

Связь социально-демографических характеристик сотрудников с их организационной идентификацией и привлекательностью для них корпоративной культуры

Р.К. НЕСМЕЯНОВА *,
МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия,
Roxielight@mail.ru

В статье представлены результаты сравнения взаимосвязей индивидуальных характеристик сотрудников (пол, возраст, образование, должность и трудовой стаж на данном предприятии) с формирующимися у них видами организационной идентификации, уровнем потребности в ней, а также степенью привлекательности корпоративной культуры. В исследовании приняли участие 252 респондента (185 женщин, 67 мужчин), все — представители коммерческих организаций. Сбор данных проводился в один этап, предлагалась анкета, включающая в себя три методики. Собранный материал был математически обработан с помощью критериев Манна—Уитни и Краскела—Уоллиса. Получены данные, что руководители реже, чем исполнители, испытывают негативные, неоднозначные или нейтральные чувства по отношению к своей организации. Чем старше сотрудники, тем выше уровень их идентификации с ней. Сильнее всего идентифицируются со своим предприятием наиболее старшие сотрудники, а также работники, имеющие большой трудовой стаж. Таким образом, была выявлена связь между социально-демографическими характеристиками работников и исследуемыми организационными переменными.

Ключевые слова: привлекательность корпоративной культуры, организационная идентификация, потребность в идентификации, индивидуальные характеристики сотрудников

Введение

Развитие промышленности привело к увеличению числа организаций с раз-

личными профилями направленности деятельности. Они становятся для большинства своих сотрудников и социальной средой, и источником материального

Для цитаты:

Несмеянова Р.К. Связь социально-демографических характеристик сотрудников с их организационной идентификацией и привлекательностью для них корпоративной культуры // Социальная психология и общество. 2018. Т. 9. № 1. С. 67–77. doi:10.17759/sps.2018090105

* Несмеянова Роксана Константиновна — сотрудник кафедры социальной психологии факультета психологии, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия, Roxielight@mail.ru

благополучия, и местом, где реализуются их профессиональные возможности и умения. Работники заинтересованы в своей успешной адаптации, а руководство нацелено на повышение эффективности функционирования предприятия в целом. Залогом этого во многом является корпоративная культура, существующая в учреждении, которая представляет собой многогранный конструкт.

Важно подчеркнуть целесообразность и актуальность изучения феномена организационной идентификации в контексте ее взаимосвязи с субъективными представлениями сотрудников о корпоративной культуре. Так, с точки зрения социально-психологического подхода такой ракурс рассмотрения совместных групповых представлений работников об их организации представляет собой один из наиболее адекватных и эффективных способов определения типа организационной культуры. Все это в дальнейшем даст возможность построить теоретические модели, позволяющие регулировать и корректировать организационный процесс, что скажется на общей эффективности работы.

Именно поэтому современные ученые, занимающиеся организационной психологией, выявляют и изучают соотношение и характер взаимосвязей между субъективными представлениями сотрудников об организационной культуре и их идентификацией с предприятием, а также проверяют роль как многочисленных организационных переменных, так и индивидуальных характеристик сотрудников, которые гипотетически могут отражаться на данной связи [4].

В настоящее время еще не сформировано комплексное представление о специфике и особенностях существующих взаимосвязей [5; 9], и, кроме того, эмпирические результаты работ, посвященных изучению данной проблемы, зачастую неоднозначны

и противоречивы. Все это обосновывает как практическую, так и теоретическую актуальность и важность проведения исследований в данной области.

В статье приведены результаты эмпирического исследования, посвященного установлению различий между видами организационной идентификации, потребностью в ней и привлекательностью корпоративной культуры по критериям пола, возраста, образования, должности и стажа.

Корпоративная культура

Корпоративная культура представляет собой систему коллективных представлений о ценностях, нормах, а также способах поведения, принимаемых и разделяемых сотрудниками [3]. Несмотря на то, что каждое предприятие имеет свою уникальную культуру, существует несколько основных типологий, систематизирующих и комплексно описывающих этот феномен. Данная работа опирается на «парадигмальный» подход Л. Константина [2], в рамках которого выделены четыре типа культуры: открытая (адаптивная, акцент на договоренности и сотрудничестве); закрытая (иерархичная, авторитарная, стабильная), случайная (креативная, без регламента и четкого распределения ролей) и синхронная (основанная на негласных договоренностях и единстве ценностей и целей).

Установлено [9; 14; 17], что служащие могут субъективно воспринимать культуру своей организации как более или менее привлекательную для себя.

Чаще привлекательность корпоративной культуры понимается как положительное эмоционально-оценочное восприятие и отношение сотрудников к характеристикам культуры организации. Это способствует появлению ощущения при-

надлежности к месту работы, причастности к деятельности и целям предприятия, а также поддержанию у служащих позитивной самооценки, что, в свою очередь, стимулирует процессы идентификации с ней.

Организационная идентификация

Культура, сложившаяся на предприятии (ее миссия, цели, ценности, а также имидж и репутация), во многом стимулирует появление того или иного вида идентификации у сотрудников. Последняя понимается как осознаваемое сходство и чувство единства с организацией, при котором служащий определяет себя в категориях своей корпорации [6].

Организационная идентификация зачастую трактуется как определенное психологическое состояние, обеспечивающее сплоченность и отражающееся на общей успешности и качестве выполнения работы и деятельности в целом [10; 15; 16].

Комплексную модель, описывающую 4 вида организационной идентификации, предложили Г. Крэйнер и Б. Эшфорт [12]. Они выделили: собственно идентификацию (в классическом понимании); нейтральную идентификацию (равнодушие и отсутствие инициативы); амбивалентную (противоречивые чувства к организации) и дезидентификацию (осознанное разотождествление с ней).

Однако важно учитывать, что индивиды могут различаться в выраженности склонности к идентификации с социальными группами и объектами, в частности и с организациями. Это отражается на субъективном восприятии сотрудниками производственных ситуаций и реакциях на них [7; 13].

Одно из первых определений данного феномена дала М. Глинн [11], охарактере-

ризовавшая потребность в организационной идентификации как осознанное желание работника оставить свой след, внести определенный вклад в корпорацию.

Интересно, что данный феномен связан с желанием сбалансировать стремление к членству в социальных группах и с необходимостью сохранить свою индивидуальность [8; 13].

Таким образом, следует отметить, что для получения комплексной картины, важно изучать не только вид организационной идентификации, сформированный у сотрудника, но и субъективный уровень потребности в ней.

Эмпирическое исследование

Целью данного исследования было сравнение и установление различий между видами организационной идентификации у сотрудников, потребностью в ней и привлекательностью корпоративной культуры по критериям пола, возраста, образования, должности и стажа.

Участникам предлагалось заполнить анкету, скомпонованную из трех методик, каждая из которых сопровождалась подробной инструкцией и описанием шкалы оценок:

— методика «Шкалы организационных парадигм» Л. Константина [2] для оценки уровня привлекательности организационной культуры как суммы модулей разности между оценками реальной и желаемой организационной культуры;

— методика оценки организационной идентификации сотрудников Г. Крэйнера и Б. Эшфорта [12] в переводе и адаптации О.Н. Бурмистровой [1];

— методика оценки потребности в идентификации [13], адаптированная автором (под руководством С.А. Липатова).

Для проверки надежности третьей методики был использован коэффициент альфа Кронбаха (тестирование пригодности всех пунктов методики). Значение коэффициента равно 0,9, что соответствует отличному уровню внутренней согласованности шкалы.

Кроме того, респондентов дополнительно просили указать информацию о себе: пол, возраст, образование, должность и стаж работы в организации.

Математическая и статистическая обработка данных проводилась с помощью программ Microsoft Excel 2016 и IBM SPSS PASW Statistics 18.

В исследовании приняли участие 252 респондента, из которых 67 мужчин и 185 женщин. Все они являлись сотрудниками коммерческих организаций — представителями различных сфер деятельности. Это обеспечило необходимую вариативность типов корпоративных культур. Подробные описательные характеристики представлены в табл. 1.

Для определения различий между двумя независимыми выборками (по уровню выраженности порядковой переменной) применялся критерий Манна—Уитни, а для выявления различий между тремя выборками — критерий Краскела—Уоллиса. В сравнении были представлены привлекательность корпо-

ративной культуры, виды организационной идентификации и потребность в ней. Критериями послужили пол, должность, образование, возраст и стаж работы.

Описание и анализ результатов

Различия между выборками считаются статистически значимыми при уровне значимости $p \leq 0,05$. Кроме того, по таблице рангов возможно проследить направления различий: чем выше «средний ранг», тем выше уровень выраженности исследуемой переменной.

Ниже представлена сводная таблица результатов проверок различий между группами по выбранным демографическим признакам (табл. 2).

В первую очередь будут представлены результаты, где проявились значимые различия между выборками.

При сравнении должностей сотрудников (руководящая и исполнительная) по критерию «амбивалентная идентификация» проявились статистически значимые различия ($p = 0,003$), причем у исполнителей выраженность данного критерия выше (средний ранг 133,8), чем у руководителей (101,5). Если сравнивать представителей разных должностей по критерию «нейтральная идентифика-

Таблица 1

Характеристика выборки

Пол		Образование		Должность	
Мужской	Женский	Неоконченное высшее	Высшее	Руководящая	Исполнительная
67	185	46	206	57	195
Возраст, лет			Стаж, лет.		
с 18 до 23	с 24 до 35	с 36 до 55	≤ 1 год	1 год < стаж ≤ 5 лет	5 лет < стаж
43	162	47	82	112	58
Ср. знач. = 29,7			Ср. знач. = 4,1		
Ст. откл. = 8,9			Ср. знач. = 5,4		

Таблица 2

Различия между исследуемыми группами

Критерий	Переменная	Идентификация		Амбивалентная идентификация		Нейтральная идентификация		Деидентификация		Привлекательность		Потребность в идентификации	
		Р	Средний ранг	Р	Средний ранг	Р	Средний ранг	Р	Средний ранг	Р	Средний ранг	Р	Средний ранг
Пол	Мужской	0,258	117,9	0,640	122,9	0,410	132,8	0,082	139,7	0,299	118,6	0,662	123,2
	Женский		129,6		127,8		124,2		121,7		129,4		127,7
Возраст	с 18 до 23	0,009	109,7	0,449	138,4	0,048	138,7	0,974	125,2	0,397	125,2		131,5
	с 24 до 35		123,0		122,8		129,8		127,3		130,4		121,1
	с 36 до 55		153,9		128,4		103,9		125,0		114,1		140,5
Образование	Высшее	0,868	126,9	0,156	123,4	0,507	125,1	0,880	126,8	0,113	129,9	0,849	126,1
	Неоконченное высшее		124,9		140,3		132,9		125,0		111,1		128,4
Должность	Руководящая	0,061	142,4	0,003	101,5	0,005	102,6	0,033	108,5	0,343	118,5	0,438	133,1
	Исполнительная		121,9		133,8		133,5		131,8		128,9		124,6
Стаж	≤ 1 год		122,7		128,5		140,1		127,5		121,6		117,8
	1 год < стаж ≤ 5 лет	0,020	117,1	0,748	128,4	0,000	135,4	0,961	127,0	0,179	135,9	0,128	124,5
	5 лет < стаж		149,3		120,1		90,7		124,2		116,0		142,5

ция», можно увидеть, что различия тоже являются значимыми ($p = 0,005$). При этом у исполнителей данный критерий выражен сильнее (средний ранг 133,5), по сравнению с руководителями (102,6).

По результатам сравнения исполнителей и руководителей по критерию «деидентификация» также получены статистически значимые различия ($p = 0,033$). Выше показатель данного критерия у сотрудников, занимающих исполнительные должности (средний ранг 131,8), чем у руководителей (108,5). Другими словами, исполнители чаще, чем руководители, могут испытывать неоднозначные или даже негативные чувства по отношению к своей организации, либо соблюдать нейтралитет по отношению к ней.

При сравнении трех исследуемых возрастных групп по критерию «идентификация» были выявлены статистически значимые различия ($p = 0,009$). Так, сильнее всего этот показатель проявился у работников в возрасте от 36 до 55 лет (средний ранг равен 153,9), чуть меньше — у группы от 24 до 35 лет (123,0), а самый низкий — у сотрудников в возрасте от 18 до 23 лет (109,7).

Если же сравнивать данные возрастные группы по критерию «нейтральная идентификация», то здесь также существуют значимые различия ($p = 0,048$). Наиболее сильно данный показатель выражен в группе от 18 до 23 лет (средний ранг 138,7), чуть менее — в средней группе от 24 до 35 лет (129,8), и наименьше всего — в группе от 36 до 55 лет (103,9). Здесь можно выделить две важные тенденции. Чем старше становятся служащие, тем сильнее они идентифицируются со своей корпорацией, а нейтральное отношение более свойственно младшей группе и с увеличением возраста только уменьшается.

Помимо этого, значимые отличия были получены среди групп с разным стажем

работы по критерию «идентификация» ($p = 0,020$). Наиболее существенно данный показатель выражен у работников со стажем от 5 лет (149,3), меньше показатель у тех, кто работает менее 1 года (122,7), а самый низкий — у сотрудников, работающих от 1 до 5 лет в данной организации (117,1). Проявились значимые различия также по критерию «нейтральная идентификация» ($p = 0,000$). Причем данный показатель в наибольшей степени отмечается у служащих со стажем до 1 года (140,1). Чуть ниже показатель у сотрудников, работающих на данном предприятии от 1 до 5 лет (135,4). Самая слабая выраженность у работников с большим стажем от 5 лет (90,7).

По полученным результатам можно сказать, что сильнее всего идентифицируются со своей организацией сотрудники, обладающие наибольшим стажем. Немного меньше выражена идентификация у начинающих работников, а самый низкий показатель у тех служащих, которые уже несколько лет трудятся в организации, но пока не обладают существенным стажем. Кроме того, чем дольше человек работает в корпорации, тем определеннее и выраженнее у него отношение к ней. Нейтральное отношение к месту работы проявляют служащие с небольшим стажем.

По результатам анализа данных можно сказать, что при сравнении групп в остальных случаях не было выявлено значимых различий по исследуемым показателям. Однако следует проследить и обозначить существующие тенденции в показателях среднего ранга. Можно отметить, что у мужчин сильнее (132,8), чем у женщин (124,2), проявился показатель нейтральной идентификации и показатель деидентификации (139,7 против 121,7). А у женщин сильнее, чем у мужчин, выражен показатель по критерию «идентификация» (129,6 против 117,9), по критериям

«амбивалентная идентификация» (137,8 против 122,9), «потребность в идентификации» (127,7 против 123,2), а также «привлекательность корпоративной культуры» (129,4 у женщин против 118,6 у мужчин).

Если говорить о должности, то у сотрудников, занимающих руководящие позиции, больше, чем у исполнителей, проявился показатель «идентификация» (142,4 против 121,9), а также показатель «потребность в идентификации» (133,1 против 124,6), а, в свою очередь, у исполнителей (128,9) по сравнению с руководителями (118,5) сильнее проявляется показатель по критерию «привлекательность».

Что касается критерия «образование», можно сказать, что у сотрудников, имеющих высшее образование, показатель «идентификация» проявился немного существеннее (126,9), чем у работников с неоконченным высшим образованием (124,9). Также можно обратить внимание на небольшое расхождение по показателю «дезидентификация» (126,8 против 125,0).

Выявлены отличия по показателю «привлекательность корпоративной культуры» — она сильнее ощущается сотрудниками с высшим образованием (129,9), а у тех, кто имеет неоконченное высшее образование, средний ранг равен 111,1. Кроме того, по показателю «амбивалентная идентификация» у служащих с неоконченным высшим образованием значение немного выше (140,3), чем у тех, кто имеет высшее образование (123,4). Похожая ситуация сложилась и по отношению к показателю «нейтральная идентификация» (132,9 против 125,1). Вдобавок можно отметить незначительное различие по показателю «потребность в идентификации» (128,4 против 126,1).

Если говорить о критерии «возраст» по отношению к показателю «амбивалентная идентификация», то у работников в возрасте от 18 до 23 лет она выражена сильнее

(138,4). Немного меньше этот показатель у сотрудников в возрасте от 36 до 55 лет (128,4), а наименьший показатель у возрастной группы от 24 до 35 лет (122,8). Что касается «дезидентификации», средний ранг выше у работников от 24 до 35 лет (127,3) и почти одинаковый (125,2 и 125,0) у сотрудников в возрастных группах от 18 до 23 лет и от 36 до 55 соответственно.

По критерию «потребность в идентификации» наивысший средний ранг обнаружен в группе от 36 до 55 лет (140,5), ниже показатель у служащих от 18 до 23 лет (131,5) и самый низкий, соответственно, в группе от 24 до 35 (121,1). При анализе критерия «привлекательность корпоративной культуры», более высокий показатель у сотрудников в возрасте от 24 до 35 лет (130,4), чуть ниже в группе от 18 до 23 (125,2) и наименьший у работников от 36 до 55 лет (114,1).

Показатель уровня «амбивалентной идентификации» по критерию «стаж» примерно похож у тех, кто трудится в организации менее одного года (128,5), и у тех, кто работает от года до 5 лет (128,4). Наименьший показатель выраженности у тех, кто имеет стаж более 5 лет (120,2). По показателю «дезидентификации» выявлен примерно одинаковый средний ранг у работающих менее 1 года (127,5) и от 1 до 5 лет (127,0). Близкий к этому, но немного ниже данный показатель у тех, кто в организации более 5 лет (124,2).

Что касается «потребности в идентификации», средний ранг выше у служащих, имеющих стаж от 5 лет (142,5), меньше выражен у тех, кто работает от года до 5 лет (124,5), и самый низкий (117,8) у новых сотрудников. Если говорить о показателе «привлекательность корпоративной культуры», то средний ранг выше всего в группе стажа от 1 до 5 лет (135,9), меньше у людей с трудовым стажем менее года

(121,6) и самый низкий у сотрудников со значительным стажем от 5 лет (116,0).

Выводы

Руководители, по сравнению с исполнителями, реже испытывают негативные или неоднозначные чувства по отношению к своему отделу и всей организации в целом, но могут соблюдать нейтралитет по отношению к ней. Кроме того, прослеживается тенденция, проявляющаяся в том, что чем старше возрастная группа служащих, тем больше они идентифицируются с местом своей работы. Молодые сотрудники чаще проявляют нейтральность по отношению к корпорации, но с возрастом появляется более определенное отношение.

Сильнее всего идентифицируются со своим предприятием сотрудники, имеющие большой трудовой стаж. Чуть меньше с ним идентифицируются служащие, работающие от 1 до 5 лет. А самый невысокий уровень идентификации проявился у тех служащих, которые недавно оформились на работу. Наиболее выраженное отношение (в отрицательную или положительную сторону) существует у сотрудников с высоким стажем работы. Нейтралитет к корпорации проявляют служащие с маленьким трудовым стажем работы.

Полученные результаты позволяют сформулировать некоторые практические рекомендации для руководства, кадровых служб и организационных консультантов. Так, например, с учетом привлекательно-

сти корпоративной культуры для сотрудников можно осуществить грамотный подбор персонала и качественно скомплектовать рабочие группы и отделы. Это позволит эффективнее развивать предприятие, вносить и осуществлять проекты организационных изменений, структурных преобразований, что, несомненно, будет способствовать более успешному функционированию организации.

Заключение

Направление работы является перспективным, так как необходимо дальнейшее уточнение специфики соотношения привлекательности корпоративной культуры, организационной идентификации и потребности в ней с индивидуальными и социально демографическими характеристиками сотрудников. Важным также представляется обоснование и включение новых переменных для разработки целостной модели.

Стоит отметить, что возможными способами уточнения и расширения полученных результатов может стать использование более технически сложного аппарата статистической обработки данных и включение в исследование дополнительных методик. Основной задачей можно назвать получение комплексного представления об исследуемой проблеме для расширения теоретико-методологической базы, а также решения существующих в современной организационной сфере многочисленных практических задач.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бурмистрова О.Н. Связь видов организационной идентификации с оценкой эффективности деятельности руководителя и реализацией им основных управленческих функций // Вестн. Волгогр. гос. ун-та, сер. 11, Естеств. науки. 2012. № 2(4). С. 78–84.

2. *Лунатов С.А.* Опросник «Шкалы организационных парадигм» Л.Л. Константина // Журнал практического психолога. 2005. № 2. С. 186–198.
3. *Лунатов С.А.* Организационная культура: социальное познание в организационном контексте // Мир психологии. 1999. № 3. С. 106–112.
4. *Лунатов С.А., Ловаков А.В.* Исследования организационной идентификации в зарубежной психологии // Национальный психологический журнал. 2010. № 1(3). С. 70–75.
5. *Лунатов С.А., Жилкина О.В.* Процессы социальной идентификации в организациях // Журнал практического психолога. 2005. № 2. С. 25–40.
6. *Эшфорт Б. Маил Ф.* Теория социальной идентичности в контексте организации / науч. ред. А.В. Ловаков // Организационная психология. 2012. Т. 2. № 1. С. 4–27.
7. *Boros S., Curseu P.L., Miclea M.* Integrative tests of a multidimensional model of organizational identification // Social Psychology. 2011. Vol. 42. № 2. P. 111–123. doi:10.1027/1864-9335/a000051
8. *Brewer M.B.* The social self: On being the same and different at the same time // Personality and Social Psychology Bulletin. 1991. Vol. 17. № 5. P. 475–482. doi:10.1177/0146167291175001
9. *Dutton J.E., Dukerich J.M., Harquail C.V.* Organizational images and member identification // Administrative Science Quarterly. 1994. Vol. 39. № 2. P. 239–263. doi:10.2307/2393235
10. *Epitropaki O.* A multi-level investigation of psychological contract breach and organizational identification through the lens of perceived organizational membership: Testing a moderated-mediated model // Journal of Organizational Behavior. 2013. Vol. 34. № 1. P. 65–86. doi:10.1002/job.1793
11. *Glynn M. A.* Individuals need for organizational identification (nOID): speculations on individual differences in the propensity to identify // Identity in organizations: Building theory through conversations / D.A. Whetten, P.C. Godfrey (Ed.). Thousand Oaks, CA: Sage. 1998. P. 238–244.
12. *Kreiner G.E., Ashforth B.E.* Evidence toward an expanded model of organizational identification // Journal of Organizational Behavior. 2004. Vol. 25. № 1. P. 1–27. doi:10.1002/job.234
13. *Mayhew M.G., Gardner J., Ashkanasy N.M.* Measuring individuals' need for identification: Scale development and validation // Personality and Individual Differences. 2010. Vol. 49. № 5. P. 356–361. doi:10.1016/j.paid.2010.03.031
14. *O'Reilly C.A., Chatman J., Caldwell D.F.* People and organizational culture: A Profile Comparison Approach to Assessing Person-Organization Fit // The Academy of Management Journal. 1991. Vol. 34. № 3. P. 487–516. doi:10.2307/256404
15. *Pratt M.G.* The good, the bad, and the ambivalent: Managing identification among Amway distributors // Administrative Science Quarterly. 2000. Vol. 45. № 3. P. 456–493. doi:10.2307/2667106
16. *Ricketta M.* Organizational identification: A meta-analysis // Journal of Vocational Behavior. 2005. Vol. 66. № 2. P. 358–384. doi:10.1016/j.jvb.2004.05.005
17. *Schneider B.* The people make the place // Personnel Psychology. 1987. Vol. 40. № 3. P. 437–453. doi:10.1111/j.1744-6570.1987.tb00609.x

The relationship between the socio-demographic characteristics of employees and their organizational identification and their perceived attractiveness of corporate culture

R.K. NESMEIANOVA*,
Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia,
Roxielight@mail.ru

The article presents the results of comparing the interrelationships between the individual characteristics of employees (gender, age, education, position and seniority in the organization) with the types of organizational identification that they form, the level of need for it, and the degree of attractiveness of the corporate culture. The study involved 252 respondents (185 women, 67 men), all – representatives of commercial organizations. Data collection was carried out in one stage, a questionnaire was proposed, which included three methods. The resulting material was mathematically processed using the Mann-Whitney U-test and Kruskal-Wallis test. Data are received that managers are less likely than performers to experience negative, ambiguous or neutral feelings towards their organization. The older the employees, the higher the level of their identification with it. The most senior employees are identified most with their company, as well as employees who have a long working record. Thus, a correlation was revealed between the socio-demographic characteristics of employees and the organizational variables under study.

Keywords: attractiveness of corporate culture, organizational identification, need for identification, individual characteristics of employees.

REFERENCES

1. Burmistrova O.N. Svjaz' vidov organizacionnoj identifikacii s ocenokoj dejatel'nosti rukovoditelja [Communication of kinds of organizational identification with the estimation of efficiency of activity of the head and realization of the basic administrative functions by it]. *Vestn. Volgogr. gos. un-ta, ser. 11, Estestv. nauki. [Science Journal of Volgograd State University. Natural sciences]*, 2012. Vol. 2, no. 4, pp. 78–84.
2. Lipatov S.A. Oprosnik «Shkaly organizacionnyh paradig» L.L. Konstantina [Questionnaire of “Scale of organizational paradigms” of L.L. Konstantin”. *Zhurnal prakticheskogo psihologa [Journal of Practical Psychologist]*, 2005. Vol. 2, no. 2, pp. 186–198.

For citation:

Nesmeianova R.K. The relationship between the socio-demographic characteristics of employees and their organizational identification and their perceived attractiveness of corporate culture. *Sotsial'naiia psikhologija i obshchestvo [Social Psychology and Society]*, 2018. Vol. 9, no. 1, pp. 67–77. doi:10.17759/sps.2018090105 (In Russ., abstr. in Engl.).

* Nesmeianova Roxsana K. – fellow worker of the Department of Social Psychology, Faculty of Psychology at Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia, Roxielight@mail.ru

3. Lipatov S.A. Organizacionnaja kul'tura: social'noe poznanie v organizacionnom kontekste [Organizational culture: social cognition in an organizational context]. *Mir psihologii [The World of Psychology]*, 1999, no. 3, pp. 106–112.
4. Lipatov S.A., Lovakov A.V. Issledovanija organizacionnoj identifikacii v zarubezhnoj psihologii [Recent studies of organizational identification in foreign psychology]. *Nacional'nyj psihologicheskij zhurnal [National Psychological Journal]*, 2010, no. 1(3), pp. 70–75.
5. Lipatov S.A., Zhilkina O.V. Processy social'noj identifikacii v organizacijah [Processes of social identification in organizations]. *Zhurnal praktičeskogo psihologa [Journal of Practical Psychologist]*, 2005, no. 2, pp. 25–40.
6. Ashforth B. Mael F. Teorija social'noj identičnosti v kontekste organizacii [The theory of social identity in the context of organization]. In Djatlova A.A., Lovakov A.V. (ed.). *Organizacionnaja psihologija [Organizational Psychology]*, 2012. Vol. 2, no. 1. pp. 4–27.
7. Boros S., Curseu P.L., Miclea M. Integrative tests of a multidimensional model of organizational identification. *Social Psychology*, 2011. Vol. 42, no. 2, pp. 111–123. doi:10.1027/1864-9335/a000051
8. Brewer M.B. The social self: On being the same and different at the same time. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 1991. Vol. 17, no. 5, pp. 475–482. doi:10.1177/0146167291175001
9. Dutton J.E., Dukerich J.M., Harquail C.V. Organizational images and member identification. *Administrative Science Quarterly*, 1994. Vol. 39, no. 2, pp. 239–263. doi:10.2307/2393235
10. Epitropaki O. A multi-level investigation of psychological contract breach and organizational identification through the lens of perceived organizational membership: Testing a moderated-mediated model. *Journal of Organizational Behavior*, 2013. Vol. 34, no. 1, pp. 65–86. doi:10.1002/job.1793
11. Glynn M. A. Individuals need for organizational identification (nOID): speculations on individual differences in the propensity to identify. In D.A. Whetten, P.C. Godfrey (Ed.). *Identity in organizations: Building theory through conversations*, 1998. pp. 238–244.
12. Kreiner G.E., Ashforth B.E. Evidence toward an expanded model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 2004. Vol. 25, no. 1, pp. 1–27. doi:10.1002/job.234
13. Mayhew M.G., Gardner J., Ashkanasy N.M. Measuring individuals' need for identification: Scale development and validation // *Personality and Individual Differences*, 2010. Vol. 49, no. 5, pp. 356–361. doi:10.1016/j.paid.2010.03.031
14. O'Reilly C.A., Chatman J., Caldwell D.F. People and organizational culture: A Profile Comparison Approach to Assessing Person-Organization Fit. *The Academy of Management Journal*, 1991. Vol. 34, no. 3, pp. 487–516. doi:10.2307/256404
15. Pratt M.G. The good, the bad, and the ambivalent: Managing identification among Amway distributors. *Administrative Science Quarterly*, 2000. Vol. 45, no. 3, pp. 456–493. doi:10.2307/2667106
16. Riketta M. Organizational identification: A meta-analysis. *Journal of Vocational Behavior*, 2005. Vol. 66, no. 2, pp. 358–384. doi:10.1016/j.jvb.2004.05.005
17. Schneider B. The people make the place. *Personnel Psychology*, 1987. Vol. 40, no. 3, pp. 437–453. doi:10.1111/j.1744-6570.1987.tb00609.x