nauk. M.
- Orlofsky, J. L. (1978). Identity formation, achievement, and fear of success in college men and women. *Journal of Youth and Adolescence*, 7, 49–63.
- Pandey C., Khare R. (2012). Impact of job satisfaction and organizational commitment on employee loyalty. *International Journal of Social Science & Interdisciplinary Research*, 1(8), 26–41.
- Pasupathi, M., Hoyt, T. (2009). The development of narrative identity in late adolescence and emergent adulthood. *Developmental Psychology*, 45, 558–574.
- Reese, E., Yan, C., Jack, F., Hayne, H. (2010). Emerging identities: Narrative and self from early childhood to early adolescence. In K. C. McLean, M. Pasupathi (Eds.). *Narrative development in adolescence: Creating the storied self* (23–43). New York: Springer.
- Riketta, M. (2005). Organizational identification: A meta-analysis. *Journal of Vocational Behavior*, 66, 358–384.
- Rohr, M. K., John, D. T., Fung, H. H., Lang, F. R. (2017). A three-component model of future time perspective across adulthood. *Psychology and Aging*, 32(7), 597–607. doi: 10.1037/pag0000191
- Rosseel, Y. (2012). Lavaan: An R package for structural equation modeling. *Journal of Statistical Software*, 48(2), 1–36.

- RStudio. (2018). *RStudio: Integrated development environment for R (Version 1.2.1335)* [Computer software]. Retrieved from <http://www.rstudio.org/>
- Rudolph, C. W., Kooij, D. T., Rauvola, R. S., Zacher, H. (2018). Occupational future time perspective: A meta-analysis of antecedents and outcomes. *Journal of Organizational Behavior*, 39(2), 229–248.
- Schneider, L. B. (2001). *Professional'naya identichnost'* [Professional identity]. M.: MOSU.
- Schreiber, J. B., Nora, A., Stage, F. K., Barlow, E. A., King, J. (2006). Reporting structural equation modeling and confirmatory factor analysis results: A review. *The Journal of Educational Research*, 99(6), 323–338.
- Schwartz, S. J. (2001). The evolution of Eriksonian and neo-Eriksonian identity theory and research: A review and integration. *Identity: An International Journal of Theory and Research*, 1, 7–58.
- Schwartz, S., Butenko, T. P., Sedova, D. S., Lipatova, A. S. (2012). Utochnennaya teoriya bazovykh individual'nykh cennostej: primeneniye v Rossii [Refined theory of basic individual values: application in Russia]. *Psihologiya. Zhurnal Vysshej shkoly ekonomiki*, 9(1), 43–70.
- Schwartz, S. J., Luyckx, K., Vignoles, V. L. (2011). *Handbook of Identity Theory and Research*. New York: Springer.
- Sergeeva, N., Green, D. G. (2019). Managerial identity work in action: performative narratives and anecdotal stories of innovation. *Construction Management and Economics*, 37, 1–20. doi: 10.1080/01446193.2019.1566625
- Sherratt, F., Farrell, P., Noble, R. (2013). UK construction site safety: discourses of enforcement and engagement. *Construction management and economics*, 31(6), 623–635.
- Simonova, O. A. *Personalnaya identichnost v sovremennom obschestve: Kontseptsiya E. H. Eriksona* [Personal identity in modern society: The concept of E. H. Erickson]. diss. kand. sotsiol. nauk. M.
- Singer, J. A. (2004). Narrative identity and meaning making across the adult lifespan: An introduction. *Journal of Personality*, 72, 437–459.
- Skoe, E. E., Marcia, J. E. (1991). A care-based measure of morality and its relation to ego identity. *Merrill-Palmer Quarterly*, 37, 289–304.
- Skorikov, V. B., Vondracek, F. W. (2011). Occupational identity. In S. J. Schwartz, K. Luyckx, V. L. Vignoles (Eds.). *Handbook of identity theory and research* (671–93). New York: Springer Science+Business Media.
- Sluss, D. M., Ashforth, B. E. (2008). How relational and organizational identification converge: Processes and conditions. *Organization Science*, 19, 807–823.
- Stephen, J., Fraser, E., Marcia, J. E. (1992). Moratorium achievement (Mama) cycles in lifespan identity development: Value orientations and reasoning system correlates. *Journal of Adolescence*, 15, 283–300.
- Stewart, A. J., Ostrove, J. M., Helson, R. (2001). Middle aging in women: Patterns of personality change from the 30s to the 50s. *Journal of Adult Development*, 8, 23–37.
- Stryker, S. (1968). Identity salience and role performance: The relevance of symbolic interaction theory for family research. *Journal of Marriage and the Family*, 30, 558–564
- Stryker, S. (2007). Identity theory and personality theory: Mutual relevance. *Journal of Personality*, 75(6), 1083–1102.
- Sveningsson, S., Alvesson, M. (2003). Managing managerial identities: Organizational fragmentation, discourse and identity struggle. *Human Relations*, 56(10), 1163–1193.
- Syed, M., Azmitia, M. (2010). Narrative and ethnic identity exploration: A longitudinal account of emerging adults' ethnicity-related experiences. *Developmental Psychology*, 46(1), 208–219.
- Syrcova, A., Sokolova, E. T., Mitina, O. V. (2008). Adaptatsiya oprosnika vremennoj perspektivy lichnosti F. Zimbardo [Adaptation of the questionnaire of the temporal perspective of personality F. Zimbardo]. *Psihologicheskij Zhurnal*, 29(3), 101–109.

- Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories: Studies in social psychology*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Tatarko, S. A. (2009). Izmereniye identichnosti v ramkakh statusnoy modeli Dzh. Marsii [Identity measurement within the D. Marcia's status model]. *Psikhologicheskaya Diagnostika*, 1, 1–39.
- Tavernier, R., Willoughby, T. (2012). Adolescent turning points: The association between meaning-making and psychological well-being. *Developmental Psychology*, 48, 1059–1068.
- Tesch, S. A., Cameron, K. A. (1987). Openness to experience and development of adult identity. *Journal of Personality*, 55, 615–630.
- Thorne, A. (2000). Personal memory telling and personality development. *Personality and Social Psychology Review*, 4, 45–56.
- Verganti, R. (2011). Designing breakthrough products. *Harvard Business Review*, 89(10), 114–120.
- Waterman, A. S. (Eds.) (1985). *Identity in adolescence: Processes and contents*. San Francisco-L.: Jossey-Bass.
- Waterman, A. S., Archer, S. L. (1993). Identity status during the adult years: Scoring criteria. In *Ego identity: A handbook for psychosocial research* (241–270). New York: Springer-Verlag. Springer.
- Whitbourne, S. K., Sneed, J. R., Sayer, A. (2009). Psychosocial development from college through midlife: A 34-year sequential study. *Developmental Psychology*, 45, 1328–1340.
- Wieland, A., Durach, C. F., Kembro, J., Treiblmaier, H. (2017). Statistical and judgmental criteria for scale purification. *Supply Chain Management: An International Journal*, 22(4), 321–328. doi: 10.1108/SCM-07-2016-0230
- Zacher, H. (2013). Older job seekers' job search intensity: The interplay of proactive personality, age and occupational future time perspective. *Ageing & Society*, 33(7), 1139–1166.
- Zacher, H., Frese, M. (2009). Remaining time and opportunities at work: Relationships between age, work characteristics, and occupational future time perspective. *Psychology and Aging*, 24(2), 487–493.
- Zimbardo, P. G., Boyd, J. N. (1999). Putting time in perspective: A valid, reliable individual-differences metric. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77(6), 1271–1288. doi: 10.1037/0022-3514.77.6.1271
- Zimbardo, P. G., Keough, K. A., Boyd, J. N. (1997). Present time perspective as a predictor of risky driving. *Personality and Individual Differences*, 23(6), 1007–1023. doi: 10.1016/S0191-8869(97)00113-X
- Zlokazov, K. V. (2015). Voprosy razvitiya identichnosti v rabotah posledovatelej Eriksona [Questions of identity development in the works of Erikson's followers]. *Pedagogicheskoe obrazovanie v Rossii*, 9, 155–161.
- Zucker, A. N., Ostrove, J. M., Stewart, A. J. (2002). College educated women's personality development in adulthood: Perceptions and age differences. *Psychology and Aging*, 17, 236–244.

Received 22.05.2019



Эмоциональный интеллект руководителя и деятельность группы

СИТНИКОВ Михаил Александрович

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия

Аннотация. Цель. Данная статья посвящена анализу и систематизации исследований, раскрывающих факторы взаимосвязи эмоционального интеллекта руководителя с характеристиками групповой деятельности. В статье приведён обзор существующих теоретических моделей эмоционального интеллекта. Показано, что модели когнитивных способностей и смешанные модели проходят путь параллельного развития. *Подход.* Представлена классификация моделей эмоционального интеллекта по следующим параметрам: тип модели, структура эмоционального интеллекта; способ диагностики. Все модели соотнесены по этим параметрам. Анализ показал, что модели когнитивных способностей и их диагностические инструменты обладают большим структурным единством, чем смешанные модели. Это позволяет применять методы анализа, синтеза и обобщения для выявления факторов взаимосвязи эмоционального интеллекта руководителя с деятельностью группы. Проанализированы зарубежные исследования, в которых изучалось влияние уровня эмоционального интеллекта руководителя на групповую деятельность, эффективность и организационный климат. *Результаты.* Определены группы факторов взаимосвязи уровня эмоционального интеллекта руководителя с деятельностью группы: факторы-условия и факторы-результаты. К факторам-условиям мы отнесли: климат команды, психологическую безопасность работы команды, вдохновение, снижение уровня стресса и негативных эмоций, мотивацию и удовлетворённость группы при выполнении задачи. Производительность работы команды, эффективность выполнения задач в группе, увеличение качества выполнения задач в целом — это факторы-результаты. Проанализированы и выделены ключевые факторы-условия взаимосвязи уровня эмоционального интеллекта руководителя с групповой деятельностью. К ключевым факторам-условиям отнесены: организационный климат, организационная идентификация, удовлетворённость работой. *Выводы.* В связи с неоднозначностью характера связей данных конструктов выдвинута гипотеза, что уровень эмоционального интеллекта руководителя будет взаимосвязан со всеми тремя конструктами. Для подтверждения гипотезы необходимы дополнительные исследования.

Ключевые слова: эмоциональный интеллект; модели эмоционального интеллекта; эмоциональный интеллект руководителя; организационная идентификация; организационный климат; удовлетворённость работой.

Введение

Появление концепции эмоционального интеллекта (ЭИ) в начале последнего десятилетия XX века позволило по-новому взглянуть на тот вклад эмоций в бизнес-организациях, который приводит к повышению трудовой мотивацию, лояльности и организационной

приверженности персонала. Исследования показывают, что эмоциональный интеллект — это уникальный ресурс для развития бизнеса. Умение управлять эмоциями, особенно важно для руководителей деловых организаций. Оно приносит ощутимый результат, как в создании благоприятного климата в рабочей группе (Dickson, Smith, Grojean, Ehrhart, 2001; Druskat, Pescosolido, Wolff, 2002; Sivasubramaniam, Murry, Avolio, Jung, 2002; Druskat, Druskat, 2006; Mikolajczak, Luminet, 2008; Zeidner, Matthews, Roberts, 2012; Ghosh, Shuck, Petrosko, 2012), так и в повышении эффективности работы организации (Wong, Law, 2002; Druskat et al., 2002; Sivasubramaniam et al., 2002; Rosete, Ciarrochi, 2005; Hsu, 2016; Rezvani, Khosravi, Ashkanasy, 2018).

В исследованиях, направленных на выявление связи уровня эмоционального интеллекта руководителя с деятельностью группы, отмечается общее его положительное влияние (Dickson, Smith, Grojean, Ehrhart 2001; Druskat et al., 2002; Sivasubramaniam, et al., 2002; Wong et al., 2002; Wolff, 2002; Dionne, Yammarino, Atwater, Spangler, 2004; Rosete et al., 2005; Mikolajczak et al., 2008; Côté, Lopes, Salovey, Miners, 2010; Zeidner, Matthews, Roberts, 2012; Ghosh, Shuck, Petrosko, 2012; Hsu, 2016; Rezvani et al., 2018). Однако конкретные факторы этой взаимосвязи в исследованиях, посвящённых данной проблематике очень, разноплановы и не структурированы. Поэтому целью нашей работы является анализ и систематизация данных исследований для выявления ключевых факторов взаимосвязи уровня эмоционального интеллекта руководителя с групповой деятельностью.

Теоретические подходы к изучению эмоционального интеллекта

Понятие «эмоциональный интеллект» является достаточно новым и имеющим разные определения у разных авторов. Например, понятие «эмоциональный интеллект» «считается тесно связанным с понятиями «общий (когнитивный) интеллект» и «социальный интеллект» (Шадриков, 1996; Ушаков, 2009). Рассматривая существующие конкретные концепции и общие подходы к проблеме эмоций в рамках когнитивных исследований, можно отметить, что Л. С. Выготский в своё время задал направление по изучению аффективных и интеллектуальных процессов в их единстве в рамках динамически-смысловой системы, где движение мысли к слову проходит целый пласт внутренних слоёв, включающих эмоционально-оценочные отношения личности. Затем С. Л. Рубинштейн развил данную мысль и объединил в мышлении эмоциональный и рациональный компоненты, а А. Н. Леонтьев объяснил эмоциональную регуляцию мышления. О. К. Тихомиров, изучая специфику эмоционального мышления, отмечал, что эмоциональные состояния включены в процесс решения задач и выполняют в мышлении различного рода регулирующие, эвристические функции, в частности, включённость эмоциональной активации в процесс поиска принципа решения и эмоциональном предвосхищении решения задачи (Тихомиров, 1984).

В психологии «интеллект» понимается, прежде всего, как когнитивная характеристика, связанная с переработкой информации. Анализ различных моделей интеллекта показал, что его важными компонентами являются внутренние и внешние факторы взаимодействия, образующие многоуровневую структуру. Такова модель интеллекта в трудах В. Д. Шадрикова. Данная модель рассматривает интеллект как системный конструкт, который развивается вместе с внутренним и внешним миром человека в течение его жизни. Системы способностей человека лежат в основе данной модели. Природный интеллект и речь образуют интеллектуальные операции, затем, уже сюда подключаются способности, и это влияет на решение конкретных задач. Эмоциональный интеллект В. Д. Шадриков определяет как системное

проявление познавательных и эмоциональных способностей в целях обработки разных видов информации различными способами в различных формах поведения и деятельности (Шадриков, 1996).

В концепции практического интеллекта С. Эпштейна эмоциональный интеллект определяется как эмоциональный баланс, который позволяет эффективно справляться со сложными, негативными чувствами. Данный феномен характеризуется спокойствием разума, низким уровнем стресса, собранностью (Epstein, 1989). Исходя из теории Дж. Мэйера, П. Сэловея и Д. Карузо, эмоциональный интеллект определяется как совокупность четырёх способностей — к восприятию, использованию, пониманию и управлению своими эмоциями и эмоциями других людей. Это позволяет эффективно решать задачи за счёт поступления информации не только по конкретной проблеме, но и по настроениям и эмоциям (Mayer, Salovey, Caruso, 2002).

Подводя итоги, Д. В. Ушаков отмечает, что, несмотря на существование разных подходов к трактовке эмоционального интеллекта, все авторы имеют в виду способность к познанию эмоционального мира людей. Рассматривая социальный и эмоциональный интеллекты, он определяет их как пересекающиеся множества (Ушаков, 2009). При этом эмоциональный интеллект имеет два аспекта: направленность эмоционального интеллекта человеком на других людей (входит в структуру социального интеллекта) и направленность эмоционального интеллекта на познание собственных эмоций (не входит в структуру социального интеллекта). В данном подходе эмоциональный интеллект применяется для решения конкретных задач, которые задаются рациональной системой поведения. Условиями высокого развития эмоционального интеллекта являются уровень общего интеллекта выше среднего и развитая эмоциональная сфера. Многоуровневая рефлексия позволяет: на первом уровне осознать чувства, а на втором — организовать новые обобщения. В свою очередь, каждый новый уровень организации рефлексии эмоций ведёт к повышению значимости интеллекта и снижению эмоциональности.

Модели эмоционального интеллекта и методы его диагностики

Существующие модели эмоционального интеллекта объясняют структуру эмоционального интеллекта и методы оценки тех факторов, которые лежат в её основе. Приведём краткие характеристики нескольких из них, наиболее известные за рубежом и в России.

Модель эмоционального интеллекта Дж. Мэйера, П. Сэловея

Модель эмоционального интеллекта Дж. Мэйера, П. Сэловея включает способности, позволяющие человеку идентифицировать (распознавать) эмоции, использовать (получать желаемый результат) эмоции, понимать (устанавливать причинно-следственные связи) эмоции, а также управлять эмоциями, своими и чужими. Согласно концепции авторов, предлагаемая последовательность соответствует принципу убывания сложности способностей. *Идентификация и оценка эмоций* включает способность идентифицировать эмоцию в физических состояниях и ощущениях, способность идентифицировать эмоцию в поведении других людей и в художественных произведениях, различать подлинные эмоции от сымитированных. Сюда же относится способность точно выражать собственную эмоцию. *Использование эмоций* для повышения эффективности мышления и деятельности включает: использование эмоций для направления внимания на важную информацию; использование эмоциональных колебаний для рассмотрения разных подходов к решению задачи. *Понимание и анализ эмоций* включает способность к пониманию комплексов чувств, распознаванию

эмоций, интерпретации значения изменения эмоций и пониманию причинно-следственных связей этой перемены. *Сознательное управление эмоциями* включает способность оставаться открытым для чувств, управлять эмоциями в зависимости от оценки их информативности и полезности, контролировать свои и чужие эмоции, управлять своими и чужими эмоциями (Salovey, Mayer, 1990; Mayer, Salovey, 1997).

Модель эмоционального интеллекта Д. Гоулмана

Дэвид Гоулман, удачливый бизнес-психолог и популяризатор науки, добавил к компонентам первой модели П. Сэловея и Дж. Мэйера ещё и личностные характеристики. Соединение когнитивных способностей, входивших в модель П. Сэловея и Дж. Мэйера, с личностными характеристиками, образовало так называемую смешанную модель. Всего Д. Гоулман выделяет пять компонентов, разделённых на более мелкие элементы: самосознание, самоконтроль, управление отношениями, способность распознавать свои и чужие эмоции, мотивацию. Таким образом, среди структурных компонентов эмоционального интеллекта в модели Д. Гоулмана, наряду с эмоциональными способностями, есть волевые качества, характеристики самосознания, социальные умения и навыки (Goleman, 2006).

Модель эмоционального интеллекта Р. Бар-Она

Р. Бар-Он концептуализировал модель эмоционального интеллекта с личностными измерениями, подчёркивая взаимозависимость аспектов способностей эмоционального интеллекта с личностными чертами (Bar-On, 1997). Его опросник EQ-i включает пять основных компонентов, образующих 15 шкал. *Внутриличностный компонент* включает шкалы: осознание своих эмоций, уверенность в себе, самоуважение, самоактуализация, независимость. *Межличностный компонент* включает шкалы: эмпатия, социальная ответственность, навыки межличностного общения. Адаптивность рассматривается как способность адаптировать свои эмоции к меняющимся условиям. Она включает шкалы: решение проблем, связь с реальностью, гибкость. Управление стрессовыми ситуациями включает шкалы: устойчивость к стрессу, контроль импульсивности. Преобладающее настроение включает шкалы: уровень оптимизма, удовлетворённость жизнью.

Модель Д. В. Люсина

Модель Д. В. Люсина основывается на когнитивных способностях, связывая внутриличностные и межличностные способности человека. *Внутриличностные* — это способности к пониманию и способность к управлению эмоциями, которые направлены на себя (собственные эмоции). *Межличностные* — это способности к пониманию и управлению эмоциями других людей. Эти два вида способностей предполагают актуализацию разных когнитивных процессов и навыков, однако, по предположению Д. В. Люсина, они должны быть связаны друг с другом (Люсин, 2004, 2006). Основываясь на представлении об эмоциональном интеллекте как когнитивной характеристике, имеющей внешние и внутренние факторы взаимодействия, можно предположить, что внутриличностные и межличностные способности, актуализирующие разные когнитивные процессы и навыки, но связанные друг с другом, могут более полно проявиться в процессе обучения по развитию эмоционального интеллекта.

Сопоставительный анализ моделей эмоционального интеллекта

Сегодня разработано достаточно много теоретических концепций эмоционального интеллекта. Знакомство с этими концепциями позволяет нам выделить следующие параметры, которые присутствуют во всех концепциях: тип модели, структура ЭИ и способы

его диагностики. В таблице 1 модели эмоционального интеллекта представлены в хронологическом порядке их публикации.

Таблица 1. Сопоставительный анализ существующих моделей эмоционального интеллекта

Авторы	Тип модели	Модели эмоционального интеллекта	
		Структура / компоненты	Способы диагностики
П. Сэловей, Дж. Мэйер (Salovey, Mayer, 1990)	модель когнитивных способностей	Идентификация эмоций Использование эмоций Регулирование эмоций	теоретическая модель
В. Д. Шадриков (Шадриков, 1996)	модель когнитивных способностей	Познавательные способности Эмоциональные способности	теоретическая модель
Р. Бар-Он (Bar-On, 1997)	смешанная модель	Внутриличностные способности Межличностные способности Способность к адаптации Управление стрессовыми ситуациями Преобладающее настроение	опросник EQ-i
Н. В. Люсин (Люсин, 2004, 2006)	модель когнитивных способностей	Внутриличностные способности: – понимание эмоций – управление эмоциями Межличностные способности: – понимание эмоций – управление эмоциями	опросник ЭМИн
Дж. Мэйер, П. Сэловей, Д. Карузо (Mayer, Salovey, Caruso, 2004)	модель когнитивных способностей	Идентификация эмоций Использование эмоций Понимание эмоций Управление эмоциями	тест MSCEIT (Mayer–Salovey–Caruso Emotional Intelligence Test)
Д. Гоулман (Goleman, 2006)	смешанная модель	Самосознание Самоконтроль Управление отношениями Способность распознавать свои и чужие эмоции Мотивация	тест ECI
Д. В. Ушаков (Ушаков, 2009)	модель когнитивных способностей	Рефлексивная способность	теоретическая модель
Е. А. Орёл (Орёл, 2009)	модель когнитивных способностей	Самоанализ и самооценка Самоконтроль Выражение эмоций Социальная чуткость Мотивация	тест ЭМИQ
Д. Л. Джозеф, Д. А. Ньюман (Joseph, Newman, 2010)	модель когнитивных способностей	Восприятие эмоций Понимание эмоций Регулирование эмоций	теоретическая модель
И. Н. Мещерякова (Мещерякова, 2011)	смешанная модель	Эмоциональный (понимание эмоций) Когнитивный (знания об эмоциональном интеллекте) Поведенческий (управление эмоциями)	теоретическая модель
Дж. Мэттьюис, М. Зайднер, Р. Робертс (Zeidner, Matthews, Roberts, 2012).	смешанная модель	Темперамент Система навыков Регулирование эмоций	опросники, тесты

По типу модели эмоционального интеллекта делятся на модели когнитивных способностей и смешанные. По способу диагностики модели делятся на теоретические и эмпирические. Для эмпирических моделей чаще разрабатываются опросные и тестовые методики, поскольку область исследования эмоционального интеллекта практико-ориентированная. Структура моделей многокомпонентная. Анализируя данные из таблицы 1, мы видим, что

преобладают модели когнитивных способностей. Когнитивные модели В. Д. Шадрикова, Д. В. Ушакова, Д. Л. Джозефа, Д. А. Ньюмана, И. Н. Мещеряковой — теоретические. Каскадная модель Д. Л. Джозефа, Д. А. Ньюмана ориентирована на сознательные процессы и связывает восприятие эмоций, понимание эмоций и эмоциональную регуляцию с успешностью в работе. Эта модель создана на основе данных мета-анализа (Joseph, Newman, 2010). В модели Д. В. Ушакова определены два аспекта направленности эмоционального интеллекта человеком: на других людей и на познание собственных эмоций. Д. В. Ушаков выдвинул гипотезу о том, что для оценки эмоционального интеллекта необходимо использовать тесты, направленные на переработку эмоциональной информации в реальном времени (Ушаков, 2009). Структура смешанной теоретической модели И. Н. Мещеряковой включает такие компоненты, как: эмоциональный, когнитивный, поведенческий. Понимание и анализ своих и чужих эмоций отнесены к эмоциональному компоненту, управление эмоциями — к поведенческому. Когнитивный компонент включает совокупность знаний об эмоциональном интеллекте. Для когнитивного компонента показателями являются освоение знаний об эмоциональном интеллекте, развитие умения осуществлять самоанализ и развитие навыков рефлексии.

В структуру модели Дж. Мэйера, П. Сэловея, Д. Карузо входят, как мы уже знаем, следующие компоненты: идентификация, использование, понимание и управление эмоциями. Эти четыре компонента, по сути, являются той основой, на которой были сформированы остальные модели когнитивных способностей. В структуру модели когнитивных способностей Д. В. Люсина входят такие компоненты как понимание и управление эмоциями, а отсутствуют идентификация и использование эмоций. Модель когнитивных способностей Е. А. Орёл включает в свою структуру такие компоненты, как идентификация, понимание и управление. В структуре данной модели нет компонента «использования эмоций», но есть «социальная чуткость» и «мотивация». Каскадная модель когнитивных способностей Д. Л. Джозефа, Д. А. Ньюмана включает три компонента: идентификацию, понимание, управление эмоциями. Использование эмоции отсутствует, но все три компонента связываются с успешностью в деятельности.

Смешанные модели по своей структуре очень разные, в них присутствуют и отдельные личностные характеристики. Структура модели Р. Бар-Она включает пять компонентов личностных характеристик. Компонент «управление эмоциями» рассматривается только как управление стрессовыми ситуациями. В модели Дж. Мэттьюса, М. Зайднера, Р. Робертса есть темперамент и система навыков, нет идентификации, использования, и понимания эмоций. Компонент управление эмоциями рассматривается как сознательная регуляция эмоций. Структура модели Д. Гоулман состоит из пяти компонентов: самосознание, самоконтроль, управление, распознавание, мотивация. Компонент «управление эмоциями» в смешанных моделях представлен как управление стрессовыми ситуациями, управление отношениями, регуляция эмоций.

Анализ моделей показал, что их структура отличается у разных авторов, особенно это характерно для смешанных моделей. В структуре большинства моделей присутствуют такие компоненты, как понимание эмоций и управление ими. Управление эмоциями позволяет управлять стрессовыми ситуациями, управлять отношениями, сознательно регулировать эмоции, прогнозировать состояние и поведение, осуществлять самоконтроль. В структуре большинства моделей присутствуют два ракурса входящих в неё компонентов — направленность на себя и на других. Модель когнитивных способностей Дж. Мэйера, П. Сэловея, Д. Карузо и её четырёхкомпонентная структура является более полной по сравнению с другими моделями когнитивных способностей. В данной модели эмоциональный интеллект

представлен как познавательный процесс, начинающийся с восприятия информации, её анализа и возможности применения в деятельности, а также управление этим процессом. Способность различать чувства людей, точно выражать эмоции, вызывать эмоции, способствующие решению задач, понимать причинно-следственные связи изменения эмоций и способность управлять эмоциями являются важными способностями, особенно для руководителей.

Неоднозначность феномена эмоционального интеллекта ставит перед исследователями сложную задачу выбора модели и диагностических инструментов. Включение в исследование одновременно нескольких моделей и диагностических методик усложняет процедуру исследования. Рассматривая модели эмоционального интеллекта в хронологическом порядке, мы видим, что и модели когнитивных способностей, и смешанные модели проходят путь параллельного развития. Однако именно модели когнитивных способностей и их диагностические инструменты обладают большим структурным единством, что позволяет использовать данные модели в прикладных исследованиях для выявления факторов взаимосвязи эмоционального интеллекта руководителя с деятельностью группы.

Факторы взаимосвязи уровня эмоционального интеллекта руководителя с деятельностью группы

В зарубежных исследованиях эмоционального интеллекта можно выделить следующие направления: разработка концептуальных моделей эмоционального интеллекта и инструментария для его оценки (Salovey, Mayer, 1990; Mayer, Salovey, Caruso, 2002; Bar-On, 1997; Goleman, 2006; Joseph, Newman, 2010), обобщение полученных данных по разным направлениям исследований эмоционального интеллекта (Harms, Credé, 2010; Miao, Humphrey, Qian, 2016). Исследования в бизнес-среде посвящены изучению влияния эмоционального интеллекта лидера на командную работу, особенно в сфере инновационной деятельности (Hsu, 2016; Rezvani et al., 2018), на экономическую эффективность организации в целом (Rosete et al., 2005), на организационный климат (Dickson, Smith, Grojean, Ehrhart, 2001; Druskat et al., 2002; Sivasubramaniam et al., 2002; Druskat et al., 2006; Mikolajczak et al., 2008; Zeidner et al., 2012; Ghosh et al., 2012). В России разработок оригинальных моделей эмоционального интеллекта значительно меньше, преимущественно адаптируются зарубежные тесты и опросники, есть несколько методических разработок по оценке эмоционального интеллекта. Это методики ЭмИн Д. В. Люсина, О. О. Марютиной, А. С. Степановой (2004); адаптация теста Мэйера–Сэловея–Карузо (MSCEIT V2.0) Е. А. Сергиенко и И. И. Ветровой (Сергиенко, Ветрова 2009); тест ЭмIQ Е. А. Орёл (2009), Тест эмоционального интеллекта, ТЭИ Е. А. Сергиенко, Е. А. Хлевной, И. И. Ветровой, Ю. П. Мигун (Сергиенко, Хлевная, Ветрова и Мигун, 2019). Взаимосвязь эмоционального интеллекта и эффективности профессиональной деятельности руководителя исследовалась в работах О. В. Белоконь, Т.А. Панковой, Е. А. Хлевной, В. А. Штроо и С. Ю. Серова. Так, было показано, что уровень эмоционального интеллекта связан с деловым стилем лидерства, психологическим климатом в коллективе и мотивацией сотрудников при выполнении задач (Белоконь, 2009). В другом исследовании установлено, что у руководителей с высоким уровнем эмоционального интеллекта большая удовлетворённость своим трудом и они менее подвержены эмоциональному выгоранию (Панкова, 2010). Была установлена положительная связь между уровнем эмоционального интеллекта руководителей и эффективностью их деятельности, измеряемая степенью достижения ключевых показателей эффективности (KPI) (Хлевная, 2012). Экспериментально подтверж-

дена позитивная роль эмоционального интеллекта участников в достижении эффективного результата переговоров (Штроо, Серов, 2011).

В теориях зарубежных исследователей понятия «руководство» и «лидерство» являются равнозначными. Это связано с тем, что английское слово «*leadership*» является синонимом понятий «лидерство» и «руководство» в русском языке, поэтому в данной статье мы будем использовать эти слова как синонимы. Для анализа и систематизации факторов взаимосвязи эмоционального интеллекта руководителя с деятельностью группы нами произведен поиск исследований по запросу «*emotional intelligence*», «*management*», «*leadership*» в темах англоязычных публикаций в рамках областей: управление, образование, индивидуальное развитие. Довольно многие исследователи предположили, что высокий уровень эмоционального интеллекта руководителя способствует эффективности работы в команде, помогает справляться со стрессом и эффективнее руководить другими (Ashkanasy et al., 2000; Mayer, Salovey, Caruso, 2004; George, 2000; Goleman, 1998; Goleman, Boyatzis, McKee, 2002; Prati et al., 2003). Изменение подходов к лидерству, связанное с усложнением процессов управления предприятиями, а также с динамическими изменениями организационной структуры бизнеса, привело к появлению новой модели — трансформационного лидерства. Модель трансформационного лидерства Б. М. Басса и Б. Дж. Аволио (Bass, Avolio, 1990) обеспечила общую основу для большинства исследований эмоционального интеллекта и эффективности лидерства (Barling, Slater, Kelloway, 2000; Palmer, Walls, Burgess, Stough, 2001; Gardner, Stough, 2002). Трансформационные лидеры способны более эффективно решать стратегические вопросы, вдохновлять и мотивировать сотрудников и, следовательно, с большей вероятностью продвигают организацию вперед. Дж. М. Джордж предполагает, что лидерство включает в себя развитие коллективного чувства целей, а также формирование чувства уверенности и доверия. Эффективное руководство заключается в способности «устанавливать и поддерживать значимую идентичность для организации» (George, 2000, p. 1039). Дж. М. Джордж объясняет, как лидеры могут управлять эмоциональным опытом своих сотрудников, чтобы облегчить им принятие коллективного видения и организационных целей (George, 2000).

Изучалась связь между эмоциональным интеллектом и стилем руководства. В частности, было обнаружена значимая корреляция уровня эмоционального интеллекта с несколькими компонентами модели трансформационного лидерства. Так, интеллектуальная стимуляция, влияние (вдохновляющее и порождающее идеи), индивидуальный подход трансформационного лидера коррелировали с самооценкой способности контролировать и управлять эмоциями (Bass, Avolio, 1994; McShane, Glinow, 2000; Palmer et al., 2001). Было показано, что руководители групп влияют на климат команды, которую они возглавляют, за счёт разработки норм поведения (Dickson et al., 2001). В работах Н. Сивасубраманиама с коллегами установлено, что лидер группы влияет на мотивацию и климат команды, а это, в свою очередь, повышает эффективность работы команды и её производительность (Sivasubramaniam et al., 2002; George, 2000). С. С. Вонг и К. С. Лоу в своём исследовании показали, что эмоциональный интеллект последователей влияет на производительность труда и удовлетворённость работой, в то время как эмоциональный интеллект лидеров влияет на их удовлетворённость и экстра-ролевое поведение (Wong et al., 2002).

Методики измерения эмоционального интеллекта

Для оценки эмоционального интеллекта в зарубежных исследованиях, изучающих взаимосвязь уровня эмоционального интеллекта руководителя с деятельностью группы, инструментом диагностики чаще всего был тест эмоционального интеллекта Мэйера—Сэловея—Карузо (MSCEIT, Mayer et al., 2002). Кроме этого, использовались опросник Р. Бар-Она (EQI,

Bar-On 1997), шкала эмоционального интеллекта С. С. Вонга и К. С. Лоу (Wong, Law, 2002), тест эмоционального интеллекта Университета Суинберн (*Swinbern university emotional intelligence test, SUEIT*) (Palmer, Stough, 2001). Тест эмоционального интеллекта Университета Суинберна — это опросник, основанный на методе самоотчёта из 65 пунктов с пятью субшкалами. Основное внимание в тесте уделяется эмоциональному интеллекту на рабочем месте, а не общему эмоциональному интеллекту. Коэффициент внутренней согласованности для всей шкалы находится в границах от 0.88 до 0.91. Коэффициенты внутренней согласованности для субшкал варьируются от 0.70 до 0.91 (Gardner et al., 2002).

Встречались и более редкие методики, например, «Профиль эмоционального интеллекта рабочей группы» (*Workgroup emotional intelligence profile, WEIP*) (Jordan, Sashkanasy, Hartel, Hooper, 2002). Профиль представляет собой опросник из 27 пунктов с внутренней согласованностью 0.86, основывается на модели Дж. Д. Мэйера и П. Сэловея (Tett et al., 2005).

Шкала эмоционального интеллекта С. С. Вонга и К. С. Лоу (*Wong-Law emotional intelligence scale, WLEIS*) (Wong et al., 2002) представляет собой опросник, основанный на модели эмоционального интеллекта Дж. Д. Мэйера и П. Сэловея. Внутренняя согласованность является адекватной (от 0.78 до 0.89), с аналогичной согласованностью для субшкал (Tett et al., 2005). Шкала WLEIS состоит из 16 пунктов, которая разделяет эмоциональный интеллект на четыре широких класса: самооценка эмоций (*SEA*), оценка эмоций других (*OEA*), использование эмоций (*UOE*) и регулирование эмоций (*ROE*). Статья С. С. Вонга и К. С. Лоу (Wong et al., 2002), посвящённая описанию WLEIS и применению этого инструмента, на сегодняшний день является самой цитируемой по данным реферативной базы Web of Science (см. журнал «Организационная психология», 2019, № 1).

Исследование П. Д. Хармса и М. Креде (Harms, Credé, 2010), основанное на данных мета-анализа, было посвящено изучению характера взаимосвязей эмоционального интеллекта и трансформационного лидерства. Мета-анализ включал данные, полученные по 62 независимым выборкам, представляющим данные о 7145 лидерах. Результаты мета-анализа показали, что оценка достоверности составила 0.59, когда оценки эмоционального интеллекта и лидерского поведения были предоставлены одним и тем же источником (я, подчинённые, сверстники или начальство). В 39 выборках использовали опросник по многофакторному лидерству (*MLQ*, Bass, Avolio, 1995). Для оценки эмоционального интеллекта использовались тест эмоционального интеллекта Мэйера—Сэловея—Карузо (*MSCEIT*, Mayer et al., 2002), шкала эмоционального интеллекта С. С. Вонга и К. С. Лоу (*WLEIS*, Wong et al., 2002), опросник Бар-Он (*EQI*, Bar-On, 1997) и тест эмоционального интеллекта Университета Суинберна (*SUEIT*, Palmer, Stough, 2001).

Эмоциональный интеллект и успешность бизнеса

Однако исследования, основанные на самооценке управленческого стиля, не устанавливали связь тестов эмоционального интеллекта на основе способностей или показателей эмоционального интеллекта, основанных на самоотчёте, с объективными показателями эффективности лидерства, такими, например, как фактические бизнес-показатели работы. Это определило дальнейшее направление исследований в области влияния эмоционального интеллекта лидера на групповую деятельность, а именно: поиск показателей, связанных с эффективностью бизнеса.

Исследование Д. Розет, Дж. Чароки продемонстрировало тесную связь эмоционального интеллекта лидера с эффективностью работы. Выборка состояла из 122 руководителей крупной австралийской государственной службы, средний стаж работы участников в организации составлял примерно 15 лет, высокий уровень квалификации (32% — имели степень

магистра, 22% — учились в аспирантуре, 33% — имели степень бакалавра). Эффективность работы лидера оценивалась на основе структурированной оценки эффективности управления. Структурированная система управления эффективностью оценивает прогресс сотрудников в достижении организационных целей (Corporate Leadership Council, 2002). Эмоциональный интеллект оценивался двумя тестами: SUEIT и MSCEIT v.2.0. Никаких существенных корреляций между общей оценкой SUEIT и какими-либо показателями управления эффективностью обнаружено в исследовании не было. А вот общая оценка эмоционального интеллекта MSCEIT коррелировала с лучшей производительностью (Rosete, Ciarrochi, 2005).

Анализ отдельных субшкал эмоционального интеллекта MSCEIT в исследовании Д. Розет, Дж. Чароки показал, что наиболее важными являются субшкалы «восприятие эмоций» и «управление эмоциями». Эти шкалы связаны с достижением бизнес-результатов и эффективностью. Способность воспринимать эмоции обеспечивает понимание эмоций и способность точно «читать» эмоции других, особенно подчинённых. Использование эмоций даёт возможность генерировать идеи в команде. Понимание эмоций позволяет понять, что мотивирует людей. Наконец, управление эмоциями может позволить лидеру оставаться открытым для своих эмоций, извлекать ценную информацию и конструктивно использовать их для повышения командной и индивидуальной эффективности (Caruso, Salovey, 2004; Rosete, Ciarrochi, 2005).

Вопросы эффективности лидерства, как отмечают Т. Ю. Базаров и К. Т. Базарова, в социальной и организационной психологии на сегодняшний день разрешены, а критериями успешности считаются достижение группой поставленной задачи и удовлетворённость членов группы работой. Актуальной проблемой является поиск эффективного лидера (Базаров, Базарова, 2007). С. Коте, П. Н. Лопес, П. Сэловей, К. Т. Х. Майнерс изучали процесс появления лидера в малой группе и влияние уровня эмоционального интеллекта в этом процессе. Выборку составили 41 группа из 138 студентов (Côté, Lopes, Salovey, Miners, 2010). Появление лидерства оценивалось с помощью экспертных рейтингов с использованием пяти пунктов из шкалы лидерства Конгер—Канунго (Conger, Kanungo, 1994; Conger, Kanungo, Menon, 2000). Выбраны были пункты, которые наиболее актуальны для групповой задачи. Шкала Конгер—Канунго демонстрирует внутреннюю надёжность выше, чем 0.8. Подтверждена обоснованность таких критериев, как удовлетворённость подчинённых и эффективность работы групп, способность мотивировать участников группы (Conger et al., 2000). Корреляция результатов экспертных рейтингов по шкале лидерства Конгер—Канунго наблюдалась при измерении эмоционального интеллекта с помощью теста способностей MSCEIT, но не при измерении с помощью шкалы самоотчёта. Среди субшкал теста способностей MSCEIT, способность понимать эмоции наиболее последовательно ассоциировалась с появлением лидерства.

Результаты исследования Я-Ти Хсу показали, что эмоциональный интеллект лидеров оказывал статистически положительное влияние на командный эмоциональный интеллект, а также на то, что высокий эмоциональный интеллект, которым обладают лидеры, приведёт к высокому эмоциональному интеллекту в командах (Hsu, 2016). А. Резвани, П. Хосрави, Н. М. Ашканази изучали взаимозависимости между эмоциональным интеллектом, доверием и эффективностью в инфраструктурных проектах (389 членов команд из 84 проектных групп). Они обнаружили, что высокий эмоциональный интеллект у менеджеров проектов способствует успеху проектов за счёт лучшего общения и решения проблем. Способность воспринимать свои собственные и чужие эмоции значительно повышает эффективность командной работы за счёт повышения доверия к команде и уменьшения конфликтов, что приводит к высокой производительности (Rezvani, Khosravi, Ashkanasy, 2018).

С. Мяо, Р. Х. Хамфри, С. Цянь исследовали связь эмоционального интеллекта лидера и удовлетворённости работой последователей в разных национальных культурах. В целом, мета-анализ подтвердил то, что эмоциональный интеллект лидеров положительно связан с удовлетворённостью работой последователей. Анализ показал, что эмоциональный интеллект лидера имеет большую степень положительной корреляции с удовлетворённостью работой подчинённых в культурах с низким уровнем внутригруппового коллективизма (Miao, Humphrey, Qian, 2016).

В таблице 2 представлены в хронологическом порядке опубликования исследования, изучающие взаимосвязь эмоционального интеллекта руководителя с деятельностью группы, и выделены факторы, с которыми была установлена значимая положительная взаимосвязь.

Таблица 2. Факторы взаимосвязи уровня эмоционального интеллекта руководителя с деятельностью группы

Авторы	Факторы
М. В. Диксон, Д. Б. Смит, М. В. Грожан, М. Эрхарт (Dickson, Smith, Grojean, Ehrhart 2001).	процессы; поведение; нормы; климат
С. С. Вонг, К. С. Лоу (Wong, Law, 2002)	эффективность; производительность; удовлетворённость
В. Друскат, А. Т. Пескосолито, С. Б. Вольф (Druskat, Pescosolido, Wolff, 2002)	эффективность; климат
Н. Сивасубраманиам, В. Мурри, Б. Дж. Аволио, Д. И. Юнг (Sivasubramaniam, Murry, Avolio, Jung, 2002).	эффективность; производительность; мотивация; климат
Д. Розете, Дж. Чиаррочи (Rosete, Ciarrochi, 2005).	эффективность; производительность; мотивация
В. Друскат, П. Друскат (Druskat, Druskat, 2006)	климат
М. Миколайчак, О. Луминет (Mikolajczak, Luminet, 2008)	климат; снижение влияния стресса
С. Коте, П. Н. Лопес, П. Сэловей, С. Т. Х. Майнерс (Côté, Lopes, Salovey, Miners 2010)	эффективность; мотивация; удовлетворённость
М. Зейднер, Дж. Мэтьюз, Р.Д. Робертс (Zeidner, Matthews, Roberts, 2012)	климат; снижение влияния стресса
Р. Гхош, Б. Шак, Дж. Петроско (Ghosh, Shuck, Petrosko, 2012)	климат; психологическая безопасность
Я-Ти Хсу, (Hsu, 2016)	эффективность
С. Мяо, Р. Х. Хамфри, С. Цянь (Miao, Humphrey, Qian, 2016)	удовлетворённость
А. Резвани, П. Хосрави, Н. М. Ашканази (Rezvani, Khosravi, Ashkanasy, 2018)	эффективность; производительность; повышение доверия; уменьшение конфликтов

Анализ таблицы 2 показал, что эмоциональный интеллект руководителя влияет на удовлетворённость работой членов группы, организационный климат, а также на производительность и эффективность групповой деятельности. Анализируя исследования по выявленным в них факторам взаимосвязи эмоционального интеллекта руководителя с эффективностью деятельности группы, можно выделить две группы факторов. Производительность работы команды, эффективность выполнения задач в группе, увеличение качества выполнения задач в целом — это *результат*, который связан с уровнем эмоционального интеллекта руководителя в группе. Климат команды, психологическая безопасность работы команды, снижение влияния стресса и негативных эмоций, мотивация, удовлетворённость группы при выполнении задач — это те *факторы-условия*, на которые непосредственно влияет руководитель. Такое разделение на две группы факторов согласуется и с традиционными критериями успешности лидерского поведения — с одной стороны, достижение группой постав-

ленной задачи, а с другой, удовлетворённостью членов группы работой (Базаров, Базарова, 2007). Итак, определены две группы факторов взаимосвязи эмоционального интеллекта руководителя с групповой деятельностью: факторы-условия и факторы-результаты.

Ключевые факторы взаимосвязи уровня эмоционального интеллекта руководителя с групповой деятельностью

Производительность работы команды, эффективность выполнения задач в группе, увеличение качества выполнения задач — важные показатели результата деятельности группы. Факторы-условия, влияющие на результат деятельности группы, это, прежде всего, создание благоприятного климата, обеспечение психологической безопасности группы, в том числе за счёт снижения влияния стресса и негативных эмоций, повышение доверия, уменьшения конфликтов. Формирование организационного климата, в свою очередь, связано с мотивацией и удовлетворённостью.

Организационный климат определяется как эмоциональная составляющая организационной культуры и включает в себя отношения с коллегами, отношение к труду, отношение к руководству, отношение к организации Л. Г. Почебут (Почебут, 2002). Благоприятный климат расценивается человеком как состояние удовлетворённости отношениями с коллегами по работе и руководителем, своей работой, её процессом и результатами. Результатом созданного благоприятного климата являются повышение настроения человека, проявление творческого потенциала, желание работать в данной организации.

В упомянутых выше исследованиях уже была установлена значимая корреляционная взаимосвязь между факторами-условиями (мотивация и климат команды) и факторами-результатами (повышение эффективности работы команды и её производительности) (Sivasubramaniam et al., 2002). Такая же взаимосвязь прослеживается и в дальнейших исследованиях. Так, была установлена взаимосвязь между факторами-условиями (повышение доверия и уменьшения конфликтов) и факторами-результатами (повышение эффективности работы команды и её производительности) (Rezvani et al., 2018). Л. Прати, А. Макмиллан-Кейпхарт и Дж. Х. Каррикер рассмотрели взаимосвязь эмоционального интеллекта руководителя с факторами-условиями: координацией отношений, организационной клановой культурой, организационной идентичностью. В клановой культуре большое внимание уделяется удовлетворённости работников взаимоотношениями руководителя и подчинённых, климату в группе, условиям труда (Prati, McMillan-Capenhart, Karriker, 2009). Организационную идентичность они определяли как важную когнитивную переменную, которая не только влияет на отношение человека к членству в организации, но и определяет поведение участника в организационной среде.

Используя многоуровневую структуру, Л. Прати, А. Макмиллан-Кейпхарт и Дж. Х. Каррикер предложили теоретическую модель, раскрывающую механизм взаимодействия между руководителем и подчинёнными. Для построения теоретической модели были выдвинуты следующие гипотезы: уровень эмоционального интеллекта руководителя положительно связан с организационной идентичностью подчинённых; уровень эмоционального интеллекта руководителя положительно связан со степенью координации отношений между подчинёнными; координация отношений положительно связана с организационной идентичностью; координация отношений опосредует отношения между эмоциональным интеллектом руководителя и организационной идентичностью; координация отношений положительно связана с организационной клановой культурой; организационная клановая

культура положительно связана с организационной идентичностью; организационная клановая культура частично опосредует отношения между реляционной координацией и организационной идентичностью (Prati et al., 2009). Теоретическая модель влияния эмоционального интеллекта руководителя на организационную идентичность представлена на рисунке 1.

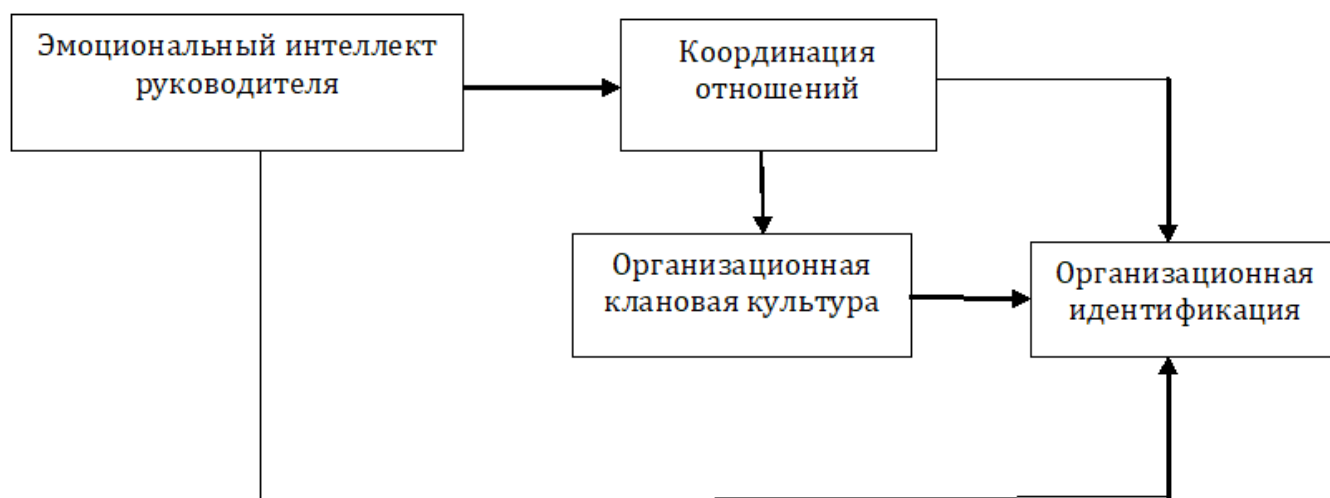


Рисунок 1. Теоретическая модель влияния эмоционального интеллекта руководителя на организационную идентичность (Prati et al., 2009)

Как показывает анализ таблицы 2, организационный климат, оцениваемый, в том числе, и как состояние удовлетворённости работой, положительно коррелирует с уровнем эмоционального интеллекта руководителя в большей части исследований. Теоретическая модель Л. Прати с коллегами показала, что факторы-условия связаны между собой (Prati et al., 2009). При изучении организационного климата часто используется перцептивная концепция организационного климата из-за того, что она прагматична и методологически очень удобна (Рощин, 1979). Исходя из этой концепции, факторы организационного климата можно оценить через их восприятие сотрудниками. С климатом в рабочей группе, удовлетворённостью коллегами и непосредственным руководством коррелирует организационная идентификация (Riketta, van Dick, 2005) по результатам мета-анализа 40 исследований. По результатам мета-анализа данных 96 исследований, осуществлённого М. Рикеттой, организационная идентификация коррелирует с удовлетворённостью работой на уровне 0.54 (Riketta, 2005).

В анализе С. А. Липатова и А. В. Ловакова, посвящённом исследованиям организационной идентификации в зарубежной психологии, показано, что сегодня можно говорить о двух моделях (подтвержденных эмпирически) взаимосвязи организационной идентификации и удовлетворённости работой. Одна модель показывает зависимость удовлетворённости работой от идентификации. Высокая идентификация сотрудника с организацией напрямую влияет на удовлетворённость работой, идентификация определяет удовлетворённость. В другой модели, демонстрируется противоположная точка зрения. Теперь уже удовлетворённость определяет идентификацию. Сотрудник удовлетворён своей профессиональной деятельностью и, тем самым, идентифицирует себя с данной организацией. Данные модели показывают, что направление связи между данными конструктами более сложное и неоднозначное (Липатов, Ловаков, 2010).

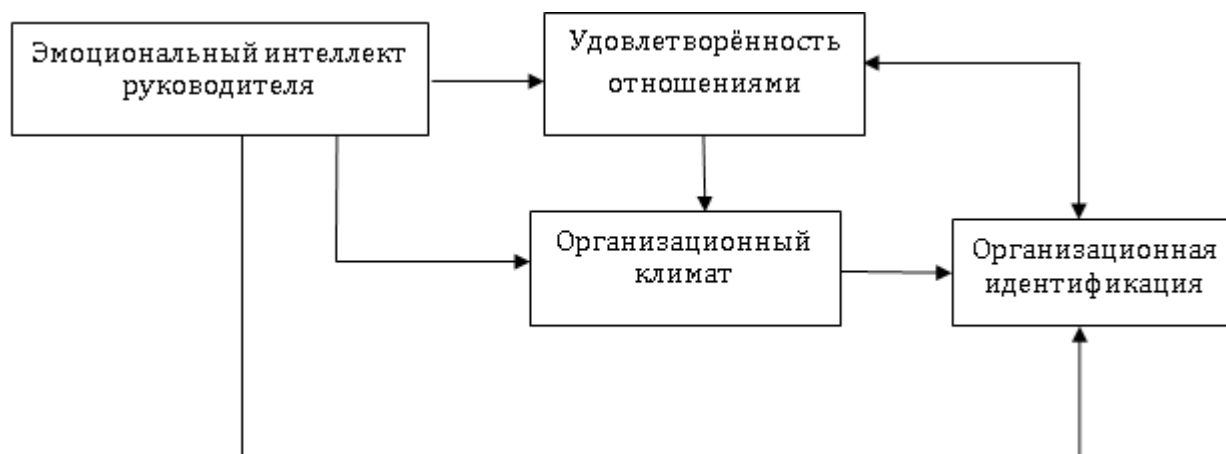


Рисунок 2. Связь эмоционального интеллекта руководителя с организационным климатом, организационной идентификацией, удовлетворённостью

В связи с неоднозначностью характера связей таких конструктов, как удовлетворённость работой, организационный климат и организационная идентификация, можно предположить, что уровень эмоционального интеллекта руководителя будет положительно взаимосвязан со всеми тремя конструктами; удовлетворённость работой и организационный климат опосредуют отношения между эмоциональным интеллектом руководителя и организационной идентичностью. Схематически данная взаимосвязь отображена на рисунке 2. Мы предполагаем, что организационный климат, организационная идентификация и удовлетворённость работой являются ключевыми факторами-условиями взаимосвязи уровня эмоционального интеллекта руководителя с групповой деятельностью.

Заключение

Мы провели сопоставительный анализ теоретических моделей эмоционального интеллекта по параметрам «тип модели ЭИ», «элементный состав структуры ЭИ», «способ диагностики ЭИ» и показали, что структура моделей эмоционального интеллекта отличается у разных авторов, особенно в смешанных моделях. Модели когнитивных способностей обладают большим структурным единством. В структуре большинства моделей присутствуют такие компоненты, как «понимание эмоций» и «управление эмоциями», а также присутствуют два ракурса входящих в неё компонентов — направленность на себя и направленность на других.

Нами определены группы факторов взаимосвязи уровня эмоционального интеллекта руководителя с деятельностью группы: факторы-условия и факторы-результаты. Проанализированы и выделены ключевые факторы-условия взаимосвязи уровня эмоционального интеллекта руководителя с групповой деятельностью: организационный климат; организационная идентификация; удовлетворённость работой. В связи с неоднозначностью характера связей данных конструктов выдвинуто предположение о том, что уровень эмоционального интеллекта руководителя будет взаимосвязан со всеми тремя конструктами. Для подтверждения этой гипотезы необходимы дополнительные исследования.

Литература

Базаров, Т. Ю., Базарова, К. Т. (2007). Возможно ли распределенное лидерство? *Национальный психологический журнал*, 1(2), 123–127.

- Белоконь, О. В. (2009). Эмоциональный и социальный интеллект и феномены лидерства. В сб.: Д. В. Люсин, Д. В. Ушаков (ред.) *Социальный и эмоциональный интеллект: от процессов к измерениям* (60–78). М.: Изд-во Института психологии РАН.
- Липатов, С. А., Ловаков, А. В. (2010). Современные исследования организационной идентификации в зарубежной психологии. *Национальный психологический журнал*, 1(3), 70–75.
- Люсин, Д. В. (2006). Новая методика измерения эмоционального интеллекта: опросник ЭМИн. *Психологическая диагностика*, 4, 3–22.
- Люсин, Д. В. (2004). Современные представления об эмоциональном интеллекте. В сб.: Д. В. Люсин, Д. В. Ушаков. (ред.) *Социальный интеллект: теория, измерение, исследования* (29–36). М.: Изд-во Института психологии РАН.
- Мещерякова, И. Н. (2011). *Развитие эмоционального интеллекта студентов-психологов в процессе обучения в вузе*: Дис...канд. психол. наук, Курск.
- Орел, Е. А. (2009). Опыт разработки теста эмоционального интеллекта ЭМИQ. В сб.: Д. В. Люсин, Д. В. Ушаков. (ред.) *Социальный и эмоциональный интеллект : от процессов к измерениям* (197–208). М.: Изд-во Института психологии РАН.
- Панкова, Т. А. (2010). Роль эмоционального интеллекта в эффективности деятельности руководителя. *Психологические исследования: электрон. науч. журн.*, 2(10), URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 10.04.2019).
- Почебут, Л. Г., Чикер, В. А. (2002). *Организационная социальная психология: Учебное пособие*. СПб.: Речь.
- Робертс, Р. Д., Мэттьюс, Дж., Зайднер, М., Люсин, Д. В. (2004). Эмоциональный интеллект: проблемы теории, измерения и применения на практике. *Психология. Журнал Высшей школы экономики*, 1(4), 3–26.
- Рощин, С. К. (1979). Об исследованиях социально-психологического климата в США. В сб.: Е. В. Шорохова, О. И. Зотова. (ред.) *Социально-психологический климат коллектива: теория и методы изучения* (103–116). М.: Наука.
- Сергиенко, Е. А., Ветрова, И. И. Эмоциональный интеллект: русскоязычная адаптация теста Мэйера—Сэловея—Карузо (MSCEIT V2.0) (2009). *Психологические исследования: электрон. науч. журн.* 6(8), URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 20.01.2019).
- Сергиенко, Е. А., Хлевная, Е. А., Ветрова, И. И., Мигун, Ю. П. (2019). Эмоциональный интеллект: разработка русскоязычной методики ТЭИ (Тест эмоционального интеллекта). *Психологические исследования: электрон. науч. журн.*, 12(63), URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 30.04.2019).
- Тихомиров, О. К. (1984). *Психология мышления: Учебное пособие*. М.: Изд-во Моск. ун-та.
- Ушаков, Д. В. (2009). Социальный и эмоциональный интеллект: надежды, сомнения, перспективы. В сб.: Д. В. Люсин, Д. В. Ушаков. (ред.) *Социальный и эмоциональный интеллект : от процессов к измерениям* (11–30). М.: Изд-во ИП РАН.
- Хлевная, Е. А. (2012). *Роль эмоционального интеллекта в эффективности деятельности: на примере руководителей*. Дисс. ... канд. психол. наук, М.
- Шадриков, В. Д. (1996). *Психология деятельности и способности человека: Учебное пособие*, М.: Логос.
- Штроо, В. А., Серов, С. Ю. (2011). Эмоциональный интеллект участников как фактор эффективности деловых переговоров. *Организационная психология*, 1(1), 8–23.
- Ashkanasy, N. M., Trevor-Roberts E., Kennedy, J. (2000). Leadership attributes and cultural values in Australia and New Zealand compared: An initial report based on “globe data”. *International Journal of Organisational Behaviour*, 2(3), 37–44.

- Barling, J., Slater F., Kelloway, E. K. (2000). Transformational leadership and emotional intelligence: an exploratory study. *Leadership & Organization Development Journal*, 21(3), 157–161.
- Bass, B. M., Avolio, B. J. (1990). *Transformational Leadership Development: Manual for the Multifactor Leadership Questionnaire*, Palo Alto, CA: Consulting Psychologist Press.
- Bass, B. M., Avolio, B. J. (1994). *Improving Organizational Effectiveness through Transformational Leadership*, CA: Sage Publications, Thousand Oaks.
- Bar-On, R. (1997). *Emotional Intelligence Inventory (EQ-i). Technical Manual*. Toronto, Canada: Multi-Health Systems.
- Caruso, D. R., P. Salovey (2004). *The Emotionally Intelligent Manager*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Côté, S., Lopes, P. N., Salovey, P., Miners, C. T. H. (2010). Emotional intelligence and leadership emergence in small groups. *The Leadership Quarterly*, 21(3), 496–508.
- Conger, J. A., Kanungo, R. N. (1994). Charismatic leadership in organizations: Perceived behavioral attributes and their measurement. *Journal of Organizational Behavior*, 15, 439–452.
- Conger, J. A., Kanungo, R. N., Menon, S. T. (2000). Charismatic leadership and follower effects. *Journal of Organizational Behavior*, 21, 747–767.
- Corporate Leadership Council (2002). *Closing the Performance Gap: Driving Business Results Through Performance Management*. Corporate Executive Board, Washington.
- Dickson, M. W., Smith, D. B., Grojean, M. W., Ehrhart, M. (2001). An organizational climate regarding ethics: the outcome of leader values and the practices that reflect them. *The Leadership Quarterly*, 12, 197–217.
- Druskat, V., Druskat, P. (2006). Applying Emotional Intelligence in Project Working. In S. Pryke, H. Smyth (Eds.). *The Management of Complex Projects: A Relationship Approach* (78-96). Oxford, UK: Blackwell.
- Druskat, V., Pescosolido A. T., Wolff, S. B. (2002). Emotional intelligence as the basis of leadership emergence in self-managing teams. *The Leadership Quarterly*, 13(5), 505–522.
- Epstein, S., Meier, P. (1989). Constructive thinking: A broad coping variable with specific components. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 332350.
- Gardner, L., Stough, C. (2002). Examining the relationship between leadership and emotional intelligence in senior level managers. *Leadership & Organization Development Journal*, 23(2), 68–78.
- George, J. M. (2000). Emotions and leadership: The role of emotional intelligence. *Human Relations*, 53, 1027–1055.
- Ghosh, R., Shuck, B., Petrosko J., (2012). Emotional intelligence and organizational learning in work teams. *Journal of Management Development*, 31(6), 603–619.
- Goleman, D. (1998). *Working with Emotional Intelligence*. Bloomsbury Publishing, London.
- Goleman, D., Boyatzis, R., McKee, A. (2002). *Primal Leadership: Realizing the power of EI*. Boston. Harvard Business School Press.
- Goleman, D. (2006). *Emotional Intelligence. The 10th Anniversary Edition*. New York: Bantam Books.
- Harms, P. D., Credé, M., (2010). Emotional intelligence and transformational leadership: A meta-analysis. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 17(1), 5–17.
- Hsu, Ya-Ti (2016). How team Leaders Emotional Intelligence Influences Team Performance? The Mediating Role of Team Emotional Intelligence and team creativity. *The Journal of Global Business Management*, 12(1), 93–100.
- Jordan, P. J., Sashkanasy, N. M., Hartel, C. E., Hooper, G. S. (2002). Workgroup emotional intelligence scale development and relationship to team process effectiveness and goal focus. *Human Resource Management Review*, 12, 195–214.

- Joseph, D. L., Newman, D. A. (2010). Emotional Intelligence: An Integrative Meta-Analysis and Cascading Model. *Journal of Applied Psychology*, 95(1), 54–78.
- Mayer, J. D., Salovey, P. (1997). What is emotional intelligence? In P. Salovey, D. J. Sluyter (Eds.). *Emotional development and emotional intelligence: Educational implications* (3–34). Harper Collins: New York.
- Mayer, J. D., Salovey, P., Caruso, D., (2002). *Mayer-Salovey-Caruso Emotional Intelligence Test (MSCEIT). Version 2.0*. Multi-Health Systems, Toronto, Canada.
- Mayer, J. D., Salovey, P., Caruso, D. R. (2004). Emotional Intelligence: Theory, Findings, and Implications. *Psychological Inquiry*, 15(3), 197–215.
- McShane, S. L., Von Glinow, M. A. (2000). *Organizational Behavior*. McGraw-Hill Inc., USA.
- Miao, C., Humphrey, R. H., Qian, S. (2016). Leader emotional intelligence and subordinate job satisfaction: A meta-analysis of main, mediator, and moderator effects. *Personality and Individual Differences*, 11(1), 13–24.
- Mikolajczak, M., Luminet, O. (2008). Trait emotional intelligence and cognitive appraisal of stressful events: An exploratory study. *Personality and Individual Differences*, 44, 1445–1453.
- Palmer, B., Stough, C. (2001). *Workplace SUEIT: Swinburne University Emotional Intelligence Test – Descriptive Report*. Organisational Psychology Research Unit: Swinburne University, Hawthorn.
- Palmer, B., Walls, M., Burgess, Z., Stough, C. (2001). Emotional intelligence and effective leadership. *Leadership & Organization Development Journal*, 22(1), 5–10.
- Prati, L. M., Douglas, C., Ferris, G. R., Ammeter, A. P., Buckley, M. R. (2003). Emotional intelligence, leadership effectiveness, and team outcomes. *International Journal of Organizational Analysis*, 11(1), 21–40.
- Prati, L., McMillan-Capehart, A., Karriker, J. H. (2009). Affecting organizational identity: A manager's influence. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 15(4), 404–415.
- Rezvani, A., Khosravi, P., Ashkanasy, N. M. (2018). Studying the interdependencies between emotional intelligence, trust and efficiency in infrastructure projects: a multi-level study. *International Journal of Project Management*, 36(8), 1034–1046.
- Riketta, M. (2005). Organizational identification: A metaanalysis. *Journal of Vocational Behavior*, 66(2), 358–384.
- Riketta, M., Dick, van R. (2005). Foci of attachment in organizations: A meta-analytic comparison of the strength and correlates of workgroup versus organizational identification and commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 67(3), 490–510.
- Rosete, D., Ciarrochi J. (2005). EI and its relationship to workplace performance outcomes of leadership effectiveness. *Leadership Organizational Development*, 26, 388–399.
- Salovey, P., Mayer, J. D. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, Cognition, and Personality*, 9, 185–211.
- Sivasubramaniam, N., Murry, W. D., Avolio, B. J., Jung, D. I. (2002). A longitudinal model of the effects of team leadership and group potency on group performance. *Group and Organizational Management*, 27(1), 66–96.
- Tett, R. P., Fox, K. E., Wang, A. (2005). Development and validation of a self-report measure of emotional intelligence as a multidimensional trait domain. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31(7), 859–888.
- Wong, C. S., Law, K. S. (2002). The effects of leader and follower emotional intelligence on performance and attitude: an exploratory study. *The Leadership Quarterly*, 13(3), 243–274.
- Zeidner, M., Matthews, G., Roberts, R. D. (2012). *What we know about emotional intelligence: How it affects learning, work, relationships, and our mental health*. MIT Press, Cambridge, MA.

Поступила 22.03.2019



ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY

The influence of the manager's level of emotional intelligence on the group activity

Mikhail SITNIKOV

National Research University «Higher School of Economics», Moscow, Russian Federation

Abstract. This article is devoted to the analysis and systematization of research, revealing the factors of the relationship of the level of emotional intelligence of a manager with group activities. *Propose.* The article provides an overview of the models of emotional intelligence. *Findings.* It is shown that models of cognitive abilities and mixed models go the way of parallel development. A classification of models of emotional intelligence according to the following parameters is presented: type of model, structure and method of diagnosis. All models are related to these parameters. The analysis showed that the models of cognitive abilities and their diagnostic tools have a greater structural unity than mixed models, which allows the use of methods of analysis, synthesis and generalization to identify the factors interconnecting the emotional intelligence of a manager with the group's activities. Analyzed foreign studies that study the impact of the level of emotional intelligence leader on group activity, efficiency and organizational climate. The groups of factors of interrelation of the level of emotional intelligence of a manager with the activity of the group are determined: factors-conditions and factors-results. The factors-conditions: the climate of the team, the psychological safety of the team's work, inspiration, reduction of the effects of stress and negative emotions, motivation and group satisfaction in performing the task. Team performance, the effectiveness of the tasks in the group, the increase in the quality of the tasks are the result factors. Analyzed and highlighted the key factors — the conditions of the relationship of the level of emotional intelligence leader with group activities. Key factors include: organizational climate, organizational identification, job satisfaction. Value of results. Due to the ambiguity of the nature of the relationship of these constructs, it is hypothesized that the level of emotional intelligence of the manager will be interconnected with all three constructs. Additional research is needed to confirm the hypothesis.

Keywords: emotional intelligence, models of emotional intelligence, emotional intelligence of a manager, organizational identification, organizational climate, satisfaction.

References

- Ashkanasy, N. M., Trevor-Roberts E., Kennedy, J. (2000). Leadership attributes and cultural values in Australia and New Zealand compared: An initial report based on globe data. *International Journal of Organisational Behaviour*, 2(3), 37–44.
- Barling, J., Slater F., Kelloway, E. K. (2000). Transformational leadership and emotional intelligence: an exploratory study. *Leadership & Organization Development Journal*, 21(3), 157–161.
- Bar-On, R. (1997). *Emotional Intelligence Inventory (EQ-i). Technical Manual*. Toronto, Canada: Multi-Health Systems.

- Bass, B. M., Avolio, B. J. (1990). *Transformational Leadership Development: Manual for the Multifactor Leadership Questionnaire*. Palo Alto, CA: Consulting Psychologist Press.
- Bass, B. M., Avolio, B. J. (1994). *Improving Organizational Effectiveness through Transformational Leadership*. CA: Sage Publications, Thousand Oaks.
- Bazarov, T. Yu., Bazarova, K. T. (2007). Vozmozhno li raspredelennoye liderstvo? [Is distributed leadership possible?]. *Natsional'nyy psikhologicheskiy zhurnal*, 1(2), 123–127.
- Belokon', O. V. (2009). Emotsional'nyy i sotsial'nyy intellekt i fenomeny liderstva [Emotional and social intelligence and leadership phenomena]. In D. V. Lyusin, D. V. Ushakov (red.) *Sotsial'nyy i emotsional'nyy intellekt: ot protsessov k izmereniyam* (60–78). M.: Izd-vo Instituta psikhologii RAN.
- Caruso, D. R., P. Salovey (2004). *The Emotionally Intelligent Manager*, San Francisco: Jossey-Bass.
- Côté, S., Lopes, P. N., Salovey, P., Miners, C. T. H. (2010). Emotional intelligence and leadership emergence in small groups. *The Leadership Quarterly*, 21(3), 496–508.
- Conger, J. A., Kanungo, R. N. (1994). Charismatic leadership in organizations: Perceived behavioral attributes and their measurement. *Journal of Organizational Behavior*, 15, 439–452.
- Conger, J. A., Kanungo, R. N., Menon, S. T. (2000). Charismatic leadership and follower effects. *Journal of Organizational Behavior*, 21, 747–767.
- Corporate Leadership Council (2002). *Closing the Performance Gap: Driving Business Results Through Performance Management*. Corporate Executive Board, Washington.
- Dickson, M. W., Smith, D. B., Grojean, M. W., Ehrhart, M. (2001). An organizational climate regarding ethics: the outcome of leader values and the practices that reflect them. *The Leadership Quarterly*, 12, 197–217.
- Druskat, V., Druskat, P. (2006). Applying Emotional Intelligence in Project Working. In S. Pryke, H. Smyth (Eds.). *The Management of Complex Projects: A Relationship Approach* (78–96). Oxford, UK: Blackwell.
- Druskat, V., Pescosolido A. T., Wolff, S. B. (2002). Emotional intelligence as the basis of leadership emergence in self-managing teams. *The Leadership Quarterly*, 13(5), 505– 522.
- Epstein, S., Meier, P. (1989). Constructive thinking: A broad coping variable with specific components. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 332–350.
- Gardner, L., Stough, C. (2002). Examining the relationship between leadership and emotional intelligence in senior level managers. *Leadership & Organization Development Journal*, 23(2), 68–78.
- George, J. M. (2000). Emotions and leadership: The role of emotional intelligence. *Human Relations*, 53, 1027–1055.
- Ghosh, R., Shuck, B., Petrosko J., (2012). Emotional intelligence and organizational learning in work teams. *Journal of Management Development*, 31(6), 603–619.
- Goleman, D. (1998). *Working with Emotional Intelligence*. Bloomsbury Publishing, London.
- Goleman, D., Boyatzis, R., McKee, A. (2002). *Primal Leadership: Realizing the power of EI*. Boston. Harvard Business School Press.
- Goleman, D. (2006). *Emotional Intelligence. The 10th Anniversary Edition*. New York: Bantam Books.
- Harms, P. D., Credé, M., (2010). Emotional intelligence and transformational leadership: A meta-analysis. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 17(1), 5–17.
- Hsu, Ya-Ti (2016). How team Leaders Emotional Intelligence Influences Team Performance? The Mediating Role of Team Emotional Intelligence and team creativity. *The Journal of Global Business Management*, 12(1), 93–100.
- Jordan, P. J., Sashkanasy, N. M., Hartel, C. E., Hooper, G. S. (2002). Workgroup emotional intelligence scale development and relationship to team process effectiveness and goal focus. *Human Resource Management Review*, 12, 195–214.

- Joseph, D. L., Newman, D. A. (2010). Emotional Intelligence: An Integrative Meta-Analysis and Cascading Model. *Journal of Applied Psychology*, 95(1), 54–78.
- Khlevnaya, Ye. A. (2012). *Rol' emotsional'nogo intellekta v effektivnosti deyatelnosti: na primere rukovoditeley* [The role of emotional intelligence in performance: for example, managers]. Diss. ... kand. psikh. nauk, M.
- Lipatov, S. A., Lovakov, A. V. (2010). Sovremennyye issledovaniya organizatsionnoy identifikatsii v zarubezhnoy psikhologii [Modern studies of organizational identification in foreign psychology]. *Natsional'nyy psikhologicheskii zhurnal*, 1(3), 70–75.
- Lyusin, D. V. (2004). Sovremennyye predstavleniya ob emotsional'nom intellekte [Modern ideas about emotional intelligence]. In D. V. Lyusin, D. V. Ushakov. (Eds.) *Sotsial'nyy intellekt: teoriya, izmereniye, issledovaniya* (29–36). M.: Izd-vo Instituta psikhologii RAN.
- Lyusin, D. V. (2006). Novaya metodika izmereniya emotsional'nogo intellekta: oprosnik EmIn [A New Method for Measuring Emotional Intelligence: EmIn Questionnaire]. *Psikhologicheskaya diagnostika*, 4, 3–22.
- Mayer, J. D., Salovey, P. (1997). What is emotional intelligence? In P. Salovey, D. J. Sluyter (Eds.). *Emotional development and emotional intelligence: Educational implications* (3–34). Harper Collins: New York.
- Mayer, J. D., Salovey, P., Caruso, D., (2002). *Mayer-Salovey-Caruso Emotional Intelligence Test (MSCEIT). Version 2.0., Multi-Health Systems*. Toronto, Canada.
- Mayer, J. D., Salovey, P., Caruso, D. R. (2004). Emotional Intelligence: Theory, Findings, and Implications. *Psychological Inquiry*, 15(3), 197–215.
- McShane, S. L., Von Glinow, M. A. (2000). *Organizational Behavior*. McGraw-Hill Inc., USA.
- Meshcheryakova, I. N. (2011). *Razvitiye emotsional'nogo intellekta studentov-psikhologov v protsesse obucheniya v vuze* [The development of emotional intelligence of student psychologists in the process of studying at a university]: Dis ... kand. psikh. nauk, Kursk.
- Miao, C., Humphrey, R. H., Qian, S. (2016). Leader emotional intelligence and subordinate job satisfaction: A meta-analysis of main, mediator, and moderator effects. *Personality and Individual Differences*, 11(1), 13–24.
- Mikolajczak, M., Luminet, O. (2008). Trait emotional intelligence and cognitive appraisal of stressful events: An exploratory study. *Personality and Individual Differences*, 44, 1445–1453.
- Orel, Ye. A. (2009). Opyt razrabotki testa emotsional'nogo intellekta EmIQ [Experience in developing Em-IQ Emotional Intelligence Test]. In D. V. Lyusin, D. V. Ushakov (Eds.). *Sotsial'nyy i emotsional'nyy intellekt : ot protsessov k izmereniyam* (197–208). M.: Izd-vo Instituta psikhologii RAN.
- Palmer, B., Stough, C. (2001). *Workplace SUEIT: Swinburne University Emotional Intelligence Test — Descriptive Report*. Organisational Psychology Research Unit: Swinburne University, Hawthorn.
- Palmer, B., Walls, M., Burgess, Z., Stough, C. (2001). Emotional intelligence and effective leadership. *Leadership & Organization Development Journal*, 22(1), 5–10.
- Pankova, T. A. (2010). Rol' emotsional'nogo intellekta v effektivnosti deyatelnosti rukovo-ditelya [The role of emotional intelligence in the performance of a manager]. *Psikhologicheskiiye issledovaniya: elektron. nauch. zhurn.*, 2(10), Retrieved from: <http://psystudy.ru>
- Pochebut, L. G., Chiker, V. A. (2002). *Organizatsionnaya sotsial'naya psikhologiya: Uchebnoye posobiye* [Organizational Social Psychology: A Training Manual]. SPb.: Rech'.
- Prati, L. M., Douglas, C., Ferris, G. R., Ammeter, A. P., Buckley, M. R. (2003). Emotional intelligence, leadership effectiveness, and team outcomes. *International Journal of Organizational Analysis*, 11(1), 21–40.
- Prati, L., McMillan-Capehart, A., Karriker, J. H. (2009). Affecting organizational identity: A manager's influence. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 15(4), 404–415.

- Rezvani, A., Khosravi, P., Ashkanasy, N. M. (2018). Studying the interdependencies between emotional intelligence, trust and efficiency in infrastructure projects: a multi-level study. *International Journal of Project Management*, 36(8), 1034–1046.
- Ricketta, M. (2005). Organizational identification: A metaanalysis. *Journal of Vocational Behavior*, 66(2), 358–384.
- Ricketta, M., Dick, van R. (2005). Foci of attachment in organizations: A meta-analytic comparison of the strength and correlates of workgroup versus organizational identification and commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 67(3), 490–510.
- Roberts, R. D., Matthews, J., Seidner, M., Lucin, D. V. (2004). Emotsional'nyy intellekt: problemy teorii, izmereniya i primeneniya na praktike [Emotional intelligence: problems of theory, measurement and application in practice]. *Psikhologiya. Zhurnal Vysshey shkoly ekonomiki*, 1(4), 3–26.
- Rosete, D., Ciarrochi J. (2005). EI and its relationship to workplace performance outcomes of leadership effectiveness. *Leadership Organizational Development*, 26, 388–399.
- Roshchin, S. K. (1979). Ob issledovaniyakh sotsial'no-psikhologicheskogo klimata v SSHA [On studies of the socio-psychological climate in the United States]. In Ye. V. Shorokhova, O. I. Zotova (Eds.). *Sotsial'no-psikhologicheskii klimat kollektiva: teoriya i metody izucheniya* (103–116). M.: Nauka.
- Salovey, P., Mayer, J. D. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, Cognition, and Personality*, 9, 185–211.
- Sergiyenko, Ye. A., Khlevnaya, Ye. A., Vetrova, I. I., Migun, Yu. P. (2019). Emotsional'nyy intellekt: razrabotka russkoyazychnoy metodiki TEI (Test emotsional'nogo intellekta) [Emotional intelligence: development of the Russian-speaking method of TEI (Test of emotional intelligence)]. *Psikhologicheskiye issledovaniya: elektron. nauch. zhurn.*, 12(63), Retrieved from: <http://psystudy.ru>
- Sergiyenko, Ye. A., Vetrova, I. I. Emotsional'nyy intellekt: russkoyazychnaya adaptatsiya testa Mayer–Salovey—Caruso (MSCEIT V2.0) (2009) [Emotional Intelligence: Russian-language adaptation of the Mayer—Salovey—Caruso test (MSCEIT V2.0)]. *Psikhologicheskiye issledovaniya: elektron. nauch. zhurn.* 6(8), Retrieved from: <http://psystudy.ru>
- Shadrikov, V. D. (1996). *Psikhologiya deyatel'nosti i sposobnosti cheloveka: Uchebnoye posobiye* [Psychology of human activity and ability: Textbook], M.: Logos.
- Sivasubramaniam, N., Murry, W. D., Avolio, B. J., Jung, D. I. (2002). A longitudinal model of the effects of team leadership and group potency on group performance. *Group and Organizational Management*, 27(1), 66–96.
- Stroh, W., Serov, S. (2011). Emotsional'nyy intellekt uchastnikov kak faktor effektivnosti delovykh peregovorov [The impact of emotional intelligence level on negotiation effectiveness]. *Organizational Psychology*, 1(1), 8–23.
- Tett, R. P., Fox, K. E., Wang, A. (2005). Development and validation of a self-report measure of emotional intelligence as a multidimensional trait domain. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31(7), 859–888.
- Tikhomirov, O. K. (1984). *Psikhologiya myshleniya: Uchebnoye posobiye* [Psychology of Thinking: A Study Guide]. M.: Izd-vo Mosk. un-ta.
- Ushakov, D. V. (2009). Sotsial'nyy i emotsional'nyy intellekt: nadezhdy, somneniya, perspektivy [Social and emotional intelligence: hopes, doubts, prospects]. In D. V. Lyusin, D. V. Ushakov (Eds.). *Sotsial'nyy i emotsional'nyy intellekt: ot protsessov k izmereniyam* (11–30). M.: Izd-vo IP RAN.
- Wong, C. S., Law, K. S. (2002). The effects of leader and follower emotional intelligence on performance and attitude: an exploratory study. *The Leadership Quarterly*, 13(3), 243–274.
- Zeidner, M., Matthews, G., Roberts, R. D. (2012). *What we know about emotional intelligence: How it affects learning, work, relationships, and our mental health*. MIT Press, Cambridge, MA.



XXI апрельская международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества 6 – 10 апреля 2020 г., г. Москва

Аннотация. 6 – 10 апреля 2020 г. в Москве состоится XXI Апрельская международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества, проводимая Национальным исследовательским университетом «Высшая школа экономики» при поддержке Всемирного Банка. Председатель Программного комитета конференции — научный руководитель НИУ ВШЭ профессор Е. Г. Ясин. Конференция посвящена широкому кругу актуальных проблем экономического и социального развития страны. Основную часть выступлений на АМНК составляют научные доклады российских и зарубежных учёных. Важной частью программы конференции являются специальные мероприятия, которые проводятся в формате пленарных заседаний и круглых столов с участием членов Правительства Российской Федерации, государственных деятелей, представителей бизнеса, российских и зарубежных экспертов. Апрельская международная научная конференция в очередной раз открывает свои двери для академического и экспертного сообщества!¹

Ключевые слова: конференция; Апрельская международная научная конференция; Е. Г. Ясин.

Требования к заявкам на участие в конференции и порядок подачи заявок

Доклад, заявляемый на конференцию, должен содержать результаты оригинального научного исследования, выполненного с использованием современной исследовательской методологии. Программа секций и круглых столов формируется с учётом принятых заявок.

Рабочие языки

Рабочие языки: русский и английский.

Время выступлений

Продолжительность презентации доклада на сессии — 15–20 минут.

Выступления в рамках круглых столов ограничиваются 5–7 минутами.

Сроки подачи заявок

Заявки на выступление в качестве докладчиков на сессиях следует подавать *on-line* через систему регистрации НИУ ВШЭ с 9 сентября до 15 ноября 2019 г.

К заявке должна быть приложена развёрнутая аннотация предполагаемого выступления на русском (для русскоязычных участников) и английском (для всех участников) языках в формате Word или RTF объёмом не менее одной, но не более трёх машинописных страниц каждая, через 1,5 интервала (до 7 000 знаков). В аннотации должны быть чётко сформули-

1 Подробнее об истории АМНК: <https://conf.hse.ru/2019/>

рованы рассматриваемая проблема, используемый подход к её решению (в частности, если есть, модель, на которой основан анализ), изложены основные полученные результаты. Необходимо указать, в чём основная новизна представленных результатов по сравнению с ранее опубликованными. Заявки, не соответствующие указанным требованиям, не будут рассматриваться.

Заявка на коллективную сессию

Группа авторов, каждый из которых зарегистрирован в системе конференции, может сообщить в Программный комитет конференции о своем желании организовать коллективную сессию. Для этого необходимо до 15 ноября 2019 г. заполнить форму, размещённую на сайте конференции.

Ограничение количества докладов

Один автор может представить на конференции один личный доклад и не более двух докладов в соавторстве. В рамках отдельной сессии не должно быть более двух докладов, представленных от одной организации. Продолжительность сессии 1,5 часа. Предложения по формированию сессий рассматриваются Программным комитетом на этапе экспертизы заявок и формирования программы конференции.

Основные процедуры и сроки

Решение Программного комитета о включении в Программу

Решение Программного комитета о включении докладов в программу конференции будет принято до 24 января 2020 г. на основании экспертизы с привлечением независимых экспертов, после чего на сайте конференции будет опубликована предварительная версия программы конференции.

Подтверждение участия

В срок до 10 февраля 2020 г. авторы докладов, включённых в предварительную программу конференции, должны подтвердить своё участие в личном кабинете системы регистрации.

Представление слайдов презентации

В случае отсутствия подтверждения доклады будут исключены из программы. Авторы докладов, включённых в программу конференции, должны до 13 марта 2020 г. представить слайды презентации на английском языке.

Возможности публикации

Доклады, включённые в программу конференции, после дополнительного рецензирования и рассмотрения редакциями, могут быть приняты к публикации в ведущие российские научные журналы по экономике, социологии, менеджменту, государственному управлению, которые индексируются Scopus или Web of Science, входят в список ВАК.

Заявка на участие без доклада

Заявки на участие в конференции без доклада принимаются *on-line* до 20 марта 2020 г.

Регистрационный взнос

Информация об оплате участия в конференции (размер регистрационных взносов, порядок и сроки оплаты) будет размещена на сайте конференции.

Организационный комитет конференции
(контакт: interconf@hse.ru)



ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

XXI April International Academic Conference on Economic and Social Development April 6–10 2020, Moscow

Abstract. On April 6–10, 2020 in Moscow, National Research University Higher School of Economics (HSE University), with the support of the World Bank, will be hosting the XXI April International Academic Conference on Economic and Social Development. The Conference's Programme Committee will be chaired by Professor Evgeny Yasin, HSE University's academic supervisor. The Conference features a diverse agenda concerning social and economic development in Russia. The Conference programme will include presentations by Russian and international academics, roundtables and plenary sessions with participation of members of the Government of the Russian Federation, government officials, business representatives, and leading Russian and foreign experts. The XXI April International Academic Conference on Economic and Social Development once again invites participants from the international academic and expert community!¹

Keywords: conference; April International Academic Conference; Evgeny Yasin.

Proposal requirements and submission procedure

Papers presented at the Conference should contain the results of original research based on up-to-date research methodology. The Conference Programme will be developed based on accepted proposals.

Working languages

Working languages of the conference: russian and english.

Time limits

Time limits of the conference are the following ones:

Presentation: 15–20 minutes;

Roundtable discussions: 5–7 minutes.

Deadlines for proposals

Submit the proposal through HSE University's online system from September 9 until November 15, 2019 (the link will become available later).

The application should include a detailed summary of the proposed presentation in Russian (for Russian-speaking participants) and English (for all participants) in either Word or RTF format. The summary should be between one-three pages, 1.5 spacing (up to 7,000 symbols) and should

¹ Information about previous conferences can be viewed here: <https://conf.hse.ru/2019/>

clearly state the problem, research approach used (particularly, if there is a model on which the analysis is based), and the main results. In addition, the abstract should indicate the novelty of the obtained results in comparison with previously published works. Proposals that do not meet these requirements will not be considered.

Collective session

A group of authors, each individually registered on the Conference system, may request permission from the Programme Committee to present their reports in one session. To do so, they must complete the form on the Conference website by November 15, 2019.

Paper limitation

One author may present one individual paper and no more than two co-authored papers at the Conference. A session should contain no more than two papers submitted by the same organization. A standard session lasts 1.5 hours. Proposals for the formation of sessions will be considered by the Programme Committee when reviewing applications and developing the Conference Programme.

Procedures and deadlines

The Programme Committee's decision

The Programme Committee's decision about the acceptance of the papers will be made by January 24, 2020, based on the reviews conducted by independent experts. The preliminary programme will be available on the Conference's website.

Participation confirm

Scholars whose papers are included in the programme must confirm their participation through their personal account in the HSE University's system by February 10, 2020 (otherwise, their paper will be excluded from the programme) and provide slides of their presentation in English by March 13, 2020 for publication on the Conference's website.

Possible publication

Papers included in the programme after additional reviews by the editorial board will be considered for possible publication in leading Russian journals on Economics, Sociology, Management, Public administration, etc. These journals are either cited in the Scopus and WoS databases or included in the list of peer-reviewed journals of the Russian Higher Attestation Commission.

Registration without presentation

Online registration to attend the Conference (without presentation) will be open until March 20, 2019.

Participation fee

Information about the participation fees, payments deadlines and procedures will be available on the respective section of the Conference's website.

The Conference Organizing Committee
(Contact: interconf@hse.ru)



International conference on Professional ethics of psychologists, Danang 2019



Abstract. The University of Education / University of Danang, the Graduate Academy of Social Sciences and the Vietnam Association of Social Psychology are hosting the 2019 International Conference on Professional Ethics of Psychologists. Psychology in Vietnam is flourishing both as a profession and a science. It is time to look back at the development of psychology in Vietnam both in term of research and practice to review its achievements and the necessity to establish professional moral standards for psychologists in Vietnam. The Scientific Committee of the International Conference on Professional Ethics of Psychologists invites psychologists and professionals working in related fields to participate in and submit papers for the conference.

Keywords: conference; University of Danang; Professional Ethics of Psychologists.

Conference announcement

Theme

The conference seeks to evaluate the developments of psychology in Vietnam, both in academia and in practice, to point out the strengths, achievements and contributions of psychology as a profession in Vietnam. Limitations and existing problems in the studying and practice of psychology in Vietnam will also be addressed. Discussions in the conference will be a valuable foundation for the development of a Code of ethics for Vietnamese psychologists by the Vietnam Association of Social Psychology.

Topics

Topics to be addressed by the papers and sessions at the conference will cover the following:

1. Psychological research in Vietnam and in the world

- Research directions, achievements, and urging topics in modern psychology.

2. Psychological training in Vietnam and in the world

- Psychological disciplines offered in universities and colleges in Vietnam and in the world
- Notable issues in psychological training in Vietnam and in the world

3. Psychological practice and supervision in Vietnam and in the world

- Psychological counseling services in school and in the community
- Counseling for vulnerable social groups by local and international organizations
- Counseling and psychological application in the public and private sector in Vietnam
- Notable issues in the provision of psychological services
- Areas of professional psychological supervision
- Notable issues in professional psychological supervision

4. Ethics in the conduction of psychology in Vietnam

- Responsibility of psychologists to their profession
- The relationship between psychologists and clients
- The relationship between psychologists and coworkers
- The relationship between psychologists and the organization/society

5. Developing a Code of ethics for psychologists in Vietnam

- The necessity of developing a code of ethics for psychologists in Vietnam
- The legal foundation of professional ethics of psychologists
- The process of developing a Code of ethics for psychologists in Vietnam
- Lessons of developing a code of ethics for psychologists in other countries
- Values and principles in the Code of ethics for psychologists in Vietnam
- The role of Psychological Associations in supervising psychological activities in Vietnam

Organizers

University of Education, University of Danang

Vietnam Association of Social Psychology

Graduate Academy of Social Sciences, Vietnam Academy of Social Sciences

Time: 12–13th October 2019

Location: University of Education, Danang city, Vietnam

Abstract submission date: 30 June, 2019

Full text submission date: 30 July, 2019

Registration fee

1,000,000 VND or 50 USD/participant. Registration covers: conference admission fee, mini-skill session fee, full-text review (if article is written in Vietnamese), lunch and tea breaks for 2 days of the conference, and conference materials and publications. Fee for extra paper (in Vietnamese) is 300,000 VND. Authors of articles written in English are requested to pay an addition of 1,000,000 VND or 50 USD per article for full-text review.

Guidelines for international scholars

A scholarship fund has been established to provide financial assistance for international scholars who may wish to participate in the conference on their individual capacity or as representatives of groups. Assistance may be provided to contribute towards travel costs inside Vietnam (airline ticket not included) and accommodation expenses for those attending the conference. Interested scholars may send their resume and abstract to Ms. Vu Thu Trang at trangvuthu90@gmail.com for application before 15th April, 2019.

Funds are limited and priority will be given to those presenting their work at the conference. Successful applicants for financial support are expected to participate fully in all the conference activities.



ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ПСИХОЛОГИЯ

www.orgpsyjournal.hse.ru



Национальный Исследовательский Университет
Высшая школа экономики

Магистерская программа Психология в
бизнесе



Ассоциация бизнес-психологов России

Национальный институт сертифицированных
консультантов по управлению (НИСКУ)



Центр бизнес-психологических исследований и
магистерская программа
Business-psychology Университета Вестминстера

Международный эриксоновский университет
коучинга (представительство в России)

Уважаемые коллеги!

Приглашаем Вас принять участие в работе
ШЕСТОЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
Бизнес-психология: теория и практика
29 НОЯБРЯ — 1 ДЕКАБРЯ 2019 ГОДА
МОСКВА, МЯСНИЦКАЯ, 9/11, АУД. 518

Шестая конференция по бизнес-психологии продолжает традицию обсуждения направлений и методов психологического сопровождения бизнеса с позиций нового, комплексного подхода. В сложившихся внешних и внутренних условиях развития бизнеса в России становится особенно важным развитие эффективных производств, создание новых рабочих мест, укрепление положительного образа бизнеса в обществе и так далее. Смогут ли предприниматели, руководители компаний извлечь пользу из тех трудностей, с которыми сталкивается бизнес, найти новые ресурсы для развития? Это во многом зависит от их владения бизнес-психологическими технологиями, которые направлены на повышение эффективности организаций и людей в бизнесе.

Ключевые слова: конференция; психология бизнеса; бизнес-психология.

Цель конференции

обмен идеями и опытом применения бизнес-психологических технологий в практике сопровождения современного бизнеса.

Тематика обсуждаемых вопросов:

психологический смысл бизнес-процессов с точки зрения различных подходов и их применения на практике;

психологическое содержание управления, работы с руководителями и организациями;

современные траектории профессионального развития и самосовершенствования руководителей и персонала бизнес-организаций;

современные технологии повышения личной эффективности и развития личностного потенциала собственников бизнеса;

существующий опыт в реализации исследовательских, диагностических и консультационных бизнес-психологических проектов на уровне тактических и стратегических целей компании;

бизнес-психологические технологии принятия оптимальных решений в организациях;

компетенции и навыки бизнес-психологов, необходимые для эффективного управления организационными изменениями, создания и развития эффективной организационной культуры в компании;

бизнес-психологические методы анализа потребительского поведения, проведения маркетинговых исследований, формирования бренда и т.д.

Участники (участие бесплатное):

Конференция носит междисциплинарный характер. Приглашаются к участию все те, кто заинтересован в развитии бизнеса: бизнесмены, предприниматели, консультанты, коучи, руководители, студенты, преподаватели вузов и др.

Формы участия: очное без выступления на секционном заседании; очное с выступлением с докладом на секционном заседании; заочное (публикация тезисов и статьи).

Программа включает: пленарные доклады, секционные доклады, мастер-классы, круглые столы, которые проведут известные специалисты мирового уровня в области бизнес-психологии, управленческого и организационного консультирования, коучинга и т.д.

Программный комитет

Н.Л. Иванова (председатель), доктор психол. наук, профессор, академический руководитель МП «Психология в бизнесе», член учредительного совета АБП РФ.

Т.Ю. Базаров (со-председатель), доктор психол. наук, профессор МГУ им. М.В. Ломоносова, научный руководитель Института практической психологии НИУ ВШЭ, президент Ассоциации бизнес-психологов России.

М.В. Фаликман (со-председатель), доктор психол. наук, проф., руководитель департамента психологии НИУ ВШЭ.

В.А. Штроо (со-председатель), канд. психол. наук, профессор департамента НИУ ВШЭ, главный редактор научного журнала «Организационная психология», член учредительного совета АБП РФ.

О. С. Дейнека, доктор психол. наук, профессор, и.о. зав. кафедрой политической психологии СПбГУ.

У. Торнгейт, почётный профессор психологии Карлтонского университета (Канада).

Л. Чикоблазинский, заместитель директора Института социологии и психологии управления Университета технологии Честокова.

Организационный комитет

Н.Л. Иванова (председатель), доктор психол. наук, профессор, академический руководитель МП «Психология в бизнесе», член учредительного совета АБП РФ.

В.А. Штроо, канд. психол. наук, профессор департамента НИУ ВШЭ, главный редактор научного журнала «Организационная психология», член учредительного совета АБП РФ.

О.И. Патоша, канд. психол. наук, доцент департамента психологии НИУ ВШЭ.

Н.В. Антонова, канд. психол. наук, доцент департамента психологии НИУ ВШЭ.

А.Д. Волкова, координатор магистерской программы «Психология в бизнесе» НИУ ВШЭ.

Ключевые спикеры

С. Армстронг, профессор инновация университета Торонто (Канада).

К. Вэddингтон, академический руководитель магистерской программы Бизнес психология, Университет Вестминстера, бизнес-психолог, член АБП (Великобритания).

У. Торнгейт, почетный профессор психологии Карлтонского университета (Канада).

Дж. Хатами, профессор Института когнитивных исследований Тегеранского университета, директор PhD программы «Социальное познание» (Иран).

Х. Кафтанджиев, доктор филол. наук, профессор факультета журналистики Софийского университета (Болгария).

О. С. Дейнека, доктор психол. наук, профессор, и.о. зав. кафедрой политической психологии СПбГУ.

Т.Ю. Базаров, доктор психол. наук, профессор МГУ им. М.В. Ломоносова, научный руководитель Института практической психологии НИУ ВШЭ, президент Ассоциации бизнес-психологов России.

М. А. Иванов, канд. психол. наук, сертифицированный по международному стандарту консультант по управлению, СНС факультета психологии МГУ, вице-президент НИСКУ.

С. В. Елисеев, Президент НИСКУ, независимый (корпоративный) директор, президент Союза независимых экспертов и интерим менеджеров.

А. В. Лебедева ICF (MCC ICF), Генеральный директор Международного Эриксоновского Университета Коучинга, Executive Coach, Team coach, основатель и первый президент Представительства ICF в России. Е.Н. Махмутова, канд. психол. наук, доцент кафедры педагогики и психологии МГИМО.

А. В. Захаров, канд. психол. наук, Ведущий инструктор АО «Авиокомпания «Россия», академик МНАПЧАК, ЕААР.

Т.А. Нестик, доктор психол. наук, исполнительный директор Ассоциации бизнес-психологов России.

П. К. Власов, доктор психол. наук, консультант, тренер, руководитель исследовательских и издательских проектов в Институте Прикладной Психологии «Гуманитарный центр». Член международных профессиональных ассоциаций IAAP, EAWOP.

А. А. Киселева, канд. филол. наук, зам. директора ИПП «Гуманитарный центр».

Н.Л. Иванова, доктор психол. наук, профессор, академический руководитель МП Психология в бизнесе, член учредительного совета АБП РФ.

М.В. Фаликман, доктор психол. наук, проф., руководитель департамента психологии НИУ ВШЭ.

В.А. Штроо, канд. психол. наук, профессор департамента НИУ ВШЭ, главный редактор научного журнала «Организационная психология», член учредительного совета АБП РФ.

В.П. Серкин, доктор психол. наук, профессор департамента психологии НИУ ВШЭ.

В. Нит, бизнес-психолог, консультант, основатель и руководитель компании «Relationship Capital Strategies Limited», приглашённый преподаватель магистерской программы «Бизнес психология, Университет Вестминстера» (Великобритания).

О.И. Патоша, канд. психол. наук, доцент департамента психологии НИУ ВШЭ.

Н.В. Антонова, канд. психол. наук, доцент департамента психологии НИУ ВШЭ.

А.С. Елисеенко, магистр психологии, преподаватель департамента психологии НИУ ВШЭ.

Публикации:

Учитывая опыт предыдущих конференций и пожелания участников, мы предоставляем следующие возможности публикации:

- тезисы доклада в электронном сборнике конференции;

- статьи в сборнике материалов конференции «Бизнес-психология: теория и практика», которая будет направлена на регистрацию по индексу Web of Science.

Требования к оформлению тезисов и статьи смотрите на сайте конференции.

Публикация бесплатная.

Срок предоставления материалов: тезисы необходимо предоставить в при регистрации в соответствующем разделе регистрационной формы, статьи высылаются по адресу bpsymaster@hse.ru до 1 сентября 2019 года.

Регистрация для участия в конференции

Окончание регистрации на конференцию для участников с докладом и публикацией до 1 сентября 2019г.

Окончание регистрации на конференцию для участников без доклада до 17 ноября 2019 г.

Для участия необходимо заполнить регистрационную форму на сайте конференции.

Контакты организационного комитета конференции:

e-mail: bpsymaster@hse.ru