

## Особливості організаційної ідентичності працівників державних та приватних установ: психолінгвістичний підхід

Стаття присвячена проблемі організаційної ідентичності працівників установ державної та приватної форм власності, в основу вивчення якої покладено психолінгвістичний підхід. Запропоновано авторське визначення цього поняття.

Особливості організаційної ідентичності працівників розкрито за допомогою психолінгвістичного методу – метафор. Встановлено відмінності прояву досліджуваного феномену у співробітників організацій різних форм власності залежно від стажу трудової діяльності.

**Ключові слова:** організаційна ідентичність, психолінгвістичний підхід, метафора, державні і приватні організації.

Статья посвящена проблеме организационной идентичности работников учреждений государственной и частной форм собственности, в основу изучения которой положен психолингвистический подход. Предложено авторское определение этого понятия.

Особенности организационной идентичности сотрудников раскрыты с помощью психолингвистического метода – метафор. Установлены различия проявления исследуемого феномена у сотрудников организаций различных форм собственности в зависимости от стажа трудовой деятельности.

**Ключевые слова:** организационная идентичность, психолингвистический подход, метафора, государственные и частные организации.

На сучасному етапі активної перебудови економічної системи України особливого значення набуває забезпечення ефективної діяльності організацій різних форм власності. Необхідність трансформації установ відповідно до нових соціально-економічних умов спонукає керівництво до пошуку шляхів оптимального управління не лише матеріально-технічними, а й людськими ресурсами. Оскільки персонал є одним із ключових факторів досягнення високих показників роботи організації, керівники знаходяться в постійному пошуку ефективних інструментів управлінського впливу. Одним із найефективніших засобів такого впливу є формування організаційної ідентичності у співробітників установи.

Високий рівень розвитку організаційної ідентичності, з одного боку, задовольняє потребу працівника в приналежності до групи, безпеці, самоцінності, особистісній цілісності, тобто загалом позитивно впливає на його психологічне самопочуття, з іншого боку – слугує фактором стабільності організації, гармонізації психологічного клімату в установі, впевненості в майбутньому, ефективності механізмів управління персоналом. Тому необхідність дослідження психологічних особливостей явища ідентичності з метою оптимізації діяльності працівників як державних, так і приватних організацій є очевидною.

Водночас, відмінності в способах пристосування установ державного та приватного сектору до нових ринкових умов призводять до виникнення особливих рис в їхньому функціонуванні, а відповідно – в процесі формування організаційної ідентичності співробітників. Отже, об'єктивна необхідність формування й розвитку ефективних організацій різних форм власності, зростання інтересу управлінців до питання організаційної ідентичності та відсутність комплексних досліджень цього феномену зумовлюють **актуальність** нашої наукової праці.

**Мета** роботи полягає у встановленні особливостей організаційної ідентичності працівників державних та приватних установ.

**Мета та предмет** дослідження зумовили такі основні його **завдання**:

- дослідити особливості організаційної ідентичності працівників державних і приватних організацій за допомогою психолінгвістичного методу – метафор;
- визначити особливості концептуальних метафор працівників відповідно до стажу;
- провести емпіричне вивчення структурно-функціональних особливостей організаційної ідентичності у представників організацій різних форм власності.

Для розв'язання сформульованих у дослідженні завдань були застосовані такі методи: теоретичні – аналіз, синтез, порівняння, узагальнення, систематизація наукових досліджень із проблем організаційної ідентичності та особливостей управління організаціями різних форм власності; емпіричні – спостереження, бесіди, авторські анкети для працівників державних та приватних установ з метою визначення структурно-функціональних особливостей ідентичності та виявлення концептуальних метафор.

Організаційна ідентичність, на наш погляд, є результатом когнітивно-емоційного процесу усвідомлення себе представником

певної організації, що виражається не лише через екстралінгвальні фактори (значима поведінка, яка відображається в доступних почуттєвому сприйняттю формах), а й мову суб'єкта.

Відтак, услід за Л.В. Засекіною, вважаємо доцільним використання психолінгвістичного підходу до вивчення корпоративної ідентичності, в межах якого остання розглядається як комплексний дискурс, що породжується комунікативною взаємодією різних суб'єктів. Оскільки будь-який дискурс об'єктивується в певну текстову реальність, психолінгвістичний інструментарій є адекватним для вивчення організаційної ідентичності на матеріалі текстів [1].

Одним із найпотужніших засобів дискурсивного аналізу є метафора – спосіб пізнання, структурування та пояснення світу; механізм, за допомогою якого людина сприймає абстрактні поняття й оперує ними як дискретними сутностями на основі фізичного досвіду [2]. Таким чином, метафора пов'язує дві понятійні сфери, одна з яких добре структурована та відома учасникам комунікації – це сфера-джерело, а друга – сфера-мішень – потребує категоризації, пояснення, концептуалізації. В процесі метафоризації сфера-джерело використовується для описання нового фрагмента дійсності.

На думку Дж. Лакоффа, поняттєва система особистості, в межах якої вона мислить і діє, за своєю природою є метафоричною. Такий підхід дозволяє остаточно вивести метафору за рамки виключно мовної системи та розглядати її як феномен взаємодії мови, мислення та соціального оточення індивіда. Відтак, вважаємо, що вираження працівником ставлення до власної організації в метафоричній формі репрезентує зміст ідентичності.

В емпіричному дослідженні взяло участь 80 осіб. Серед них 40 працівників Волинської обласної клінічної лікарні, 20 працівників підприємства “Модерн-Експо” та 20 співробітників корпорації “Тигрес” віком від 20 до 61 року. З них 40% – чоловіки, 60% – жінки.

З метою визначення особливостей організаційної ідентичності представників державних та приватних організацій за допомогою метафор, досліджуваним пропонувалось продовжити речення: Моя установа (організація, місце роботи) – це... Якісна та кількісна обробка результатів психолінгвістичного вивчення метафори здійснювалась за допомогою контент-аналізу, на основі якого надані працівниками асоціації були згруповані в такі тематичні категорії: метафори життя, роботи, сім'ї, матеріального статку та транспорту.

До метафор життя було віднесено такі: моя установа – це життя на “полі бою”; місце самореалізації; шумний вулик, де можна задовольнити свої амбіції; справа всього життя; щабель розвитку; місце, в якому проводжу значну частину часу; життя, як на вулкані, який періодично “прокидається”.

В категорії метафор сім’ї трапляються такі: моя установа – це сім’я, в якій кожен почувається захищено, спокійно і надійно; мій другий дім; рідні люди; родина, яка завжди готова підставити надійне плече; дружній колектив; згуртована команда близьких людей.

До метафор роботи було віднесено такі асоціації досліджуваних: моя установа – це моє робоче місце; потік роботи; мій професійний обов’язок; команда професіоналів; приклад надання послуг вищого рівня; моя кар’єра; колектив різних людей, які працюють і виконують свої обов’язки; важка та виснажлива праця.

До категорії метафор матеріального статку включено відповіді: моя установа – це джерело доходу; гроші за виконану роботу; заробітна плата, необхідна для життя.

До метафор транспорту було віднесено: моя установа – це автомобіль, що мчить до цілі; великий човен; потяг, у якому знаходиться багато людей.

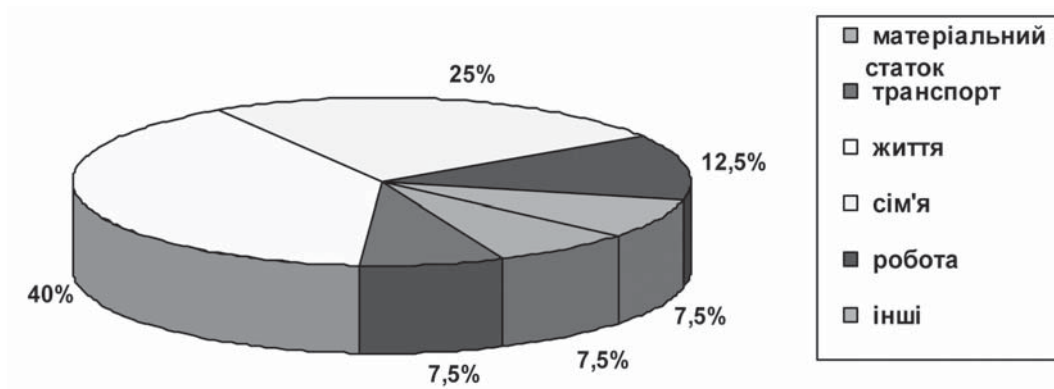
Узагальнення результатів психолінгвістичного дослідження організаційної ідентичності представників державних та приватних установ представляємо в таблиці 1.

**Таблиця 1**

**Особливості розподілу метафор, запропонованих працівниками державних і приватних організацій**

Тематичні категорії метафор	Рейтинг метафор у працівників державних організацій		Рейтинг метафор у працівників приватних організацій	
	Кількість досліджуваних	Питома вага %	Кількість досліджуваних	Питома вага %
Життя	16	40	7	17,5
Сім’я	10	25	7	17,5
Робота	5	12,5	11	27,5
Матеріальний статок	3	7,5	8	20
Транспорт	3	7,5	5	12,5
Інші	3	7,5	2	5

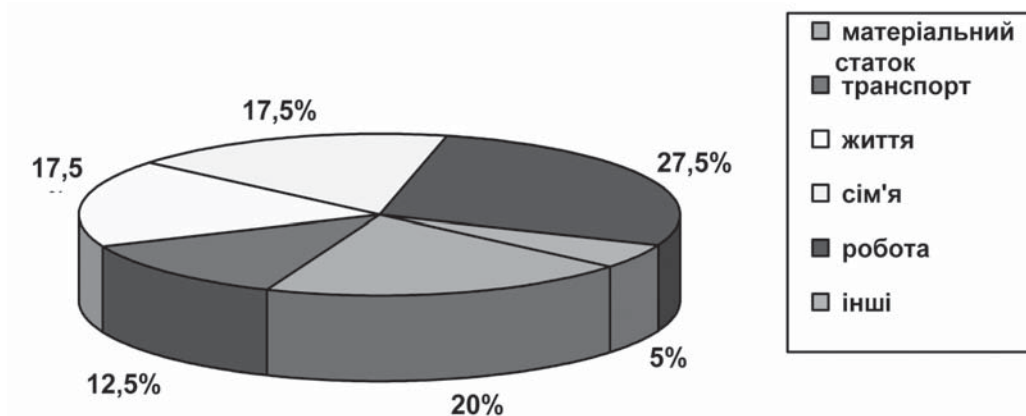
Відтак, відсотковий розподіл концептуальних метафор у вибірках виявився нерівномірним. Метафори, запропоновані працівниками державних організацій, розподілились за виділеними тематичними категоріями так (див. рис.1):



**Рис. 1. Відсотковий розподіл метафор, представлених працівниками державних організацій**

Найбільший відсоток (40%) припадає на досліджуваних, які ототожнюють організацію, в якій працюють, з власним життям. Значна частина (25%) осіб, які склали вибірку, запропонували метафори, що об'єдналися з категорією сім'ї. 12,5% досліджуваних розглядають організацію через призму категорії транспорту. Значно менша частка метафор представлена категоріями матеріального статку (7,5%) та роботи (7,5%). До жодної із визначених тематичних груп не увійшли відповіді досліджуваних: моя установа – це місце, де можна отримати нові знання; перевірка на витривалість; мої обов'язки.

Відсотковий розподіл метафор, що відображає особливості ідентичності працівників приватних організацій, представлено в діаграмі 2.



**Рис. 2. Відсотковий розподіл метафор, представлених працівниками приватних організацій**

Так, більшість працівників приватного сектору, на відміну від співробітників державних установ, схильні виражати своє ставлення до організації за допомогою метафори роботи. 20%



досліджуваних запропонували метафори, які були віднесено до тематичної категорії матеріального статку. Значний відсоток метафор представлено категоріями життя та сім'ї (17,5%). 12,5% отриманих відповідей свідчать про характеристику досліджуваними своєї причетності до організації в межах категорії транспорту. Решта метафор, такі, як моя установа – це широке коло можливостей; нові знайомства, не були включені до жодної з тематичних категорій.

Отже, кількісний аналіз результатів емпіричного дослідження свідчить про те, що, попри існування спільних категорій метафор у представників державних і приватних організацій, міра їх представленості є відмінною. Це дає змогу зробити висновок про наявність відмінностей у змісті корпоративної ідентичності представників організацій різних форм власності (державної та приватної).

З метою вивчення психологічних особливостей організаційної ідентичності працівників державного і приватного сектору за допомогою метафор, відповідно до тривалості трудового стажу досліджуваних, було розподілено на п'ять груп. Сегментація груп відбувалась згідно таких характеристик: I діапазон – 0-5 років стажу роботи, II – 6-10 років, III – 11-15 років, IV – 16-20 років, V – 20 і більше.

Відсотковий розподіл працівників залежно від стажу представлено в таблиці 2.

*Таблиця 2*

**Відсотковий розподіл досліджуваних відповідно до тривалості  
трудового стажу**

Тривалість стажу	% працівників державних установ	% працівників приватних установ
0 – 5	20	32,5
6 – 10	17,5	20
11 – 15	22,5	17,5
16 – 20	17,5	12,5
21 >	22,5	17,5

Розглянемо результати дослідження особливостей використання метафор різних категорій працівниками державного сектору залежно від тривалості професійної діяльності в організації. Так, більшість працівників зі стажем 0-5 років схильні виражати своє ставлення до установи за допомогою метафор категорій життя та сім'ї (відповідно 37,5 % та 37,5 %). Частина досліджуваних, які належать до цієї групи, представили метафори транспорту

(12,5%). Метафори, запропоновані співробітниками зі стажем від 6 до 10 років, рівномірно розподілились за категоріями сім'ї (28,5%), роботи (28,5%) та матеріального статку (28,5%), і лише 14,2% відповідей було віднесено до тематичної групи життя. Найбільший відсоток досліджуваних, які працюють в організації протягом 11-15 років, розглядають свою приналежність до неї через призму метафор життя (33,3%). 28,5% осіб запропонували метафори категорії сім'ї; однакова кількість (відповідно 22,3% та 22,3%) працівників звернулись до категорії роботи та матеріального статку. В межах групи досліджуваних зі стажем від 16 до 20 років найбільша частина метафор представлена категорією життя (71,4%), менший відсоток – категоріями сім'ї (33,3%) та транспорту (14,3%). У групі осіб, які працюють в організації понад 21 рік, як і в двох попередніх, найвищим відсотковим показником представлена категорія життя (55,5%), значно менша кількість метафор об'єдналась під категоріями сім'ї (11,1%) та транспорту (11,1%).

Результати дослідження, отримані в вибірці працівників приватних організацій, суттєво відрізняються. Аналіз відповідей співробітників зі стажем до 5 років свідчить про те, що більшість із них (38,5%) пояснюють свою приналежність до організації за допомогою метафор матеріального статку, 23% – за допомогою метафор сім'ї, 15,4% використали метафори роботи. Однакова кількість досліджуваних звернулись до категорій життя та транспорту (відповідно 7,7% та 7,7%). Найбільшим відсотком у групі осіб, які працюють в установі протягом 6-10 років, представлено метафори транспорту (37,5%), інші категорії виявились менш чисельними (життя – 12,5%, сім'ї – 25%, роботи – 12,5%, матеріального статку – 12,5%). Працівники зі стажем від 11 до 15 років найчастіше описували свою приналежність до організації в межах метафор роботи (57,1%), рідше метафор життя (14,3%) та матеріального статку (28,6%). Серед досліджуваних, які працюють в організації упродовж 16-20 років, найбільш поширеними виявились метафори життя (45%) та сім'ї (45%), проте інколи застосовувались метафори транспорту. Працівники зі стажем понад 21 рік досить часто ототожнюють свою організацію з власним життям (42,8%), рідше схильні виражати своє ставлення до неї в межах тематичних категорій роботи (14,3%), матеріального статку (28,6%) та транспорту (14,3%).

Отже, відмінність у організаційній ідентичності працівників державних та приватних організацій залежно від тривалості стажу є очевидною (див. табл.3).

### Концептуальні метафори працівників державних та приватних організацій відповідно до стажу

Стаж роботи	Метафори працівників державних організацій	Метафори працівників приватних організацій
0-5	моя установа – це життя, сім'я	моя установа – це матеріальний статок
6-10	не має чітко вираженої	моя установа – це транспорт
11-15	моя установа – це життя	моя установа – це робота
16-20	моя установа – це життя	моя установа – це життя, сім'я
від 21 та більше	моя установа – це життя	моя установа – це сім'я

Як видно з таблиці, у вибірці працівників державних організацій чітко вираженими на більшості проміжків трудового стажу є метафори життя. Лише на початку професійної діяльності прослідковується порівняння своєї організації з сім'єю, тоді як у представників приватних установ цей спектр доповнюється ще й тематичними категоріями матеріального статку, роботи та транспорту. Відтак, процес формування ідентичності співробітників приватних установ є більш динамічним і передбачає перехід від ідентифікації працівників з організацією на рівні зовнішніх атрибутів (матеріальних ресурсів, трудових обов'язків, засобів досягнення власних цілей) до ототожнення організації з власним життям та сім'єю, тобто включення цілей та завдань організації до власної мотиваційної сфери.

Ідентичність працівника є результатом усвідомлення членства в трудовому колективі, емоційної прив'язаності до нього та прийняття його цінностей і цілей на рівні поведінки. Виходячи з такого тлумачення поняття пропонуємо виділяти у його структурі три компоненти: когнітивний, афективний та конативний. З метою визначення рівня розвитку компонентів організаційної ідентичності у працівників державних та приватних організацій було розроблено авторські анкети. Кількісний та якісний аналіз результатів анкетування дав змогу зробити певні узагальнення. Відповіді співробітників установ різних форм власності значно відрізняються, що свідчить про наявність відмінностей за досліджуваним параметром.

Так, у вибірці, яку склали працівники державних установ, організаційна ідентичність у 75% досліджуваних характеризується середнім рівнем розвитку когнітивної складової, 10% осіб виявили високий і 15% низький рівень знань про свою організацію. Отримані



результати вказують на те, що більшість працівників державного сектору виявляють емоційну прихильність до своєї установи, адже для 55% співробітників властивий високий рівень розвитку афективного компонента ідентичності, для 30% – середній рівень, і лише 15% осіб – низький. Значна кількість (40%) досліджуваних володіє низькими показниками сформованості конативної складової, тоді як середні та високі показники демонструє значно менший відсоток осіб (відповідно 25% та 35%).

Розглянемо результати дослідження структури організаційної ідентичності працівників приватного сектору. Для 45% співробітників приватних установ властивий низький рівень сформованості когнітивної складової організаційної ідентичності, для 20% – високий рівень, 35% осіб виявили середні показники за досліджуваним параметром. Аналіз отриманих результатів свідчить про позитивну емоційну оцінку своєї причетності до установи переважною більшістю працівників, адже 60% досліджуваних характеризуються високим рівнем розвитку афективного компонента ідентичності, 30% – середнім рівнем, і лише у 10% осіб вираженні низькі показники. Значний відсоток вибірки виявив високий (40%) та середній (45%) рівень сформованості конативного компонента, тоді як низький – лише 15% досліджуваних.

Таким чином, враховуючи виявлені закономірності за параметром когнітивного виміру ідентичності, слід зауважити, що працівники державного сектору, у порівнянні із працівниками приватного, виявляють вищий рівень усвідомлення організаційної приналежності, що відображається у широкому колі знань про історію її створення, напрямки діяльності, місію, стратегію організації, її цілі, цінності та норми. Відтак, припускаємо, що корпоративна комунікативна мережа державної організації забезпечує ефективнішу систему інформування працівників, яка виступає необхідним інструментом у координації діяльності підрозділів установи, умовою досягнення встановлених цілей і виконання головних функцій управління.

Афективна складова організаційної ідентичності характеризується високим рівнем сформованості як у співробітників державних, так і приватних організацій. Це свідчить про емоційну прихильність працівників до організації, бажання залишатись у своїй установі, зважаючи на почуття задоволення від професійної діяльності, самоствердження, міжособистісного спілкування.

Порівняльний аналіз показників сформованості конативного компонента ідентичності досліджуваних вказує на вищий рівень його розвитку у працівників приватних організацій. Відтак, саме

співробітникам приватного сектору, у порівнянні з представниками державних установ, характерний вищий рівень узгодженості мотивів особистісного зростання з мотивами та цілями функціонування організації.

Отже, результати емпіричного вивчення особливостей організаційної ідентичності співробітників державних і приватних установ за допомогою психолінгвістичного методу – метафор свідчать про те, що, попри існування спільних категорій метафор у двох досліджуваних групах, міра їх представленості є відмінною. Це дає змогу зробити висновок про наявність відмінностей у змісті організаційної ідентичності представників установ різних форм власності.

Вивчення структурно-функціональних компонентів корпоративної ідентичності вказує на наявність відмінностей у рівні сформованості її когнітивного та конативного компонентів у працівників державного та приватного сектору.

Перспективним вважаємо створення соціально-психологічних умов для оптимізації діяльності керівництва, спрямованої на розвиток корпоративної ідентичності персоналу через організацію та впровадження тренінгів розвитку організаційної культури.

#### **Список використаних джерел**

1. Засекіна Л. В. Психолінгвістична діагностика /Л.В.Засекіна, С.В.Засекін. – Луцьк: РВВ “Вежа” Волинського нац. універ-ту імені Лесі Українки, 2008. – 188 с.
2. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафори которими мы живем / А.Н. Баранова. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.

The article is devoted to a problem of organizational identity of state and private organizations' employees, and based on psycholinguistical approach. During the study process scientific opinions regarding the phenomenon of corporate identity were systematized, and an author determination of it was offered.

Peculiarities of corporate identity of employees of state and private organizations were analyzed with a help of a psycholinguistics method – metaphors. It was studied the phenomenon of the manifestation of differences in employee organizations of different ownership forms, depending on length of service.

**Key words:** organization identity, psycholinguistical approach, metaphor, state and private ownership organizations.

*Отримано: 2.03.2012 р.*