

На правах рукописи

СТАРОДУБЦЕВА Галина Александровна

**ПСИХОСЕМАНТИЧЕСКИЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ
ОРГАНИЗАЦИОННОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ**

Специальность 19.00.05 – социальная психология

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата психологических наук

Ярославль – 2012

Работа выполнена на кафедре социальной и политической психологии федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова».

Научный руководитель – доктор психологических наук, профессор
Козлов Владимир Васильевич

Официальные оппоненты: **Фетискин Николай Петрович**
доктор психологических наук, профессор,
Костромской государственный университет
им. Н.А. Некрасова, заведующий кафедрой
общей психологии

Киселев Юрий Алексеевич
кандидат психологических наук,
ООО «Тензор», зам. директора
по региональному развитию

Ведущая организация – **Иркутский государственный университет**

Защита состоится «26» апреля 2012 года в 12.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.002.02 в Ярославском государственном университете им. П.Г. Демидова по адресу: 150057, г. Ярославль, проезд Матросова, д. 9.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова по адресу: 150000, Ярославль, Полушкина роща, 1а.

Автореферат разослан « 24 » марта 2012 года.

Ученый секретарь
диссертационного Совета

Клюева Н.В.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования обусловлена острой необходимостью решения проблемы формирования лояльного отношения персонала к организации и деятельности в ней. Любая компания, желающая выжить в долгосрочной перспективе, должна заботиться об организационной лояльности своего персонала. Такая необходимость обусловлена тем, что это социально-психологическое явление отражается на всех сторонах деятельности организации. Во-первых, лояльные работники в большей степени готовы смириться с временными трудностями компании, брать на себя ответственность, прикладывать все усилия для достижения целей компании. Во-вторых, лояльность является важным и необходимым условием безопасности компании, оказывающим существенное влияние на благонадежность работников, поскольку именно работник является носителем коммерческой информации, которая все чаще становится объектом пристального внимания конкурентов.

С точки зрения изучения организационной лояльности сотрудников, построения прогнозов их поведения, планирования мероприятий, направленных на повышение лояльного отношения, большое практическое значение имеет не только представление об уровнях организационной лояльности, но и знания о том, насколько разные уровни лояльного отношения к компании различаются качественно. Необходимы разграничения относительно того, с какого рода организационной лояльностью приходится сталкиваться.

Очевиден запрос практиков к науке в отношении изучения самого феномена организационной лояльности, ее психологических и социально-психологических механизмов, факторов влияния на лояльность персонала со стороны организации и ее руководства, внутренних детерминант лояльности, способов предупреждения и профилактики нелояльности.

В процессе изучения имеющихся теоретико-методологических источников по указанной проблеме, обнаружено, что зарубежные авторы в отношении организационной лояльности определяют поведенческий и установочный подходы. Лояльность рассматривается в качестве социально-психологической установки (N.J. Allen, J.P. Meyer). Отечественные исследования являются единичными и разрозненными: авторы подвергают пересмотру и адаптации зарубежные концепции (Е.В. Доценко, М.Б. Курбатова, М.И. Магура) и выдвигают собственные (В.В. Агейкина, В.И. Доминяк, К.В. Харский). Анализ актуальных подходов в изучении организационной лояльности позволяет говорить о следующем: во-первых, в настоящее время предлагаются различные модели лояльности, которые построены на основе опыта нелояльного отношения и негативного взаимодействия сотрудников с организацией; во-вторых, отмечается переход от патерналистской модели взаимодействия с сотрудниками к партнерской, в которой ценится взаимность отношений между организацией и персоналом, поэтому лояльность, как руководства, так и сотрудников, составляет важный элемент организационного взаимодействия. В-третьих, в настоящее время в социальной и

организационной психологии все больше внимания уделяется изучению объективных внешних факторов организационной лояльности сквозь призму субъективного, внутреннего восприятия человека. Изучение организационной лояльности через смысловую сферу личности самого работника представляется более эффективным, в частности, обнаружение непосредственно смысла лояльного отношения к компании и деятельности в ней. У индивида в процессе его организационной деятельности развиваются такие представления о работе, которые помогут ему оценить ее смысл именно в данной компании. В-четвертых, взаимосвязь внутренних структур личности и организационной лояльности мало изучена, эмпирических исследований по данной тематике недостаточно. Особое место здесь занимает связь ценностных ориентаций личности и лояльного отношения сотрудников, поскольку ценности лежат в основе многих организационных процессов. Важность изучения этой связи обусловлена тем, что смысл работы сотрудника именно в этой организации и деятельности в ней будет преломлен через его ценностные ориентации. В-пятых, в настоящее время в литературе и на практике чаще уделяется внимание изучению факторам и последствиям низкой организационной лояльности персонала именно в коммерческих организациях (текучесть кадров, хищение материальных и информационных ценностей, снижение производительности и качества труда, пассивность сотрудников, отсутствие инициативы и др.). Несмотря на многочисленные описания методов и схем повышения лояльного отношения к организации и деятельности в ней, приходится констатировать, что на сегодняшний день не существует общепринятой научной концепции лояльности, определяющей положительное отношение сотрудников к организации и деятельности в ней. Организационная лояльность как научный конструкт социальной и организационной психологии еще мало изучен. На наш взгляд, изучение организационной лояльности как конструкта, определяющего положительное отношение к организации и деятельности в ней, целесообразнее изучать именно на примере государственных структур, которые менее подвержены стрессовому влиянию рыночных, экономических и политических внешних факторов, поскольку данные учреждения являются стабильными и надежными во многих смыслах своего развития и функционирования для своих сотрудников. При этом низкий уровень лояльности персонала здесь встречается редко, т.к. нарушение сотрудниками норм, системы определенных правил, стандартов деятельности, регламентов, а также сложившихся социально-психологических образований в конечном итоге приводят к разрыву отношений между организацией и работником.

Все указанное выше позволяет говорить об актуальности диссертационного исследования, которое призвано восполнить пробелы и недостающие факты в теоретическом и эмпирическом изучении проблемы организационной лояльности сотрудников на примере государственного учреждения.

Целью настоящего **исследования** является изучение смысловых конструктов, определяющих понятие «организационная лояльность», у

сотрудников государственного учреждения и связи их с ценностными ориентациями.

Объектом исследования является организационная лояльность сотрудников.

Предметом исследования является смысловое содержание понятия «организационная лояльность» и связь смысловых конструктов с ценностными ориентациями сотрудников государственного учреждения.

Гипотеза исследования: сотрудники государственного учреждения, имеющие положительную организационную лояльность, описывают лояльность через смысловые конструкты, отражающие преданность организации, социальную защищенность, разделение целей компании, безопасность. Эти конструкты связаны с личностными ценностными ориентациями самих работников.

В соответствии с целью и выдвинутой гипотезой в работе поставлены следующие **задачи:**

1. Определить теоретические и методологические основания эмпирического исследования организационной лояльности.

2. Теоретическим путем выделить конструкты, описывающие смысл понятия «организационная лояльность».

3. На основе выделенных конструктов эмпирически изучить смыслы, отражающие лояльное отношение сотрудников к организации и деятельности в ней, в зависимости от степени выраженности организационной лояльности сотрудников.

4. Выявить и изучить связь (соотношение) системы ценностных ориентаций сотрудников госучреждения и смыслового содержания конструктов, отражающих их организационную лояльность.

5. Провести анализ и сделать выводы о лояльном отношении сотрудников к организации и деятельности в ней, в зависимости от их ценностных ориентаций и степени выраженности организационной лояльности.

Теоретико-методологическую основу исследования составляют совокупность общенаучных и конкретно-научных принципов и категорий (М.Г. Ярошевский). Непосредственно в исследовании применялись принципы системности, детерминизма, развития и культурно-исторической обусловленности, единство сознания и деятельности. В исследовании применены положения различных теорий и теоретических подходов. Среди них теоретические положения и методы социальной психологии (Г.М. Андреева, В.А. Мазиллов, В.Н. Мясищев, В.В. Новиков, В.А. Ядов), положения и концепции организационной социально-психологической и консультационной психологии, психологии менеджмента (Ю.М. Забродин, А.Н. Занковский, А.В. Карпов, В.В. Козлов, Э. Шейн), основные положения в области субъективной семантики (А.Н. Лентьев, В.Ф. Петренко, А.Г. Шмелев), в области психосемантического конструирования (Дж. Келли, Ч. Осгуд), основные положения когнитивного подхода, выразившимся в категориальном истолковании человеческого образа мира (Дж. Брунер, У. Найсер, С. Московичи). Теоретической платформой исследования выступили основные

положения концепции о динамической смысловой сфере личности (Д.А. Леонтьев) и представления о структуре диспозиций личности (В.А. Ядов). Основные положения теорий по организационной лояльности отечественных (В.В. Агейкина, О.С. Дейнека, В.И. Доминяк, Е.В. Доценко, А.В. Ковров, С.А. Липатов, М.И. Магура, Л.Г. Почебут, Т.О. Соломанидина, К.В. Харский) и зарубежных исследователей (N.J. Allen, H. Becker, J.P. Meyer; P.C. Morrow, R.T. Mowday, L.W. Porter, R.M. Steers; C.A. O'Reilly).

Методы исследования. Для решения поставленных задач использовались следующие методы: а) теоретические методы анализа и обобщения психологической литературы; б) эмпирические методы исследования: анкетирование, метод ассоциативного выбора, метод семантического дифференциала; в) статистические методы измерения и обработки экспериментальных данных: качественный и количественный (описательная статистика), корреляционный (коэффициенты корреляции Спирмена и Пирсона), сравнительный (t-критерий Стьюдента, H-критерия Крускала-Уоллиса), ранговый (критерий Т. Кэнделла), факторный и кластерный анализы; многомерное шкалирование. Для выявления уровня организационной лояльности был использован опросник «OCQ» (Organizational Commitment Questionnaire), разработанный Mowday, Porter, Steers (перевод В.И. Доминяк, 2004). Для изучения смысловых конструкторов организационной лояльности и выделения между ними семантических связей использовался принцип ассоциативного выбора. Для выявления реальных и идеальных представлений сотрудников об организации и деятельности в ней был применен специально разработанный для этой цели опросник. Для реконструирования субъективной системы значений, смыслов лояльного отношения к работе как некоторой картины образа работы в организации, а также для определения смысловых конструкторов понятия «организационной лояльности» в двух группах сотрудников с различным уровнем выраженности лояльного отношения использовался семантический дифференциал Ч. Осгуда. Методика М. Рокича использовалась для выявления ценностных ориентаций сотрудников.

База исследования. Генеральная совокупность обследуемых за период 2008-2010 гг. составила 354 сотрудника, работающих в коммерческой организации, занимающейся производством, и государственном учреждении г. Иркутска.

Выборка коммерческого предприятия г. Иркутска, занимающегося производством и продажей светопрозрачных ограждающих конструкций, составила 169 человек (работники разных профессий и уровня квалификации), из них 124 мужчины и 45 женщин (соответственно 73% и 27% выборки), средний возраст участников составил 25 лет (максимальный – 56 лет, минимальный – 19 лет). Это сотрудники структурных подразделений: производственный комплекс (106 человек); филиалы, осуществляющие деятельность по продажам продуктов в разных городах Иркутской области, – отделы продаж (25 человек); офисные отделы (38 человек). Выборку федерального государственного учреждения «Иркутский Центр Метрологии Сертификации и Стандартизации» в общей сложности составила

178 участников (включая и руководящий состав), из них 110 женщин и 67 мужчин (соответственно 70% и 30% выборки). Все сотрудники с высшим техническим образованием, средний стаж работы на данном предприятии составляет 10-20 лет.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Сотрудники государственного учреждения с высоким и средним уровнем организационной лояльности определяют лояльное отношение к организации и деятельности в ней через смысловые конструкты: безопасность, разделение целей компании, работа на общую цель, преданное отношение к организации, эмоциональная привязанность, доверие к компании, социальная защищенность.

2. Организационная лояльность – это отношение сотрудника к организации и деятельности в ней, характеризующееся положительной взаимной связью сотрудника и организации и определяющая ее силу.

Для сотрудников с высоким уровнем организационной лояльности лояльное отношение к организации возникает в результате актуализации смысловых конструктов «преданное отношение к организации», «разделение целей компании», «безопасность».

Для сотрудников со средним уровнем – в результате актуализации конструктов «преданное отношение к организации», «работа на общую цель», «социальная защищенность». При этом содержание смысловых конструктов организационной лояльности в реальных и идеальных представлениях об организации и деятельности в ней у сотрудников с высоким и средним уровнем лояльности различается.

3. Для сотрудников с высоким уровнем лояльности характерна аффективная лояльность, позволяющая работнику чувствовать себя частью организации и предполагающая взаимовыгодный равноценный обмен между персоналом и организацией. Сотрудникам со средним уровнем лояльного отношения присуща прагматичная организационная лояльность, характеризующаяся стремлением к приобретению максимальной выгоды для самого персонала от работы в организации.

4. Лояльное отношение сотрудников государственного учреждения регулируется такими ценностными ориентациями, которые являются наиболее подходящими для работы в консервативной социально-психологической среде, позволяющие обеспечить на личностном и групповом уровнях социальную устойчивость общностей, сохранение структуры отношений, выполнение материально-, социально-, и духовно-репродуктивных функций, а также способствует развитию организационной лояльности. При этом лояльное отношение сотрудников с высоким уровнем организационной лояльности регулируется следующими ценностными ориентациями: хорошая обстановка в стране, удовольствие, общественное признание, ответственность. Средний уровень лояльности регулируется такими ценностями, как равенство, высокие запросы, независимость, честность.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в выделении семи основных смысловых конструктов, отражающих лояльное

отношение к организации и деятельности в ней: преданное отношение к компании, разделение целей организации, безопасность, работа на общую цель, социальная защищенность, эмоциональная привязанность, доверие к компании. В работе обоснована и нашла свое эмпирическое подтверждение ключевая идея о том, что у сотрудников государственного учреждения смыслы лояльного отношения к организации и деятельности в ней содержательно отличаются в зависимости от ценностных ориентаций самих сотрудников.

Теоретическая значимость исследования: изучение смысловых конструктов, отражающих лояльное отношение к организации и деятельности в ней, через смысловую сферу личности позволяет соотнести между собой внутриличностные источники организационной лояльности (установки, ценности, мотивы, потребности), а также исследовать внешние организационные факторы сквозь призму субъективного восприятия и внутренние структуры личности. В работе описаны новые эмпирические данные, раскрывающие смыслы лояльности сотрудников государственного учреждения с высоким и средним уровнем организационной лояльности, позволяющие понимать, на что необходимо влиять, какие содержательные изменения должны произойти для поддержания лояльного отношения к организации.

Практическая значимость исследования: результаты исследования конструктов организационной лояльности могут быть использованы в разработке мероприятий по эффективному управленческому воздействию на сотрудников, направленных на повышение уровня лояльного отношения в деятельности организации. Данный подход позволяет сформировать субъективную значимость и ценность деятельности в организации для сотрудников не через внешние факторы, а через повышение уровня осознанности, через саморегулируемое поведение.

Материалы диссертации могут быть использованы при подготовке и проведении лекционных и практических занятий для студентов по специальностям «Психология управления», «Социальная психология», «Организационная психология» и др., курсов повышения квалификации и семинаров для практиков психологии управления и менеджмента.

Апробация и внедрение результатов. Основные положения и результаты работы обсуждались на Международном конгрессе «Психология XXI столетия: теория, эксперимент, социальная практика» (Кострома, 2009), на Всероссийской конференции «Психология развития и образования: теория и практика» (Иркутск, 2009), на региональной научно-практической конференции «Психическое и физическое здоровье человека: медико социально-психологические и психолого-педагогические аспекты» (Иркутск, 2009), на Международной практической конференции «Интегративная психология: Практические методы нового поколения» (Москва, 2010), на 3-ем Международном Симпозиуме «Организационные способности в системе психологического менеджмента и ментального управления потенциалами социальных групп и организаций» (Кострома, 2011).

По материалам исследования опубликовано 15 печатных работ, в т.ч. 3 – в реферируемом ВАК журнале.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, выводов, заключения, списка литературы и приложений. Общий объем работы (без приложений) составляет 156 страниц. В тексте диссертации содержится 8 таблиц, 2 рисунка. Список литературы составляет 185 источников, из них на иностранном языке – 51.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность, определяются объект, предмет, цель работы, задачи, гипотеза исследования, обосновывается научная новизна, теоретическая и практическая значимость полученных результатов, излагаются положения, выносимые на защиту.

Глава 1. «Теоретический анализ социально-психологического явления – организационная лояльность персонала» состоит из двух разделов и включает в себя определение изучаемого феномена, теоретический анализ представлений отечественных и зарубежных исследователей относительно конструкта, а также прикладные и теоретические аспекты изучения организационной лояльности и ее факторов в социальной психологии.

В *параграфе 1.1. «Основные теоретические концепции и модели организационной лояльности в науке»* проводится семантический анализ понятия «лояльность». Анализируются англоязычные термины, относящиеся к изучаемому феномену. Рассматриваются зарубежные подходы к изучению организационной лояльности: поведенческий (Л. Джуэлл, Д. Шульц, С. Шульц, N. Allen, N. Aranya, D. Jacobson, J. Meyer, C. Mottaz); продолженный (текущий, инерционный) (N. Allen, R.B. Brown, J. Meyer); установочный (B. Buchanan, R.T. Mowday, R.M. Steers, L.W. Porter); нормативный (Y. Wiener); аффективный (N.J. Allen, R.B. Brown, R.M. Kantor, J.P. Meyer, C.A. O'Reilly, G.R. Salancik). Описываются модели зарубежных исследователей организационной лояльности как социально-психологической установки (H.P. Gouldner; O. Grusky; R.T. Mowday; Y. Wiener; J.P. Meyer, N.J. Allen; L.W. Porter; P.C. Morrow). Отечественные авторы предлагают рассматривать описательные модели организационной лояльности (Т.О. Соломанидина); модель, в основе которой лежит принцип ведущего мотива (К.В. Харский); концепцию реализации ожиданий работника от своей организации (В.И. Доминяк); модель приверженности организации (М.И. Магура). На основе анализа подходов и моделей организационной лояльности выделяются основные принципы изучения данного феномена, характеризующие его как социально-психологическую установку, проявляемую на аффективном, когнитивном и поведенческом уровне (В.И. Доминяк).

Предлагается рассматривать организационную лояльность как отношение сотрудника к организации и деятельности в ней, характеризующееся положительной взаимной связью сотрудника и организации и определяющая ее силу. Связь сотрудника с организацией и сила этой связи строится на

взаимовыгодном обмене: со стороны организации – это удовлетворение основных потребностей персонала, со стороны работника – это позитивная активность по отношению к организации, включающая в себя эмоциональный, когнитивный и поведенческий компоненты.

В параграфе 1.2. «Прикладные и теоретические аспекты организационной лояльности в социальной психологии» рассматриваются проблемы практики изучения лояльности персонала, а также социально-психологические факторы развития изучаемого феномена. Выделяются характеристики влияния низкого уровня организационной лояльности на организационные процессы (М.И. Магура, 2000). Сравняются зарубежные (западные и восточные) опыты управления персоналом в формировании организационной лояльности с российским стилем управления. Отечественные исследователи выделяют организационные, личностные и эмоциональные факторы при формировании организационной лояльности сотрудников (О.Г. Овчинникова, 2006), а также факторы, способные провоцировать нелояльность сотрудников. Обсуждается идея того, что организационная лояльность персонала в практике бизнеса, управления человеческими ресурсами является многогранной и затрагивает как минимум три взаимосвязанных аспекта: кадровый, социально-психологический и безопасности (В.И. Прасолов, 2005). На основе анализа социально-психологической и организационной литературы выделяется несколько направлений теоретических разработок и эмпирических исследований, в которых выделяют факторы развития и формирования организационной лояльности, объединенные в те или иные группы.

Глава 2. «Психосемантический анализ организационной лояльности» состоит из трех разделов.

В параграфе 2.1. «Психосемантический подход в изучении лояльного отношения к организации» рассматривается роль «социальных представлений» в построении картины мира для удовлетворения потребности понять **смысл** (Г.М. Андреева). Далее в работе раскрывается понятие «личностных конструктов», помогающие человеку сравнивать между собой явления и процессы объективного мира. Особое внимание уделяется тому, что «именно образы, идеальные картины событий и ситуаций, а не сама реальность, являются детерминантой человеческого поведения. Организационные представления как частный случай социальных представлений играют важную роль в формировании чувства принадлежности к своей организации и формировании групповой идентичности сотрудников организации» (С.А. Липатов). В связи с этим, подчеркивается, что организационная лояльность как воспринимаемая человеком сила связи, существующая в его представлении, между ним и работой в конкретной организации (Л. Джуеэлл), предстает как психологический конструкт, созданный самим человеком, его опытом и конкретными условиями. Далее в работе показана перспектива изучения организационной лояльности с привлечением методологии психосемантического подхода, способным воссоздать, реконструировать субъективный опыт (системы значений и смыслов), на основе которого

строится образ мира человека. Рассматриваются центральные понятия психосемантики: субъективный образ мира, семантические пространства, категориальные структуры.

Параграф 2.2. «Организационная лояльность как смысл и ценность» посвящен анализу понятия «личностный смысл» как ключевой категории в понимании изучаемого конструкта, а также ценностям, ценностным ориентациям личности, которые являются источником смыслообразования, именно через ценности личности будет актуализироваться общий смысл организационной лояльности и определяться через смысловые конструкты. Смысл организационной лояльности преломляется в смысловых структурах личности, которые функционируют как внутренние регуляторные механизмы, воздействующие на протекание процессов деятельности и психического отражения. Вводится понятие «смысловой конструкт», через который будет отражаться личностный смысл лояльного отношения сотрудника к организации и деятельности в ней. Основные конструкты не только дифференцируют, но и объединяют объекты и явления в классы, причем, в отличие от предметных конструктов, не по общему объективному признаку, а по сходному смысловому основанию. Смысловые конструкты также выполняют функцию непосредственной оценки близости реального положения вещей к идеальному. Значит, если реальные представления об организации и деятельности в ней совпадают с идеальными представлениями о том, какая в идеале должна быть работа в организации, то лояльное отношение к ней и уровень организационной лояльности повышается. То есть, в субъективном образе мира сотрудника предметные конструкты лояльного отношения к организации составляют конгломераты смыслов, связанных с параметрами идеальных представлений об организации и собственной работы в ней, а соотношение реального их проявления и идеальных представлений отражаются на силе связи между ними и диктуют уровень организационной лояльности. Следовательно, сотрудники с различной выраженностью организационной лояльности, скорее всего, описывают ее через различные смысловые конструкты, отражающие их лояльное отношение к этой организации и деятельности в ней. А личностные ценности дают индивидуальное разнообразие в представлениях об организационной лояльности на предметном и смысловом уровне. Далее в работе обосновывается роль ценностей личности как основного регулятора поведения человека. Принимается во внимание, что ценности реализуются в системе ценностных ориентаций человека (А.Г. Андреева). При этом сама система ценностных ориентаций личности, а точнее доминирующая направленность ценностных ориентаций как определенная жизненная позиция и общая направленность интересов личности, образует самый высший диспозиционный уровень в иерархической структуре диспозиций личности (В.А. Ядов). Таким образом, смысл работы сотрудников именно в этой организации и деятельности в ней будет преломлен через его внутренние структуры личности, через его ценности. Раскрывается содержание терминальных и инструментальных ценностных ориентаций. В конце данного раздела делается вывод о том, что личностные смыслы отражают через

конструкты ценности личности, которые, в свою очередь, оказывают решающее влияние на поведение и действия человека, включая и профессиональные. Организационная лояльность отражает отношение субъекта к объекту (организации и деятельности в ней) через преломленное субъективное, т.е. через ценности и личностные смыслы, что, на наш взгляд, должно проявиться в виде различий смысловых конструктов сотрудников разного уровня организационной лояльности.

В параграфе 2.3. «Выделение смысловых конструктов понятия «организационная лояльность»» проводится теоретический анализ организационной и социально-психологической литературы и на его основе производится выделение семантического пространства, описывающего явление организационной лояльности, т.е. те смысловые конструкты (понятия, утверждения), которые отражают лояльное отношение сотрудников к организации. Выделение смысловых конструктов организационной лояльности было сделано с опорой на семь принципов изучения лояльности, предложенного В.И. Доминяком в своей научной работе (В.И. Доминяк), а также на данные исследования В.В. Агейкиной, выделившей социально-психологические механизмы развития организационной лояльности (В.В. Агейкина). В итоге, в общей сложности было выделено 57 смысловых конструктов, определяющих понятие «организационная лояльность».

Глава 3. «Результаты психосемантического исследования организационной лояльности сотрудников государственного учреждения» посвящена эмпирическому исследованию смысловых конструктов, определяющих понятие «организационная лояльность», у сотрудников с различной выраженностью лояльного отношения к организации и деятельности в ней и различными ценностными ориентациями.

В параграфе 3.1. «Этапы исследования. Характеристика выборки и методов исследования» обозначены цель, предмет, объект, гипотеза исследования, статистические гипотезы, задачи эмпирического исследования, описываются этапы, методы и выборка исследования. На первом этапе определялись цель, задачи, теоретические подходы к исследованию, были проанализированы основные отечественные и зарубежные подходы к организационной лояльности, а также сформулированы основные положения модели развития организационной лояльности и социально-психологические факторы. Второй этап был посвящен проведению поискового исследования, направленный на апробирования методик измерения организационной лояльности сотрудников, обнаружения дальнейших исследовательских проблем. Общей целью третьего этапа стало проведение основного эмпирического исследования, которое, в свою очередь можно разбить на три части. Первая часть посвящена эмпирическому изучению смысловых конструктов, отражающих лояльное отношение к организации и деятельности в ней, сотрудников государственного учреждения. Во второй измеряется уровень организационной лояльности у сотрудников государственного учреждения, и определяются различия в идеальных и реальных представлениях об организации у сотрудников с высоким и средним уровнем организационной

лояльности; определяются различия в содержании смысловых конструкторов у работников с различной выраженностью организационной лояльностью с помощью метода семантического дифференциала. В третьей дается характеристика ценностным ориентациям сотрудников государственного учреждения с различным уровнем выраженности лояльного отношения к организации и их связь со смысловыми конструкторами организационной лояльности в группах сотрудников со средним и высоким уровнем лояльности. На четвертом этапе основного исследования обобщаются результаты, оформляется письменный отчет о проведенном исследовании.

Фактологическую основу диссертационной работы составили несколько эмпирических процедур, в которых приняли участие в общей сложности за период 2008-2010 гг. 354 сотрудника, работающих в коммерческом производственном предприятии и государственном учреждении г. Иркутска. На втором этапе поискового исследования приняло участие 169 человек (работники разных профессий и уровня квалификации) коммерческого предприятия. Из них 124 мужчины и 45 женщин (соответственно 73% и 27% выборки), средний возраст участников составил 25 лет (максимальный – 56 лет, минимальный – 19 лет). В выборку вошли сотрудники структурных подразделений: производственный комплекс (106 человек); филиалы, осуществляющие деятельность по продажам продуктов в разных городах Иркутской области, отделы продаж (25 человек); офисные отделы (38 человек). Во второй части третьего этапа основного исследования выборка составила 107 человек (в т.ч. и руководящий состав) федерального государственного учреждения г. Иркутска («Иркутский Центр Стандартизации и Метрологии»). Из них 70 человек составили женщины и 47 мужчин (что соответственно 65% и 35% выборки). В третьей части того же этапа выборка составила 70 человек данного государственного учреждения, из них 40 женщин и 30 мужчин (60% и 40%). Средний возраст всех участников этого центра составляет 35-40 лет (самый максимальный-70 лет, минимальный 23 года).

Для оценки организационной лояльности использовался опросник «OCQ – Organizational Commitment Questionnaire», разработанный Mowday, Porter, Steers (перевод В.И. Доминьяк). В изучении смысловых конструкторов организационной лояльности и выделения между ними семантических связей использовался принцип ассоциативного выбора. Для определения реальных и идеальных представлений об организации и деятельности в ней был применен специально разработанный для этой цели опросник. Для реконструкции представлений об организации и работе в ней использовался специально разработанный для этой цели семантический дифференциал.

Параграф 3.2. «Результаты поискового изучения уровня организационной лояльности сотрудников предприятия» был посвящен изучению реального уровня организационной лояльности нескольких структурных подразделений коммерческого производственного предприятия с перспективой дальнейшего ее повышения в рамках оптимизации кадровой политики компании по запросу руководства компании. Главным эмпирическим предположением стало утверждение о существовании различий в организационной лояльности

сотрудников структурных подразделений компании. Подразделения отличаются по территориальному расположению (филиалы продаж организации находятся в разных городах Иркутской области и удалены от головного офиса компании и самого производственного комплекса, соответственно у каждого из филиалов свой руководитель, свой коллектив, свои социально-психологические образования) и организационным задачам (профессиональные задачи производства отличны от задач офисных подразделений и филиалов продаж, у каждого подразделения свои планы работ, свои методы работы).

В соответствии с нормами опросника ОСQ был выявлен средний уровень организационной лояльности (от 46 до 75 баллов.) в каждом из структурных подразделений компании: производственный комплекс – 70 бб.; отделы продаж – 68,5 баллов.; офисные отделы – 68,5 баллов. Средняя по выборке – 69 баллов. Причем можно говорить о приближении оценок к высокому уровню, т.е. выше средней нормы (верхняя треть). Расчеты Н-критерия Крускала-Уоллиса, предназначенного для оценки различий одновременно между тремя и более выборками, не выявили значимых различий между уровнями организационной лояльности в структурных подразделениях организации ($\chi_{кр.} = -1619,78$). Таким образом, было опровергнуто эмпирическое предположение о том, что реальный уровень организационной лояльности представителей разных структурных подразделений одной и той же компании различается. Для качественного анализа отношения опрашиваемых сотрудников к разным сторонам организации был проведен кластерный анализ ответов на опросник OSQ, который показал, что кластеры распадаются на такие составляющие организационной лояльности, как: фактор усилий в интересах компании, интенциональный (готовность к повышению производительности труда), поведенческий (горжусь, рассказываю); фактор расположенности, разделения целей и ценностей (рад, ценности схожи). Исходя из принятого определения организационной лояльности, можно говорить о лояльном отношении сотрудников к компании. Это отношение характеризуется положительной взаимной связью работников к организации, и сила этой связи в данном случае построена на взаимовыгодном обмене. Организация в лице своей единой кадровой политики удовлетворяет основные потребности персонала, а сотрудники, в свою очередь, проявляют позитивную активность по отношению к ней (организации). Особенностью же выступает отличие отношений к компании производственников, с одной стороны, и работников отделов продаж и офиса, с другой.

Полученные в ходе поискового исследования результаты позволили сформулировать ряд выводов, относящихся к дальнейшему научному изучению организационной лояльности. Так, количественный показатель лояльности нивелирует различия и мало информативен при изучении характеристик лояльного отношения к организации и деятельности в ней. Качественные характеристики и анализ же позволяют обнаружить различия и особенности. Сделано предположение о том, что организационная лояльность связана с системой ценностей, сознания и самосознания, отношений личности к организации и другим сторонам профессиональной деятельности, необходимо

изучать смысловую сферу работника. Для этого важно использовать методы психосемантики.

Параграф 3.3. «Выделение смысловых конструктов «организационной лояльности» у сотрудников государственного учреждения» посвящен выявлению смысловых конструктов, определяющих понятие «организационная лояльность», у сотрудников с разным уровнем организационной лояльности государственного учреждения «Иркутский Центр Стандартизации, Метрологии и Сертификации». Для выявления степени выраженности организационной лояльности у сотрудников данного государственного учреждения использовался опросник организационной лояльности «OCQ – Organizational Commitment Questionnaire». В соответствии с его нормами было выявлено: у 41 сотрудника – средний уровень организационной лояльности (от 58 до 75 баллов) и высокий уровень (от 76 до 99 баллов) имеют 29 человек. Далее испытуемым (107 человек, в т.ч. и руководящий состав федерального государственного учреждения г. Иркутска) был предложен список категорий, состоящих из 57 смысловых конструктов, определяющих понятие «организационной лояльности», и в индивидуальном порядке им необходимо было отметить те из них, которые, по их мнению, ассоциируются с понятием «организационная лояльность». Проведя математическую обработку полученных бланков изучения смысловых конструктов организационной лояльности и выделения между ними семантических связей по принципу ассоциативного выбора, было обнаружено, что все обозначенные выше 57 конструктов организационной лояльности действительно отражают лояльное отношение сотрудника к организации и деятельности в ней и входят в структуру смыслового конструкта понятия «организационная лояльность». Невозможность группировки их в категории факторы (что показал факторный анализ) еще раз доказывает тесноту связи всех конструктов. Далее приводится анализ определения реальных и идеальных представлений об организации и деятельности в ней у сотрудников со средним и высоким уровнем лояльного отношения. Для корректной оценки значимости реальных и идеальных представлений сотрудников о различных проявлениях в организационной деятельности, связанных с организационной лояльностью и ее отражающих, было проведено ранжирование связанных рангов. Было обнаружено, что в целом для «Иркутского Центра Стандартизации, Метрологии и Сертификации», а также в каждом из представленных уровней организационной лояльности была обнаружена согласованность представлений о реальном и идеальном положении вещей в организации. Подчеркивается, что представления сотрудников с высоким и средним уровнем организационной лояльности о реальном и идеальном положении вещей на предприятии различаются в выделении ими смысловых конструктов. Так, у сотрудников со средним уровнем организационной лояльности первые два ранга занимают конструкты «разделение целей компании» и «безопасность». Остальные 54 смысловых конструкта, кроме конструкта «кадровая стабильность», по отношению к которому нет единого мнения, имеют средний ранг 29,5 по встречаемости в работе «сегодня» и в работе «в идеале». Сотрудники же с высоким уровнем организационной

лояльности имеют более выраженные дифференцированные представления об организационной лояльности: как личностных, так и организационных проявлений в представлениях «Работа в организации сегодня» и «Работа моей мечты». Выделенные ими смысловые конструкты отражают соответствующие компоненты организационной лояльности. Так, в первую десятку по значимости, для сотрудников с высокой степенью выраженности лояльности вошли конструкты: «работа на общую цель», «разделение целей организации» и «разделение, соблюдение организационных ценностей, целей, норм, правил поведения», – которые относятся к поведенческому и когнитивному компоненту организационной лояльности и отражаются в принципах изучения организационной лояльности (принцип когнитивного соответствия, принцип разделения и привлекательности целей и ценностей). Необходимость выполнения обязательств по отношению к компании» и «Ощущение обязательств перед организацией» (занимают 8 и 10 место соответственно) входят в нормативный компонент и определяют принцип выполнения обязательств перед компанией. К аффективному компоненту относится конструкт «эмоциональная привязанность к организации, желание оставаться ее членом» (5 место), основанный на механизме развития организационной лояльности «Причастность, приобщенность», отражающая некую идентификацию сотрудника с организацией, межгрупповую идентификацию, когда организационная лояльность к своей компании и в своей группе означает отчуждение от других. Конструкты «преданное отношение к компании», «доверие к организации», «взаимность отношений между сотрудниками» и др. также относятся к механизму развития организационной лояльности «Характер отношений, построенный на доверии». Принцип ответственного отношения к сотрудникам отражен в конструктах «социальная защищенность» и «кадровая стабильность». Остальные смысловые конструкты (их 42, имеют общий ранг 31,5) не столь значимы для сотрудников, или по отношению к ним нет единого мнения, хотя, безусловно, они имеют место быть в «Организации сегодня» и в «Организации мечты». Для подтверждения тезиса о существовании различий в идеальных и реальных представлениях об организации и деятельности в ней у сотрудников с высоким и средним уровнем организационной лояльности результаты ранжирования конструктов обрабатывались критерием ранговой корреляции Т. Кэнделла. Подчеркивается тот факт, что смысловое поле сотрудников «Иркутского Центра Стандартизации, Метрологии и Сертификации» с различным уровнем организационной лояльности имеют не только качественные, но и количественные различия. Работники со средним уровнем организационной лояльности выделяют меньшее количество конструктов, которые к тому же характеризуют только одну сторону организационной лояльности. Сотрудники с высоким уровнем организационной лояльности выделяют как значимые, ценные для них большее количество конструктов, отражающих разные стороны организационной лояльности как явления, что свидетельствует о большей осознанности их представлений о взаимодействии себя как работника и организации как профессиональной среды.

В параграфе 3.4. «Результаты изучения организационной лояльности семантическим дифференциалом» описываются результаты семантического дифференциала, проводится факторный анализ, и обозначаются факторы для групп со средним и высоким уровнем лояльного отношения к организации и деятельности в ней.

В качестве оснований параметров семантического дифференциала послужили 7 основных смысловых конструкторов (разделение целей компании, работа на общую цель, социальная защищенность, преданное отношение к компании, эмоциональная привязанность к компании, доверие к компании, безопасность), отражающих лояльное отношение к компании и работу в ней, полученных путем метода ранжирования связанных рангов у работников со средним и высоким уровнем организационной лояльности. Данные смысловые конструкторы занимают особое место в жизнедеятельности персонала в данном учреждении, они стоят на первых местах в списках обеих групп после ранжирования, по степени значимости (в представлениях о «Работа в организации сегодня» и «Работа в организации в идеале») и по месту проявления их в работе.

Для группы сотрудников с высоким уровнем организационной лояльности было выделено пять факторов, объясняющих 72,68% общей дисперсии (табл. 1).

Таблица 1.

№ п/п	Название факторов	Название факторов, по Ч. Осгуду
1	Безопасность	Фактор Оценки (Ценности)
2	Преданное отношение к компании	Фактор Силы
3	Разделение целей организации	Фактор Активности
4	Социальная защищенность	Фактор Активности
5	Преданное отношение к компании	Фактор Оценки

Для группы со средним уровнем организационной лояльности было выделено также 5 факторов, объясняющих 68,38% общей дисперсии (табл. 2).

Таблица 2.

№ п/п	Название факторов	Название факторов по Ч.Осгуду
1	Работа на общую цель	Фактор Оценки (Ценности)
2	Социальная Защищенность	Фактор Оценки (Ценности)
3	Преданное отношение к компании	Фактор Активности
4	Разделение целей организации	Фактор Оценки
5	Работа на общую цель	Фактор Силы

В параграфе 3.5. «Содержание смысловых конструктов у сотрудников государственного учреждения» проводится качественно содержательный анализ смысловых конструктов, образующих смысловое поле понятия «организационная лояльность», у сотрудников с разной степенью выраженности организационной лояльности. Для этого обсуждается содержание 1, 2 и 3 полученных факторов, выделенных для сотрудников группы высокого уровня и среднего уровня организационной лояльности. Сначала анализируется некоторое сходство в семантическом пространстве двух групп сотрудников. Во-первых, сходство в выделении смыслового конструкта «Преданное отношение к компании» как у работников с высоким уровнем, так и со средним уровнем организационной лояльности. Разница лишь, в том, что у первой группы (высокий уровень организационной лояльности) этот конструкт обозначился в факторе Силы, а у второй группы – в факторе Активности. Можно заключить, что в группе сотрудников с высоким уровнем организационной лояльности фактор «Преданное отношение к компании» отражает субъективную степень влияния данного конструкта на сотрудника. В группе же сотрудников со средним уровнем организационной лояльности фактор «Преданное отношение к компании» указывает на степень динамичности, изменчивости его во времени. Следующие факторы, имеющие некоторое сходство в семантических связях у всех двух групп, обозначены, как: у группы с высоким уровнем организационной лояльности Л фактор, обозначенный конструктом «разделение целей компании», отражает семантический фактор Активности; у среднего уровня – фактор, выраженный в конструкте «работа на общую цель», отражает, по Ч. Осгуду, фактор Ценности. Казалось бы, вполне одинаковое значение в обоих случаях, но, тем не менее, смыслы будут различными. Предполагается, что для работников с высоким уровнем организационной лояльности «разделение целей компании» ничто иное, как организационная интеграция всего персонала в систему, отражающую собой чувство групповой принадлежности, причастности. В случае с группой со средним уровнем организационной лояльности конструкт «работа на общую цель» может и не влечь за собой «разделение целей». Хотя для данных работников этот конструкт признается ими наиболее эмоционально привлекательным.

Далее обсуждаются различия в семантическом пространстве двух групп сотрудников. Для сотрудников с высоким уровнем организационной лояльности фактор, обозначенный конструктом «безопасность», отражает фактор Ценности, и признается ими на бессознательном уровне наиболее эмоционально привлекательным. В реальных представлениях этих сотрудников об их работе понятие «Безопасность» статистически значимо связано с такими понятиями, как честность, взаимность, ответственность (к сотрудникам и компании), доброжелательность, внимание и забота. Для данной группы сотрудников ключевым фактором в сохранении долговременных отношений с предприятием становится чувство безопасности, доверия.

Далее в работе описывается следующее различие в семантическом пространстве двух групп сотрудников – это выделение фактора Социальная

защищенность в группе со средним уровнем организационной лояльности, который отражает фактор Оценки, по Ч. Осгуду. Для сотрудников со средним уровнем организационной лояльности «социальная защищенность» является на бессознательном уровне наиболее эмоционально привлекательным смысловым конструктом. Поскольку для сотрудников центр (Иркутский Центр Стандартизации, Метрологии и Сертификации) дает не только огромную возможность для самоактуализации личности в профессиональной деятельности, но и социальные гарантии быть обеспеченным и защищенным от внешне экономических, рыночных и т.д. условий. Раскрывается смысл лояльного отношения к организации и деятельности в ней для сотрудников с различной степенью выраженности организационной лояльности, исходя из анализа содержания смысловых конструктов организационной лояльности.

Для сотрудников со средним уровнем лояльности характерна прагматичная лояльность. Для данного вида организационной лояльности в основе лежит стремление сотрудника взвешивать и сравнивать то, что он дает организации и что получает взамен. Прагматичная лояльность сотрудников со средней степенью выраженности лояльного отношения, характеризуется тем, что персонал остается работать именно в этом учреждении только потому, что ему выгодно там работать. Со стороны руководства обеспечение высокого удовлетворения потребностей сотрудников со средним уровнем организационной лояльности может повысить его лояльность к предприятию. В настоящий момент позитивную активность, которую проявляет персонал «Иркутского Центра Стандартизации, Метрологии и Сертификации» со средним уровнем организационной лояльности, включает в себя только поведенческий компонент, выраженный в конструкте «работа на общую цель», исключая когнитивный и аффективный компоненты. Лояльность, которую проявляют сотрудники с высоким уровнем организационной лояльности, является аффективной лояльностью. Она характеризуется степенью идентификации сотрудника с учреждением, вовлеченностью и эмоциональной привязанностью. Степень идентификации в нашем случае – это степень отражения в сознании работника с высоким уровнем организационной лояльности конструкта «преданное отношение» как следствие организационного взаимодействия внутри предприятия. Такие эмоционально преданные сотрудники верят и разделяют цели и ценности своей организации и рады быть ее членами. Они остаются там работать, потому что хотят этого. Приверженное отношение данных сотрудников к предприятию, характеризуется взаимовыгодной связью. «Иркутский Центр Стандартизации, Метрологии и Сертификации» удовлетворяет основные потребности персонала, а работники, в свою очередь, проявляет позитивную активность по отношению к работе в виде деления целей компании (когнитивный компонент организационной лояльности), что позволяет чувствовать себя частью организации (аффективный компонент организационной лояльности), а чувство безопасности вызывает в нем чувство доверия, позволяющая верить в себя и судьбу организации и работе в ней. Готовность прикладывать еще большие усилия, стараний, ответственной работы в интересах предприятия (поведенческий компонент организационной

лояльности) характеризует таких сотрудников «Иркутского Центра Стандартизации, Метрологии и Сертификации» как высоколояльных. Далее утверждается, что содержательные и структурные различия, которые наблюдаются у сотрудников с высоким и средним уровнем организационной лояльности, приводят к содержательной модификации смыслов лояльного отношения к организации и деятельности в ней.

Параграф 3.6. «Связь смысловых конструкторов лояльного отношения и ценностных ориентаций сотрудников государственного учреждения» посвящен анализу различий ценностных ориентаций у сотрудников со средним и высоким уровнем организационной лояльности, а также содержательному анализу связи смысловых конструкторов организационной лояльности и ценностных ориентаций двух групп работников.

Приводятся различия в выделении рангов сотрудниками высокого и среднего уровней организационной лояльности (коэффициент ранговой корреляции 0,88 для инструментальных ценностей и 0,69 – терминальных) на уровне $p \geq 0,01$. При анализе ценностных ориентаций сотрудников с различной степенью выраженности организационной лояльности, в работе подтверждаются различия в общей направленности интересов личности, согласно концепции В.А. Ядова о структуре диспозиций личности. Выявленные для сотрудников «Иркутского Центра Стандартизации, Метрологии и Сертификации» терминальные ценности и инструментальные ценности являются стабильным источником смыслообразования, поскольку индивид неизбежно «смотрит» на социальный мир через призму определенной системы ценностей, в которой актуализируются смыслы, значимые для жизнедеятельности в целом и профессиональной деятельности в частности самого работника. Общий смысл лояльного отношения и работы на данном предприятии для двух групп сотрудников со средним и высоким уровнем организационной лояльности преломляется ими в превращенной форме личностных смыслов, отражающих роль и место настоящей работы в текущей профессиональной деятельности. Собственно сами личностные смыслы организационной лояльности определяются субъективной оценкой работников «Иркутского Центра Стандартизации, Метрологии и Сертификации» по категориальным шкалам, выделенными нами выше смысловым конструкторам, несущим смысловую нагрузку. В связи с этим достаточно непосредственная связь ценностных ориентаций и смысловых конструкций организационной лояльности открывает путь косвенной диагностики последних, поскольку ценности придают смысловым конструкторам как смыслообразующую, так и различительную силу. Таким образом, через ценностные ориентации и личностные смыслы работников «Иркутского Центра Стандартизации, Метрологии и Сертификации» отражается их лояльное отношение к работе и деятельности в ней и проявляется, как было доказано уже выше, в виде различий смысловых конструкторов организационной лояльности персонала разного уровня сформированности организационной лояльности.

Была обнаружена статистически значимая связь между рядом смысловых конструкторов организационной лояльности и ценностными ориентациями

сотрудников с различной степенью выраженности лояльного отношения к организации и деятельности в ней (табл. 3, 4).

Таблица 3.

Связь между смысловыми конструктами ОЛ и ценностными ориентациями (терминальные и инструментальные) в группе сотрудников с высоким уровнем ОЛ

Смысловые конструкты ОЛ	Терминальные ценности	Коэффициент корреляции ($p \leq 0,05$)
Преданное отношение к компании	Хорошая обстановка в стране	0,48
Преданное отношение	Общественное признание	-0,47
Разделение целей компании	Удовольствие	-0,55
Смысловые конструкты ОЛ	Инструментальные ценности	Коэффициент корреляции ($p \leq 0,5$)
Разделение целей компании	Ответственность	0,41

Из табл. 3 видно, что смысловой конструкт «Преданное отношение к компании» связан с терминальной ценностью «Хорошая обстановка в стране» прямой связью ($r = 0,48$). Данная ценность не является главным и обязательным в жизни сотрудника с высоким уровнем организационной лояльности, но влияет на лояльное отношение. Следовательно, одним из личностных смыслов организационной лояльности, определяющийся через конструкт «преданное отношение», для сотрудников с высокой степенью выраженности лояльности выражается в успешном развитии и существовании предприятия «Иркутского Центра Стандартизации, Метрологии и Сертификации» как условие благополучия каждого его сотрудника. Тот же смысловой конструкт организационной лояльности «преданное отношение к компании» связан обратной связью с еще одной терминальной ценностью, ценностью «общественное признание» как уважение окружающих, коллектива, товарищей по работе ($r = -0,47$). Обратная связь указывает на то, чем больше преданного отношения, тем меньше общественного признания. Для работников с высоким уровнем организационной лояльности лояльность, преданность по отношению к «Иркутскому Центру Стандартизации, Метрологии и Сертификации» выражена в форме позитивной активности, что позволяет обеспечить стабильность их существования в социально-психологическом пространстве данного учреждения. Такая тенденция группы названа консервативной тенденцией. В данной группе последней связью между конструктом организационной лояльности и терминальной ценностью является обратная связь ($r = -0,55$) между «разделением целей компании» и «удовольствием». Жизнь полная развлечений, приятного проведения времени характерна не для каждого, к тому же для работников с высоким уровнем организационной

лояльности данная терминальная ценность не является основной и главной целью в жизни. Поскольку данным работникам необходимо вырабатывать эффективные способы взаимодействия с другими членами коллектива для разделения и достижения основных целей учреждения, им необходимо еще и нести ответственность не только за результаты своей деятельности, но и деятельности других работников, отделов в целом. Здесь действует снова консервативная тенденция группы, личности, являющаяся основой для сохранения структуры отношений. Именно поэтому группа сотрудников с высокой степенью выраженности лояльности в качестве активных средств деятельности выбирают ответственность как инструментальная ценность, которая имеет прямую связь с конструктом организационной лояльности «разделение целей компании» ($r = 0,41$). На уровне «Иркутского Центра Стандартизации, Метрологии и Сертификации» – это значит быть причиной и следствием выполняемых задач, проектов, целей, производительности труда и многое другое. Таким образом, ответственность как активное средство осуществления деятельности является для этих работников неким инструментом для сохранения стабильности существования личности в коллективе, внутри системы. Далее утверждается следующее. Лояльное отношение, преданность для сотрудников с высоким уровнем организационной лояльности выступают следствием равноценного обмена между всеми участниками организации в виде обмена действиями. Смысл положительной активности по отношению к работе кроется в той социальной среде, в которой трудится сотрудник, она способствует поддержанию стабильности развития и функционирования его личности, сохраняет структуру отношений, обеспечивает выполнение материально, социально и духовно-репродуктивных функций. Таким образом, общий смысл организационной лояльности для данной группы персонала исследуемого учреждения раскрывается через стабильность существования и развития сотрудников в организационно-профессиональной среде «Иркутского Центра Стандартизации, Метрологии и Сертификации». Что касается группы сотрудников со средним уровнем организационной лояльности, то наблюдается больше связей между инструментальными ценностями и смысловыми конструктами организационной лояльности, нежели с терминальными ценностями в отличие от сотрудников с высоким уровнем организационной лояльности (табл. 4).

Как видно из табл. 4, между терминальными ценностями и смысловыми конструктами организационной лояльности обнаружена прямая связь между конструктом «преданное отношение к компании» и терминальной ценностью «равенство» ($r = 0,32$). Принимая на себя роль лояльного работника, чтобы сохранить свою устойчивость и дальнейшее развитие, персонал со средним уровнем организационной лояльности использует механизм равноправного отношения всех и со всеми. При этом, активным средством деятельности для достижения состояния баланса между ним и работой выбирается инструментальная ценность «честность», которая имеет прямую связь со смысловым конструктом организационной лояльности «преданное отношение к компании» ($r = 0,34$). Эта группа работников также использует консервативную

тенденцию для сохранения структуры отношений, устойчивости и целостности развития своей личности, группы на своем предприятии. Однако можно увидеть некую противоречивость в использовании инструментальных ценностей для достижения терминальной ценности «равенство». Таким противоречием выступают, с одной стороны, прямая связь конструкта «социальная защищенность» с инструментальной ценностью «высокие запросы» (как высокие притязания) ($r = 0,32$), а, с другой стороны, обратная связь смыслового конструкта организационной лояльности «социальная защищенность» с ценностью «независимость» (как способность действовать самостоятельно, решительно) ($r = -0,39$). У персонала со средней степенью выраженности лояльности нет однозначного понимания и четкой ясности своего места в данном учреждении. Они работают там, до тех пор, пока удовлетворяются их основные потребности, до тех пор, пока они способны сами удерживать тактику консервативной тенденции сохранения своей личности, группы и ее развития. С другой стороны, происходит некий внутренний противоречивый конфликт между ними и работой, который затрагивает проблемы свободы сотрудника и его лояльности к работе. Предполагается, что ответом на данную проблему станет обращение к вопросу о рефлексии профессиональной деятельности, и своей позиции.

Таблица 4.

Связь между смысловыми конструктами ОЛ и ценностными ориентациями (терминальные и инструментальные) в группе сотрудников со средним уровнем ОЛ

Смысловые конструкты ОЛ	Терминальные ценности	Коэффициент корреляции ($p \leq 0,05$)
Преданное отношение	Равенство	0,32
Смысловые конструкты ОЛ	Инструментальные ценности	Коэффициент корреляции ($p \leq 0,05$)
Социальная защищенность	Высокие запросы	0,32
Социальная защищенность	Независимость	-0,39
Преданное отношение	Честность	0,34

Далее в работе делается вывод о том, что лояльное отношение в группе персонала со средним уровнем организационной лояльности – это такое отношение сотрудника к организации, при котором смысл положительной активности, профессиональной деятельности сотрудника по отношению к данному учреждению лежит в выгодах, в тех социальных и материальных и других благах, которые приобретает работник в процессе своей работы именно здесь. В его стремлении взвешивать и сравнивать то, что он дает и получает взамен. Такая выгода отношений регулируется терминальной ценностью «равенство», смысл которой актуализируется через смысловой конструкт

«преданное отношение к компании». При этом сотрудники используют с помощью инструментальные ценности «честность» консервативную тенденцию группы для обеспечения ее стабильности и развития в этой организационной среде. Но поскольку в этой группе работников нет однозначного понимания и четкой ясности своего места и роли своей деятельности в «Иркутском Центре Стандартизации, Метрологии и Сертификации», то для них необходима специально разработанная программа, направленная на оптимизацию процесса их самопознания, а также, адекватное отражение конкретных аспектов жизнедеятельности данных сотрудников в социально-организационном контексте изучаемого нами предприятия.

Далее в работе приводятся характеристики консервативной социально-психологической среды, которые имеют место быть в изучаемом федеральном государственном учреждении и которые сами выбирают сотрудники со средним и высоким уровнем организационной лояльности, как наиболее подходящие для работы и совместимые с их ценностными ориентациями. Именно поэтому персонал «Иркутского Центра Стандартизации, Метрологии и Сертификации» определил для себя наиболее подходящую для этой цели стратегию консервативной тенденции личности в организации. Таким образом, «здоровый жизненный консерватизм» сотрудников федерального государственного учреждения является основой, на которой строится психологическая связь между сотрудниками и работой, обобщенным ее образом в представлениях работников конкретной организации, что во многом определяет их выбор данной организации и их лояльное отношение к ней.

В заключении подводятся итоги проделанной работы и формулируются **основные выводы:**

1. В результате теоретического литературного анализа предложено определение понятия «организационной лояльности» как отношение сотрудника к организации и деятельности в ней, характеризующееся положительной взаимной связью сотрудника и организации и определяющая ее силу. Связь сотрудника с организацией определяется взаимностью, и сила этой связи строится на взаимовыгодном обмене: со стороны организации – это удовлетворение основных потребностей персонала, со стороны работника – это позитивная активность по отношению к организации, включающая в себя эмоциональный, когнитивный и поведенческий компоненты.

2. Сотрудники государственного учреждения, имеющие положительную организационную лояльность, описывают лояльность через смысловые конструкты, отражающие преданность к организации, социальную защищенность, разделение целей компании, безопасность. Эти конструкты значимо связаны с ценностными ориентациями личности самих работников.

3. Для группы сотрудников с высоким уровнем лояльного отношения характерна аффективная лояльность, выражающаяся смысловыми конструктами «разделение целей организации», «преданное отношение к компании», «безопасность». Прагматичная лояльность определена для сотрудников со средним уровнем лояльности и выделена через конструкты «безопасность», «работа на общую цель», «социальная защищенность».

4. Через ценностные ориентации, которые различны для данных групп сотрудников, актуализируется смысл проявления лояльного отношения к

организации и деятельности в ней. Аффективная лояльность сотрудников с высоким уровнем лояльного отношения регулируется терминальными ценностями «хорошая обстановка в стране», «общественное признание», «удовольствия» и реализуется через инструментальную ценность «ответственность». Смысл проявления аффективной лояльности персонала к своему учреждению раскрывается через ту социально-профессиональную среду, в которой трудится работник. Поскольку именно эта работа способна поддержать стабильность развития и функционирования личности сотрудника, сохранить структуру его социальных отношений, обеспечивать выполнение материально, социально и духовно-репродуктивных функций.

5. Прагматичная лояльность персонала со средним уровнем организационной лояльности регулируется терминальной ценностью «равенство» и реализуется через инструментальные ценности «честность», «независимость», «высокие запросы». Смысл такой лояльности сотрудников по отношению к организации лежит в выгодах, в тех социальных, материальных и других благах, которые приобретает работник в процессе своей работы именно здесь.

Таким образом, выдвинутая нами гипотеза полностью была полностью подтверждена в ходе исследования. Выполненное исследование не исчерпывает всей сложности поставленной проблемы. Предметом специального изучения может стать дальнейшее изучение организационной лояльности с другими смысловыми образованиями (с мотивами профессиональной деятельности, труда, смысловыми установками, диспозициями), а также основой научных исследований механизма формирования организационной лояльности.

Материалы исследования отражены автором в 15 публикациях, общим объемом 3,5 п.л.

Статьи, опубликованные в рецензируемых научных журналах и изданиях:

1. Стародубцева, Г.А. Организационная лояльность сотрудников производственных и офисных подразделений компании / Г.А. Стародубцева // Вестник университета (Государственный университет управления). – М.: ГУУ, 2009. – № 12. – С. 112-113.

2. Стародубцева, Г.А. Смысловые конструкты сотрудников государственного учреждения с различной степенью выраженности организационной лояльности / Г.А. Стародубцева // Вестник университета (Государственный университет управления). – М.: ГУУ, 2009. – № 34. – С. 111-112.

3. Стародубцева, Г.А. Связь смысловых конструктов лояльного отношения организации и ценностных ориентаций сотрудников государственного учреждения / Г.А. Стародубцева // Вестник университета (Государственный университет управления). – М.: ГУУ, 2011. – №18. – С. 198-200.

Другие научные публикации:

4. Бортко, Г.А.* Проблема социально-психологических особенностей корпоративной культуры / Г.А. Бортко // Вестник интегративной психологии. Вып. 2. – М.-Ярославль, 2004. – С. 54.

5. Бортко, Г.А. Система управления персоналом как элемент управления корпоративной культуры / Г.А. Бортко // Социальная психология XXI столетия. – Ярославль: МАПН, 2004. – Т. 1. – С. 126-130.

6. Стародубцева, Г.А. Корпоративная культура: концептуальные модели / Г.А. Стародубцева // Вестник интегративной психологии. Вып. 4. – М.-Ярославль, 2006. – С. 165-167.

7. Стародубцева, Г.А. Организационная лояльность: взгляд отечественных исследователей / Г.А. Стародубцева // Седьмая волна психологии. Вып. 2. – М.-Ярославль: МАПН, 2007. – С. 201-207.

8. Стародубцева, Г.А. Лояльность персонала как социально-психологическая установка / Г.А. Стародубцева // Седьмая волна психологии. Вып.5. – Ярославль-Минск: МАПН, 2008. – С. 164-167.

9. Стародубцева, Г.А. Измерение лояльности персонала (на примере одной из производственной организации в г. Иркутске) / Г.А. Стародубцева // Психология XXI столетия. Т. 2. – Ярославль: МАПН, 2008. – С. 211-213.

10. Стародубцева, Г.А. Из опыта изучения уровня организационной лояльности сотрудников производственной компании / Г.А. Стародубцева // Психическое и физическое здоровье человека: медико-социально-психологические и психолого-педагогические аспекты: материалы регион. науч.-практ. конф. – Иркутск: Изд-во Иркутского государственного университета, 2009. – С. 341-346.

11. Стародубцева, Г.А. Выделение смысловых конструкторов организационной лояльности сотрудников государственного учреждения / Г.А. Стародубцева // Психология развития и образования: теория и практика: сборник научных трудов по итогам Всерос. конф. – Иркутск: ГОУ ВПО «Иркутский государственный педагогический университет», 2009. – С. 196-199.

12. Стародубцева, Г.А. Измерение организационной лояльности сотрудников производственной компании / Г.А. Стародубцева // Седьмая волна психологии. Вып. 7. – Ярославль-Минск: МАПН, 2009. – С. 167-171.

13. Стародубцева, Г.А. Структура смыслового конструктора «организационная лояльность» / Г.А. Стародубцева // Психология XXI столетия: Теория. Эксперимент. Социальная практика: материалы Междунар. конгр., Кострома, 10-13.09. 2009 г. – М.-Кострома, 2009. – Т. 1. – С. 392-397.

14. Стародубцева, Г.А. Ценности личности в развитии организационной лояльности сотрудников / Г.А. Стародубцева // Интегративная психология: Практические методы нового поколения: материалы научной практической конференции. – М., 2010. – С. 38.

15. Стародубцева, Г.А. Проблемы развития организационной лояльности на практике / Г.А. Стародубцева, В.В. Козлов // Организационные способности в системе психологического менеджмента и ментального управления потенциалами социальных групп и организаций: сб. материалов 3-го Междунар. симп.; Кострома, 30 сентября – 1 октября 2011 г. – М.-Кострома: КГУ им. Н.А. Некрасова, 2011. – С. 213-220.

* Фамилия Бортко Г.А. изменена в связи с вступлением в брак.

Подписано в печать 20.03.2012. Формат 60x84/16.

Бумага оф. Отпечатано на ризографе.

Тираж 100 экз. Заказ 41/10.

Отдел оперативной полиграфии ЯрГУ
150000, Ярославль, ул. Советская, 14