

УДК 316.454.3

**Блинова Олена**

доктор психологічних наук, професор,  
завідувач кафедри психології  
Херсонського державного університету  
<https://orcid.org/0000-0003-3011-6082>

**Каленчук Валентина**

аспірант кафедри психології  
Херсонського державного університету  
<https://orcid.org/0000-0002-6550-8169>

DOI <https://doi.org/10.35619/prapr.v1i18.297>

## ВПЛИВ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ НА ОЦІНЮВАННЯ ВИКЛАДАЧАМИ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ УНІВЕРСИТЕТУ

***Анотація.** Метою дослідження є встановлення взаємозв'язку між організаційною ідентичністю викладачів університету та особливостями уявлення про корпоративну культуру закладу вищої освіти. В основу емпіричного дослідження покладено парадигмальний підхід до вивчення корпоративної культури Л. Константина, методика містить 25 блоків, кожний з яких є твердженням та чотирма варіантами відповідей, які описують чотири організаційних моделі (парадигми) – закрита, випадкова, відкрита, синхронна. Для вивчення організаційної ідентичності застосовано методику М. Куна-М. Макпартленда «Хто Я», для кількісної оцінки враховано показники актуальності, значущості, валентності.*

*Визначено, що корпоративна культура є багатоаспектним та багаторівневим явищем, під впливом якого у співпрацівників формується організаційна ідентичність у відповідності до цілей, цінностей, місії організації, що сприяє засвоєнню норм, традицій, правил поведінки та взаємовідносин.*

*З'ясовано, що на думку викладачів, тип корпоративної культури є переважно закритим з високим рівнем формалізації взаємовідносин між всіма суб'єктами освітнього процесу, водночас за оцінками бажаного стану корпоративної культури зафіксовано прагнення викладачів працювати в університетському середовищі з відкритою корпоративною культурою. Викладачі і у реальних, і у бажаних оцінках надають перевагу ієрархічним формальним відносинам при оцінюванні стилю управління, лідера університету, цілей, критеріїв оцінювання роботи викладачів, прийняття рішень у невизначених ситуаціях, стилю вирішення конфліктів.*

*Показано, що значущість та позитивна валентність організаційної ідентичності у вибірці викладачів корелюють із сприйняттям організаційної культури за відкритою моделлю, що свідчить про більш успішне засвоєння цінностей університетської спільноти у відкритому партнерському середовищі.*

*Перспективи подальших досліджень полягають у проведенні порівняльного аналізу із особливостями уявлень студентської молоді про корпоративну культуру університету.*

***Ключові слова:** корпоративна культура, організаційна культура, організаційна ідентичність, університет, викладачі, цінності університетської спільноти.*

**Постановка проблеми.** Сьогодні у зв'язку зі складними соціально-політичними та економічними умовами країни, відбуваються суттєві зміни у діяльності закладів вищої освіти. Університет як освітня та наукова корпорація має зовнішнє та внутрішнє середовище свого існування та розвитку, тому, корпоративна культура університету є інструментом

адаптації до змін у зовнішньому середовищі та інструментом внутрішньої інтеграції, що сприяє ефективності діяльності вишу. Заклад вищої освіти слід розглядати як соціальну систему, тому саме системний підхід є доречним для аналізування чинників ефективності його діяльності та визначення місця корпоративної культури у цьому процесові (Бондарчук, 2014; Гнезділова, 2013; Карамушка, 2014; та ін.).

**Аналіз останніх досліджень з проблеми.** Аналізуючи сучасні дослідження, слід відзначити, що багато які аспекти корпоративної культури розкрито у працях зарубіжних та вітчизняних науковців (Бондарчук, 2014; Камерон, Куїнн, 2001; Карамушка, 2014; Шейн, 2002; Bergami, & Bagozzi, 2000; Gibney, Zagenczyk, Fuller, Hester, & Caner, 2011 та ін.).

У психологічному сенсі будь-яка організація є, перш за все, соціальною групою, тому центральним питанням є проблема належності співробітника до організації, його ідентифікація до неї. Оскільки сучасні корпорації, у тому числі, освітні корпорації, стають більш складними та розгалуженими, організаційна ідентифікація забезпечує згуртованість та є запорукою спільного успіху організації. Ashforth, Joshi, Anand, O'Leary-Kelly (2013) вказують на те, що організаційна ідентифікація – це сприйняття схожості та почуття єдності з організацією (або належності до неї), коли людина визначає себе у поняттях тієї корпорації, співробітником якої вона є. Riketta (2005), у свою чергу, вказує на те, що організаційна ідентифікація розглядається науковцями як важливий психологічний стан, який відображає прив'язаність співробітників до організації та пояснює такі ключові моменти, як якість виконаної роботи та організаційну поведінку.

Організаційна ідентифікація відображає специфічний зв'язок (психологічну прив'язаність), що існує між співробітником та організацією. Саме тому, вона потенційно здатна пояснювати і навіть передбачати низку важливих установок співробітників, а також лінію їх поведінки на робочому місці (He & Brown, 2013; Ashforth et al., 2013; Epitropaki, 2013).

Проведені емпіричні дослідження показали, що організаційна ідентифікація також стимулює розвиток довгострокової прихильності та підтримки підприємства (He, & Baruch, 2010). Організація забезпечує певні умови та надає переваги, які відповідають запитам працівників. Наприклад, мотивами для ідентифікації можуть стати потреба у приналежності, у безпеці, у цілісності, у самопослідовності, самоефективності, самоактуалізації (Blynova, Lappo, Kalenchuk, Agarkov, Shramko, Lymarenko, & Popovych, 2020; George, Chattopadhyay, 2005). Якщо організація задовольняє хоча б частину із них, то вона має можливість мати співробітників, які приймають її цілі, цінності та діють у відповідності до них.

На думку Gibney, Zagenczyk, Fuller, Hester, & Caner, можна виокремити такі передумови організаційної ідентифікації: відмітні ознаки організації, зовнішній престиж, міра контакту між співробітником та організацією, рівень підтримки, важливість комунікацій, міра збігу особистої та організаційної ідентичності (Gibney et al., 2010).

Дослідження показали позитивний вплив організаційної ідентифікації на різні ключові аспекти, що пов'язані із роботою та поведінкою, наприклад, прив'язаність до робочої групи, професійна, рольова ефективність, а також бажані для компанії форми поведінки (Blader et al., 2017). Крім того, як доведено у дослідженнях Edwards, Pessei (Edwards, Pessei, 2010), вона впливає на залученість, міру задоволеності роботою, організаційну прихильність, організаційну поведінку, а також на намір залишитися в організації.

Грунтовним є визначення організаційної ідентичності, що базується на теорії соціальної ідентичності, та поєднує і когнітивний, і афективний компоненти (Van Dick, 2001). Згідно з цією теорією, соціальна ідентичність – це частина індивідуальної Я-концепції, яка виходить із знання індивіда про його членство у соціальній групі, оцінки та значущості приєднання до групового членства. Незважаючи на відмінності у визначеннях науковців, вони погоджуються, що існує зв'язок між організаційним членством та Я-концепцією або на когнітивному рівні (наприклад, почуває себе частиною організації, засвоює організаційні цінності), або на емоційному рівні (гордість за членство в організації), або через обидва компоненти. Отже, у наукових працях більшості авторів, а саме, Ліпатов, Riketta, Epitropaki

та ін., поняття «організаційної ідентифікації» розглядається як когнітивний конструкт, зокрема, як узгодженість індивідуальних та організаційних цінностей; сприйняття єдності з організацією або почуття належності до організації; як процес включення сприйняття свого членства в організації до загальної системи самовизначення (Липатов, 2005; Riketta, 2005; Epitropaki, 2013; та ін.).

Інша частина дослідників, а саме, Dukerick, Kramer, McLean; Elsbach, Bhattacharya (2001), He, Brown (2013) та ін., визначають організаційну ідентичність в афективно-мотиваційних термінах як таку, що ґрунтується на привабливості та бажанні підтримувати емоційно задовольняюче самовизначення взаємовідносин з об'єктом ідентифікації.

**Метою** статті є встановлення взаємозв'язку між організаційною ідентичністю викладачів університету та особливостями уявлення про корпоративну культуру закладу вищої освіти.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** В основу емпіричного дослідження покладено парадигмальний підхід до вивчення корпоративної культури Л. Константина; сутність (характер) корпоративної культури визначається тим образом (моделлю), який містить у собі сукупність базових уявлень співробітників про те, що таке організація, якою вона може бути, а також спосіб сприйняття та осмислення організаційної дійсності. Відповідно до підходу Константина, виділяють чотири моделі (типи) корпоративної культури (Липатов, 2005).

1. *Закрита модель* характеризується стабільністю та постійністю, застосуванням встановлених жорстких правил, суворим розподілом ролей з ієрархічною організацією влади, невисокою якістю зворотного зв'язку адміністрації із співпрацівниками. Керівник є лідером авторитарного типу, схильним до створення системи повного підпорядкування, одноосібно приймає рішення, контролює виконання розпоряджень та застосовує санкції на свій розсуд.

2. *Випадкова модель* орієнтована на нововведення, високу готовність до змін, індивідуальну творчість та нонконформізм. Рамки закладу вищої освіти задані формальним чином, відсутня чітка фіксація ролей. Члени колективу проявляють незалежність та переслідують свої інтереси. Характерною є спонтанність у комунікаціях, отриманні інформації та у прийнятті рішень. Ефективним керівником тут виступає ліберальний лідер, який довіряє людям та вважає, що вони здатні виконати свою роботу.

3. *Відкриту модель* корпоративної культури представлено рівними статусами, правами, інформованістю та відповідальністю членів колективу, які приймають рішення та розподіляють ролі на основі досягнення консенсусу. Доступ до інформації є відкритим, стосунки будуються на основі співпраці та готовності до діалогу. Лідер є фасилітатором, який допомагає колективу зрозуміти спільну мету, спрямовує перемовини у потрібному напрямі. У нього виявляється прагнення делегувати свої повноваження та розділити відповідальність.

4. При *синхронній моделі* корпоративної культури розподіл функцій та прийняття рішень відбувається стихійним образом, без переговорів, статуси учасників робочого процесу визначаються їх внеском до спільної справи та роллю у закладі. Основа діяльності – узгодженість на основі домовленості, спільних цілей, гармонії, що спирається на єдність цінностей. Керівником тут стає людина харизматичного типу, яка здатна своєю силою та енергією залучати та надихати людей на досягнення потрібних результатів.

Методика «Шкала організаційних парадигм» (Л. Константин) містить 25 блоків, кожний з яких є твердженням та чотирма варіантами відповідей. Респондент має на основі порівняння чотирьох варіантів висловлювань обрати те, що на його думку, найкраще характеризує організацію. Твердження з варіантами закінчень є конкретизованими описаннями однієї із чотирьох організаційних моделей (парадигм) – закрита, випадкова, відкрита, синхронна. Наприклад, «1. Наша організація спрямовується... А – сильним керівництвом; В – вільною ініціативою; С – всебічним обговоренням; Д – згодою з загальною ідеєю». Досліджуваному пропонується свій вибір зробити двічі – як він сприймає університет зараз, а також вказати бажаний стан корпоративної культури.

Для вивчення організаційної ідентичності застосовано методу Куна- Макпартленда «Хто Я» (модифікація Юрченка), за інструкцією досліджуваний має написати 10 відповідей на питання «Хто Я?» та 10 відповідей на питання «Який Я?».

Для кількісної оцінки організаційної ідентичності враховано:

- кількість характеристик, які належать до організаційної ідентичності (актуальність організаційної ідентичності);
- рангова позиція (сумарна усереднена рангова позиція) характеристик, які належать до організаційної ідентичності. Нами застосовано «дзеркальну» шкалу, тобто якщо характеристика «викладач» знаходиться на 1 місці, то така характеристика отримує 10 балів, якщо на 2 місці – 9 балів і т.д. (значущість організаційної ідентичності);
- суб'єктивну оцінку організаційної ідентичності (валентність організаційної ідентичності).

У дослідженні взяли участь 46 викладачів закладів вищої освіти у Херсонській області. Статистичне опрацювання здійснено за допомогою програми SPSS (версія 23.0) та «MS Excel». Застосовано методи описової статистики, кореляційний аналіз (коефіцієнт кореляції Спірмена).

Результати оцінювання домінуючого реального та бажаного типу корпоративної культури серед викладачів представлено у таблиці (див. табл. 1).

*Таблиця 1*

***Порівняння реального та бажаного типу організаційної культури у вибірці викладачів (n = 46)***

№ п/п	Моделі корпоративної культури	M	SD
1	Закрита (реальний тип культури)	9,172	3,552
	Закрита (бажаний тип культури)	5,279	2,734
2	Випадкова (реальний тип культури)	3,854	1,436
	Випадкова (бажаний тип культури)	4,271	2,567
3	Синхронна (реальний тип культури)	4,112	1,609
	Синхронна (бажаний тип культури)	3,423	1,755
4	Відкрита (реальний тип культури)	8,765	3,592
	Відкрита (бажаний тип культури)	11,875	3,183

Дані таблиці показують, що у викладачів в цілому склався образ існуючої організаційної культури закритого типу (M = 9.172; SD = 3.552), проте, бажаним типом культури є відкритий (M = 11.875; SD = 3.183).

Незважаючи на те, що викладачі вважають, що тип організаційної культури університету є переважно закритим, слід відзначити прагнення працювати в атмосфері відкритої корпоративної культури. Проте, важливо підкреслити, що викладачі усвідомлюють необхідність структурованості та регламентованості організації роботи, а також чіткого та зрозумілого розподілу ролей, обов'язків та обґрунтованості вимог, які притаманні організаційній культурі закритого типу.

Первинні результати дослідження організаційної ідентичності у викладачів представлено у таблиці (див. табл. 2). У вибірці викладачів відсоток, який вказує на наявність згадування належності до університету є достатньо високим та складає 80,43%. Середній ранг дорівнює 8,5, що свідчить про те, що у житті дорослої людини її зв'язок з організацією, де вона працює, є значущим та вагомим, підтвердженням такого висновку є показник суб'єктивного оцінювання організаційної ідентичності – 1,34 бали. Ми можемо

констатувати, що переважна більшість респондентів залишила без додаткових визначень ті категорії, які позначають належність до університету – викладач, аспірант, завідувач кафедри тощо. Але ж, у тих випадках, коли така характеристика була наявна, вона є позитивною.

Таблиця 2

**Частота, значущість та суб'єктивна оцінка організаційної ідентичності у досліджуваній групі викладачів (n = 46)**

Параметри	Кількісні показники (у %)
Частота згадування належності до університетської спільноти (актуальність)	80,43
Середній ранг організаційної ідентичності (значущість)	8,5
Суб'єктивна оцінка організаційної ідентичності (валентність)	1,34

У наступній таблиці представлено кореляційні взаємозв'язки уявлень викладачів про корпоративну культуру та показником «організаційна ідентичність» (див. табл. 3).

Таблиця 3

**Коефіцієнти кореляції уявлень викладачів про організаційну культуру ЗВО з показниками організаційної ідентичності (n = 46)**

Показники організац. ідентичності	Частота появи категорії, яка характериз. організац. ідентичність (актуальність)	Середній ранг категорій організац. ідентичності (значущість)	Суб'єктивна оцінка організац. ідентичності (валентність)
<b>Моделі корпорат. культури</b>			
Відкрита культура	0,312*	0,318*	0,401*
Випадкова культура	–	–	–
Закрита культура	0,319*	–	–0,323*
Синхронна культура	0,324*	–	–

Нами встановлено наявність позитивних кореляційних зв'язків показника організаційної ідентичності «частота появи категорії, яка характеризує організаційну ідентичність» (актуальність) майже зі всіма моделями корпоративної культури університету за оцінками викладачів: «відкрита культура» ( $r = 0,312$ ;  $p < 0,05$ ), «закрита культура» ( $r = 0,319$ ;  $p < 0,05$ ), «синхронна культура» ( $r = 0,324$ ;  $p < 0,05$ ), тобто можна припустити, що якісні відмінності в оцінюванні переважаючої моделі корпоративної культури майже не впливають на усвідомлення викладачами факту своєї належності до університетської спільноти. Оскільки професійна діяльність є провідною у дорослому віці, то вказування або на належність до професійної категорії («викладач», «біолог», «філолог» тощо), або на посаду («професор», «завідувач кафедри» і т.ін.) є цілком очікуваним у вибірці викладачів.

Проте, статистично значущий кореляційний зв'язок між показником «середній ранг категорії організаційної ідентичності» та «відкритою моделлю» корпоративної культури ( $r = 0,318$ ;  $p < 0,05$ ) свідчить про те, що значущість своєї належності до університету як до організації, підвищується, коли респонденти схильні оцінювати університетське середовище як більшою мірою відкрите, а саме, коли викладачі відчувають підтримку з боку адміністрації, відчувають прив'язаність та прихильність до робочої групи, є залученими до основних процесів, які відбуваються в університеті, у тому числі, до прийняття важливих рішень.

Такі дані узгоджуються з результатами емпіричних досліджень у цій галузі, які показали позитивний вплив організаційної ідентифікації на різні ключові аспекти, що пов'язані із роботою та поведінкою, наприклад, прив'язаність до робочої групи, професійна, рольова ефективність, а також бажані для компанії форми поведінки (Ashforth, Joshi, Anand, & O'Leary-Kelly, 2013; Bartels, Pruyn, Jong, & Joustra, 2007). Крім того, вона впливає на залученість, міру задоволеності роботою, організаційну прихильність, організаційну поведінку, а також на намір залишитися в організації.

З іншими моделями корпоративної культури – «закритою», «випадковою», «синхронною» не встановлено статистично значущих коефіцієнтів кореляції «організаційної ідентичності» (значущістю категорій самовизначення, які пов'язані з організацією, у переліку інших категорій). Цікавими у контексті цілей нашого дослідження є отримані кореляційні зв'язки уявлень викладачів про різні моделі корпоративної культури з показником «суб'єктивна оцінка організаційної ідентичності». Встановлено, що коли респонденти сприймають культуру університету як більшою мірою відкритою, то відповідно, рівень суб'єктивної оцінки своєї організаційної ідентичності є вищим ( $r = 0,401$ ;  $p < 0,05$ ), тобто ми частіше бачимо позитивні характеристики для категорій самоідентифікації («успішний», «досвідчений», «класний», «розуміючий», «якого поважають студенти», «компетентний» тощо). Водночас, коли корпоративна культура університету сприймається як закрита ( $r = -0,323$ ;  $p < 0,05$ ), то зменшується кількість позитивних та нейтральних характеристик у самоописах викладачів («втомлений», «з високим рівнем професійного вигорання», «невпевнений», «завантажений», «напружений» тощо), тобто при жорсткому ієрархічному керівництві, високому рівні вимог до співпрацівника, суворому контролю та оцінюванні роботи, рівень позитивності організаційної ідентичності зменшується.

Наші результати підтверджують емпіричні дослідження (Bhattacharya, Elsbach, 2002; Blader, Patil, & Packer, 2017) стосовно передумов організаційної ідентифікації: відмітні ознаки організації, зовнішній престиж, міра контакту між співробітником та організацією, рівень підтримки, важливість комунікацій; крім того, можливість кар'єрного зростання, підтримка та розуміння керівництва, розширена мережа комунікацій також позитивно впливають на формування організаційної ідентифікації. Також було встановлено, що рівень ідентифікації співробітника з корпорацією буде підвищуватися у тому випадку, коли він розуміє, що від нього очікується, і в організації мінімізовані рольові конфлікти та рольова неоднозначність (Dukerick, Kramer, & McLean, 1998; Edwards, 2005; Gautam, R.van Dick, & Wagner, 2004).

Отже, організаційна ідентифікація як специфічна форма соціальної ідентичності заснована на схожості та подібності індивідуальних та організаційних характеристик. При цьому усвідомлення спільних характеристик супроводжується їх оцінкою та емоційним станом, який виникає у зв'язку з цим.

**Висновки і перспективи подальших розвідок.** Визначено, що корпоративна культура є багатоаспектним та багаторівневим явищем, під впливом якого у співпрацівників формується організаційна ідентичність у відповідності до цілей, цінностей, місії організації, що сприяє засвоєнню норм, традицій, правил поведінки та взаємовідносин. З'ясовано, що на думку викладачів, тип корпоративної культури є переважно закритим з високим рівнем формалізації взаємовідносин між всіма суб'єктами освітнього процесу, водночас за оцінками бажаного стану корпоративної культури зафіксовано прагнення викладачів працювати в університетському середовищі з відкритою корпоративною культурою. Констатовано усвідомлення з боку викладачів необхідності структурування, координування, регламентації, нормування спільної роботи закладу вищої освіти. Викладачі і у реальних, і у бажаних оцінках надають перевагу ієрархічним формальним відносинам при оцінюванні стилю управління, лідера університету, цілей, критеріїв оцінювання роботи викладачів, прийняття рішень у невизначених ситуаціях, стилю вирішення конфліктів.

Показано, що значущість та позитивна валентність організаційної ідентичності у вибірці викладачів корелюють із сприйняттям організаційної культури за відкритою

моделлю, що свідчить про більш успішне засвоєння цінностей університетської спільноти у відкритому партнерському середовищі.

Перспективи подальших досліджень полягають у проведенні порівняльного аналізу із особливостями уявлень студентської молоді про корпоративну культуру університету.

### СПИСОК ПОСИЛАНЬ

- Бондарчук, О. І. (2014). Особливості організаційної культури освітніх організацій залежно від самоефективності керівників. *Актуальні проблеми психології. Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія*, (1)41, 13-19.
- Гнезділова, К. М. (2013). Корпоративна культура і соціально-психологічний клімат педагогічного колективу. *Витоки педагогічної майстерності. Серія: Педагогічні науки*, 12, 45-50. Взято з [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vpm\\_2013\\_12\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vpm_2013_12_12).
- Камерон, К., & Куинн, Р. (2001). *Диагностика и изменение организационной культуры*. Санкт-Петербург: Питер.
- Карамушка, Л. М. (2013). Структура організаційної культури: основні напрямки дослідження. *Актуальні проблеми психології. Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія*, 1(37), 3-6.
- Шейн, Э. (2007). *Организационная культура и лидерство*. Санкт-Петербург: Питер.
- Ashforth, B. E., Joshi, M., Anand, V., & O'Leary-Kelly, A. M. (2013). Extending the expanded model of organizational identification to occupations. *Journal of Applied Social Psychology*, 43, 2426-2448.
- Bergami, M., & Bagozzi, R. P. (2000). Self-categorization, affective commitment and group and self-esteem as distinct aspects of social identity in the organization. *The British Journal of Social Psychology*, 39, 555-557.
- Blader, S. L., Patil, S., Packer, D. J. (2017) Organizational identification and workplace behavior: More than meets the eye. *Research in Organizational Behavior*, 37, 19-34.
- Blynova, O., Lappo, V., Kalenchuk, V., Agarkov, O., Shramko, I., Lymarenko, L., & Popovych, I. (2020). Corporate culture of a higher education institution as a factor in forming students' professional identity. *REVISTA INCLUSIONES*. Vol. 7. Numero Especial Julio-Septiembre, 481-496.
- Elsbach, K. D., & Bhattacharya, C. B. (2001). Defining who you are by what you're not: Organizational disidentification and the National Rifle Association. *Organization Science*, 12, 393-413.
- Edwards, M. R., & Peccei, R. (2010). Perceived organizational support, organizational identification, and employee outcomes: Testing a simultaneous multifoci model. *Journal of Personnel Psychology*, 9(1), 17-26.
- Epitropaki, O. (2013). 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*, 34(1), 65-86. DOI: 10.1002/job.1793
- George, E., & Chattopadhyay, P. (2005). One foot in each camp: The dual identification of contract workers. *Administrative Science Quarterly*, 50(1), 68-99.
- Gibney, R., Zagenczyk, T. J., Fuller, J. B., Hester, K., & Caner, T. (2011). Exploring organizational obstruction and the expanded model of organizational identification. *Journal of Applied Social Psychology*, 41(5), 1083-1109.
- He, H., & Baruch, Y. (2010). Organizational Identity and Legitimacy under Major Environmental Changes: Tales of Two UK Building Societies. *British Journal of Management*, 21(1), 44-62.
- He, H., & Brown, A. D. (2013). Organizational identity and organizational identification: A review of the literature and suggestions for future research. *Group and Organizational Management*, 38(1), 3-35.
- Riketta, M. (2005). Organizational identification: A meta-analysis. *Journal of Vocational Behavior*, 66(2), 358-384. DOI:10.1016/j.jvb.2004.05.005.

## REFERENCES

- Bondarchuk, O. I. (2014). Osoblyvosti orhanizatsiinoi kultury osvitnikh orhanizatsii zalezno vid samoefektyvnosti kerivnykiv [Features of organizational culture of educational organizations depending on the self-efficacy of leaders]. *Aktualni problemy psykholohii. Orhanizatsiina psykholohiia. Ekonomichna psykholohiia. Sotsialna psykholohiia*, 1(41), 13-19. [in Ukrainian].
- Hnezdilova, K. M. (2013). Korporatyvna kultura i sotsialno-psykholohichni klimat pedahohichnoho kolektyvu [Corporate culture and socio-psychological climate of the teaching staff]. *Vytoky pedahohichnoi maisternosti. Serii: Pedahohichni nauky*, 12, 45-50. Vzyato z [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vpm\\_2013\\_12\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vpm_2013_12_12). [in Ukrainian].
- Kameron, K., & Kuinn, R. (2001). *Diagnostika i izmenenie organizatsionnoy kulturyi [Diagnosis and change of organizational culture]*. St. Petersburg Peter. [in Russian].
- Karamushka, L. M. (2013). Struktura orhanizatsiinoi kultury: osnovni napriamky doslidzhennia [The structure of organizational culture: the main areas of research]. *Aktualni problemy psykholohii: Orhanizatsiina psykholohiia. Ekonomichna psykholohiia. Sotsialna psykholohiia*, 1(37), 3-6. [in Ukrainian].
- Sheyn, E. (2007). *Organizatsionnaya kultura i liderstvo [Organizational culture and leadership]*. St. Petersburg Peter. [in Russian].
- Ashforth, B. E., Joshi, M., Anand, V., & O'Leary-Kelly, A. M. (2013). Extending the expanded model of organizational identification to occupations. *Journal of Applied Social Psychology*, 43, 2426-2448. [in English].
- Bergami, M., Bagozzi, R. P. (2000). Self-categorization, affective commitment and group and self-esteem as distinct aspects of social identity in the organization. *The British Journal of Social Psychology*, 39, 555-557. [in English].
- Blader, S. L., Patil, S., & Packer, D. J. (2017). Organizational identification and workplace behavior: More than meets the eye. *Research in Organizational Behavior*, 37, 19-34. [in English].
- Blynova, O., Lappo, V., Kalenchuk, V., Agarkov, O., Shramko, I., Lymarenko, L., & Popovych, I. (2020). Corporate culture of a higher education institution as a factor in forming students' professional identity. *REVISTA INCLUSIONES*. Vol. 7. Numero Especial Julio-Septiembre, 481-496. [in English].
- Elsbach, K. D., & Bhattacharya, C. B. (2001). Defining who you are by what you're not: Organizational disidentification and the National Rifle Association. *Organization Science*, 12, 393-413. [in English].
- Edwards, M. R., & Peccei, R. (2010). Perceived organizational support, organizational identification, and employee outcomes: Testing a simultaneous multifoci model. *Journal of Personnel Psychology*, 9(1), 17-26. [in English].
- Epitropaki, O. (2013). 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*, 34(1), 65-86. doi:10.1002/job.1793. [in English].
- George, E., & Chattopadhyay, P. (2005). One foot in each camp: The dual identification of contract workers. *Administrative Science Quarterly*, 50(1), 68-99. [in English].
- Gibney, R., Zagenczyk, T. J., Fuller, J. B., Hester, K., & Caner, T. (2011). Exploring organizational obstruction and the expanded model of organizational identification. *Journal of Applied Social Psychology*, 41(5), 1083-1109. [in English].
- He, H., & Baruch, Y. (2010). Organizational Identity and Legitimacy under Major Environmental Changes: Tales of Two UK Building Societies. *British Journal of Management*, 21(1), 44-62. [in English].
- He, H., & Brown, A. D. (2013). Organizational identity and organizational identification: A review of the literature and suggestions for future research. *Group and Organizational Management*, 38(1), 3-35. [in English].

Ricketta, M. (2005). Organizational identification: A meta-analysis. *Journal of Vocational Behavior*, 66(2), 358-384. doi:10.1016/j.jvb.2004.05.005. [in English].

## THE INFLUENCE OF ORGANIZATIONAL IDENTITY ON TEACHERS' EVALUATION OF THE UNIVERSITY'S CORPORATE CULTURE

**Olena Blynova**

Doctor of psychological sciences, Full professor,  
Head of the Department of Psychology,  
Kherson State University  
<https://orcid.org/0000-0003-3011-6082>

**Valentina Kalenchuk**

Postgraduate of Department Psychology,  
Kherson State University  
<https://orcid.org/0000-0002-6550-8169>

DOI <https://doi.org/10.35619/prapr.v1i18.297>

**Abstract.** *The aim of the study is to establish the interconnection between the organizational identity of university teachers and the ideas' peculiarities about the higher education institution's corporate culture.*

**Methods.** *The paradigmatic approach to the study of corporate culture by L. Constantine is the basis of empirical research. The method consists of 25 blocks, each of them is a statement with four possible answers, which describe four organizational models (paradigms) – closed, random, open, synchronous. To study organizational identity, the method "Who I Am" by M. Kuhn-McPartland has been applied. For the quantitative evaluation, the indicators of relevance, significance, and valency are taken into account.*

**Results and conclusions.** *It has been defined that the corporate culture is a multidimensional and multilevel phenomenon, under influence of which the employees' organizational identity is formed according to the organization's goals, values, mission, which contributes to the adoption of norms, traditions, rules of behavior and relationships.*

*It has been found that, according to the teachers' opinions, the type of corporate culture is mostly closed with a high formalization level of relations between all subjects of the educational process. At the same time, according to the evaluation of the corporate culture's desired state, the teachers' aspiration to work in a university environment with an open corporate culture has been fixated. In both actual and desired assessments, the teachers prefer hierarchical formal relationships when evaluating the management style, university leader, goals, assessment criteria for the teachers' work, decision making in uncertain situations, conflict resolution style. It has been indicated that the significance and positive valency of organizational identity, which the teachers' sample has, correlate with the organizational culture perception according to the open model, which indicates a more successful adoption of the university community's values in an open partnership environment.*

*The perspectives for further research are to conduct a comparative analysis with the peculiarities of the student youth's ideas of the university's corporate culture.*

**Keywords:** *corporate culture, organizational culture, organizational identity, university, academic staff, the university community's values.*

*Стаття надійшла до редакції 4.05.2022 р.*