

тике [Текст] / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж, 2001. – 215 с. 21. Поппер К. Логика и рост научного знания [Текст] : [избранные работы] / К. Поппер. – М., 1983. – 606 с. 22. Рубинштейн С. Л. Бытие и сознание [Текст] / С. Л. Рубинштейн. – М. : Изд-во АН СССР, 1957. – 327 с. 23. Рубинштейн С. Л. Человек и мир [Текст] / С. Л. Рубинштейн. – М. : Наука, 1997. – 191 с. 24. Сартр Ж.-П. Бытие и ничто: Опыт феноменологической онтологии [Текст] / Ж.-П. Сартр ; [пер. с франц., предисл., примеч. В. И. Колядко]. – М. : Республика, 2000. – 639 с. 25. Фейерабенд П. Избранные труды по методологии науки / П. Фейерабенд ;

[общ. ред. и вступ. ст. И. С. Нарский, пер. с англ. и нем. А. Л. Никифоров]. – М. : Прогресс, 1986. – 544 с. 26. Хайдеггер М. Бытие и время [Текст] / М. Хайдеггер. – М. : Ad Marginem, 1997. – 452 с. 27. Шпет Г. Г. Явление и смысл [Текст] / Г. Г. Шпет. – Томск : Издательство "Водолей", 1996. – 192 с. 28. Языковая картина мира и системная лексикография [Текст] / В. Ю. Апресян, Ю. Д. Апресян, Е. Э. Бабаева, О. Ю. Богуславская, Б. Л. Иодмин ; [отв. ред. Ю. Д. Апресян]. – М. : Языки славянских культур, 2006. – 911 с.

Надійшла до редколегії

А. Трофімов, канд. психол. наук

## ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО РОЗУМІННЯ СУТНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ПРИХИЛЬНОСТІ

*Аналізуються підходи до феномену організаційної прихильності персоналу. Особлива увага приділяється розробкам російських та американських дослідників. Analyzes approaches to the phenomenon of organizational commitment of staff. Particular attention is given to developments of Russian and American researchers.*

Проблематика організаційної прихильності сьогодні набуває все більшої актуальності завдяки усвідомленню важливості людського фактору в успішності та ефективності діяльності організації. За даними багатьох досліджень, людина, яка є прихильною, лояльною, залученою до діяльності своєї компанії, демонструє вищі показники успішності та мотивованості зокрема. Однак, незважаючи на цей зростаючий інтерес, тематика організаційної прихильності залишається здебільшого відкритою та мало дослідженою. Вже розроблено низку теорій, які розкладають організаційну прихильність на складові, пояснюючи, що саме її формує; однак питання, чи можливо викликати прихильність, впливаючи виключно на особистісні фактори, не змінюючи ситуаційних, і досі є актуальним.

Вітчизняні дослідники розділилися у поглядах на організаційну прихильність. Підхід з позиції отримання безпеки є одним з найрозвинутіших. Він констатує той факт, що на початку взаємодії підлеглого з організацією прихильність є потенційно зникаючою. А отже, головною метою підходу є виявити маркери зникаючої прихильності, яка може призвести до отримання організацією збитків. Велике значення приділяється процесу підбору персоналу з метою оцінити надійність претендента. Цьому присвячені також такі діагностичні процедури як аналіз інформації, отриманої від колег, тестування та часті перевірки, фотографування робочого часу, контролювання приміщень та навіть поліграф та інші. Цей підхід визначає прихильність від зворотного, – це така поведінка співробітника, яка не спричиняє збитків організації. Критика цього підходу спирається на думку, що подібні жорсткі умови праці не сприяють розвитку організаційної культури та добровільності в діях працівників.

Поняття потенційної вигоди як нового аспекту теорії безпеки ввів К. В. Харський [15, 16]. Він визначає лояльність (прихильність) як почуття відданості по відношенню до організації, здатність та готовність примиритися з одними вимогами та глибоко прийняти інші.

Ступінь добровільності у виконанні законних правил та процедур як міру лояльності пропонує І. Г. Чумарін [18].

Опитавши HR-менеджерів у крупних російських компаніях, О. Батурина виявила відмінності у поглядах на лояльність залежно від посади. Звичайний співробітник під лояльністю розуміє позитивне або нейтральне ставлення до організації, тоді як для керівника лояльність – це сумлінне виконання всіх доручень, дружні стосунки з колективом, наявність командного духу.

У науковій літературі також поки не вироблено однозначного розуміння, що таке "організаційна лояльність". Підходи можна розділити на дві групи. До першої відносяться спроби висунути власну концепцію лояльності, до другої – варіанти перегляду і адаптації основних західних підходів.

Зокрема, до першої групи можна віднести підхід Л. Г. Почебут та О. Е. Корольової, які розглядають лоя-

льне ставлення службовців до організації як установку (аттитюд) [12, 13]. При цьому "лояльний" означає той, що "тримається у межах законності, коректно і доброзичливо ставиться до тієї організації, в якій він працює". Лояльне ставлення трактується і як мотивація людини працювати на користь організації, відстоювати її інтереси в різних сферах бізнесу.

О. С. Дейнека при визначенні лояльності підкреслює наявність взаємних зобов'язань між працівниками і працедавцем: "працівники платять своєю лояльністю, а керівництво піклується про їх добробут і задоволення їх особистих потреб". Автор також використовує в даному контексті поняття міжгрупової ідентифікації, коли лояльність до своєї групи (компанії) означає відчуження від інших груп [2].

Досліджуючи феномен лояльності персоналу в конфліктологічному ключі, Т. Н. Чистякова і Н. В. Моїсеєнко визначають лояльного співробітника як людину, яка "ідентифікує себе з організацією, де вона працює, пов'язує з діяльністю в ній свої успіхи і невдачі у всіх сферах свого життя" [17]. Лояльність персоналу розуміється дослідниками як готовність співробітника відповідати корпоративним очікуванням; формувати способи поведінки виходячи з рамок, заданих організацією або керівництвом; стійкість до провокуючої дії ззовні; дотримання раніше прийнятих домовленостей; внутрішнє ухвалення особистістю організаційних цілей і цінностей, безоціночне і некритичне ставлення до життя організації.

Ю. Ю. Мілешкина виділяє поведінкові індикатори лояльності, до яких належать: великі витрати часу на роботу, відповідальність, сумлінність; робота співробітника задля мети організації як в сприятливих, так й у несприятливих умовах; дотримання встановлених норм і формальностей; спрямованість на взаємодію з іншими людьми для користі організації; постійний контроль ситуації і творчий підхід до діяльності організації [11].

У 2000 р. В. І. Доміняк, ґрунтуючись на даних дослідження, проведеного серед співробітників і менеджерів різних компаній, запропонував своє визначення даного феномена: лояльність персоналу – це доброзичливе, коректне, щире, шанобливе ставлення до керівництва, співробітників, інших осіб, їх дій, до компанії в цілому; усвідомлене виконання співробітником своєї роботи відповідно до цілей і завдань компанії і на користь компанії, а також дотримання норм, правил і зобов'язань, включаючи неформальні, відносно компанії, керівництва, співробітників і інших суб'єктів взаємодії [3].

До другої групи можна віднести роботи М. І. Магури та М. Б. Курбатової [7-10], Е. У. Доценко [6], Е. У. Сидоренко [14]. Так, наприклад, Е. У. Сидоренко, спираючись на низку зарубіжних концепцій, запропонувала такі визначення основних понять:

- організаційна прихильність – ототожнення людини з компанією, що виражається в прагненні працювати в ній і сприяти її успіху;

- емоційна прихильність – психологічна прихильність співробітника до людей, місця і справи;

- прихильність за розрахунком – прихильність до організації, обумовлена якими-небудь особистими мотивами людини;

- прихильність по боргу – моральні зобов'язання залишатися в організації, виконувати свою роботу і добиватися поставлених цілей.

У свою чергу, М. І. Магура та М. Б. Курбатова у роботі "Сучасні персонал-технології" [7] присвячують організаційній прихильності цілу главу, де розглядають прихильність як конкурентну перевагу в боротьбі за споживача. Власне організаційна прихильність розуміється як "емоційно позитивне ставлення працівника до організації, що припускає готовність поділяти її цілі і цінності, а також напружено працювати в її інтересах". Вони розглядають структуру організаційної прихильності, в рамках якої виділяються:

- ідентифікація – "усвідомлення організаційних цілей як власних";

- залученість – як "бажання здійснювати особисті зусилля, робити свій внесок для досягнення цілей організації";

- лояльність – "емоційна прихильність до організації, бажання залишатися її членом".

Далі ці дослідники розглядають відмінні риси прихильних працівників, а також переваги високого рівня організаційної прихильності персоналу і негативні наслідки низького рівня такої прихильності. Автори умовно виділяють дві групи основних джерел організаційної прихильності: індивідуальні особливості працівників та основні характеристики роботи і робочого середовища. Також розглядаються шляхи формування організаційної прихильності, пропонується алгоритм, що призначений для реалізації стратегії прихильності [7].

Незважаючи на значну кількість зарубіжних публікацій, присвячених цій темі, сама концепція лояльності залишається спірною. Наприклад, дослідники досі не прийшли до єдиної думки, чи є лояльність соціально-психологічною установкою (аттитюдом) або поведінковим патерном. Описи психологічної природи лояльності також розрізняються. При цьому практично всі автори відзначають, що підвищення лояльності корелює із зменшенням вірогідності відходу працівника з компанії.

Поведінковий підхід базується на припущенні про те, що ступінь відповідності між поведінкою людей і їх діями залежить від трьох умов:

- 1) ці дії повинні сприйматися як результат вільного вибору;

- 2) вони повинні бути здійснені публічно;

- 3) відмова від них повинна сприйматися як пов'язана з труднощами і втратами.

Таким чином, поведінковий підхід припускає формування у працівника лояльності в результаті здійснення дій, які згодом не дозволять йому змінити позицію або лінію поведінки.

В рамках поведінкового підходу прихильність (behavioral commitment) розглядається як ступінь готовності працівника продовжувати роботу в компанії, бажання зберігати приналежність до організації, або як схвалювана поведінка, що виходить за рамки формальних корпоративних вимог. В цілому, рівень лояльності визначається як функція витрат і винагород, пов'язаних з приналежністю до певної професії або організації.

Одним з перших дослідників, які запропонували в рамках поведінкового підходу теорію прихильності співробітника по відношенню до організації, був Г. Беккер [3]. Згідно з його теорією, прихильність є результатом певної "ставки", яку робить людина, пов'язуючи "зовнішні інтереси з відповідним напрямом своєї діяльності". Прихильність виникає, коли ці "додаткові

ставки" (side-bet), такі як обумовлені роботою навички, вік або інші чинники, об'єднуються і сприймаються співробітником як накопичені інвестиції в організацію. Прихильність може бути результатом як накопичення інвестицій в організацію, так і скорочення можливостей.

На відміну від Г. Беккера і його послідовників, низка вчених дотримується настановчого підходу і висуває концепцію настановчої прихильності (attitudinal commitment). Під цим терміном розуміється емоційне ставлення співробітника до організації, і прихильність визначається як емоційна реакція, що включає турботу і неспокій за компанію і колег, відчуття приєднання, взаємозалежності або довіри. При цьому прихильність характеризує зв'язок працівника і організації. Так, наприклад, Л. Джуелл [1] пише про відданість організації, що відображає силу зв'язку між людиною і організацією, в якій він працює, зв'язку, що існує в її уявленні.

Настановчий підхід припускає, що прихильність утворюється як комбінація колишнього досвіду роботи, сприйняття організації і особливих характеристик людини. Поєднання цих чинників приводить до виникнення позитивних відчуттів по відношенню до компанії, які потім перетворюються в лояльність. При цьому авторами виділяються три компоненти прихильності:

- 1) ідентифікація (identification) – ухвалення співробітником цілей і цінностей організації як своїх власних;

- 2) залученість (involvement) – психологічне занурення або "розчинення" в своїй робочій діяльності;

- 3) лояльність (loyalty) – відчуття любові і прихильності до організації.

Одне з найбільш поширених в західній науковій літературі визначень прихильності в рамках настановчого підходу належить Л. Портеру [80] і його колегам. Автори визначають її як "готовність співробітника докладати великі зусилля на користь організації, велике бажання залишатися в даній компанії, ухвалення основних її цілей і цінностей". В іншій роботі прихильність визначається як "стан, в якому людина ідентифікує себе з організацією і її цілями і бажає підтримати приналежність до неї, щоб полегшити досягнення цих цілей". Ступінь вираженості прихильності розглядається дослідниками як міра ідентифікації людини з компанією, залученості в її діяльність.

В рамках настановчого підходу до прихильності також існує безліч поглядів на її природу і форми. Найбільшу увагу заслужила концепція афектної (емоційної) прихильності як форми психологічної прихильності до організації, набору виражених позитивних установок стосовно організації.

Базис цієї концепції заклала Р. Кантер [21]. Вона дає таке визначення прихильності: "готовність соціальних акторів віддавати енергію і бути відданими організації" і "додавання емоційного фонду людини до групи". Дослідниця описує три типи прихильності: продовження (continuance), об'єднання (cohesion) і контролю (control). Перший тип пов'язує когнітивну систему людини з соціальними ролями, другий – катексичну (емоційну, енергетичну) з відносинами, третій – оціночну з нормами.

В рамках афектного підходу організаційна прихильність розглядається як відчуття гордості за організацію і бажання приєднатися до неї, емоційна прихильність до організації, ідентифікація і залученість в організацію, ступінь психологічної прихильності до організації.

Концепція моральної (ціннісної) прихильності заснована на інтерналізації організаційних норм, цілей, цінностей, місії і ідентифікації людини з авторитетом організації. Поняття "моральна прихильність" розглядається як частина афектної прихильності і визначається як "ухвалення організаційних цілей і цінностей".

Низка дослідників говорить про нормативну прихильність як ухвалення людиною зобов'язання залишатися в організації. Вони вважають, що прихильність визнача-

ється "цінністю лояльності як такої і зобов'язанням відносно організації". Співробітник продовжує сприяти організації, оскільки вважає, що повинен поводитися саме таким чином, оскільки це "правильно", і такої поведінки від нього чекають. Ця форма прихильності, на думку авторів, відрізняється від афектної, оскільки відображає відчуття зобов'язання працювати в організації, але не завжди включає емоційну прихильність.

Очевидно, що багатозначність в розумінні самого конструкта "організаційна прихильність" створювала певні складнощі при розробці концепції прихильності і її інтерпретації. Тому почали розвиватися інтегровані моделі. В даний час прихильники настановчої концепції поступово приходять до згоди щодо того, що прихильність є багатовимірним конструктом. Але наявні дослідження не дозволяють однозначно визначити компоненти прихильності, встановити передумови і наслідки її виникнення.

Найпоширенішою в даний час стала трикомпонентна концепція, яку висунули Д. Мейер і Н. Аллен [22]: організаційна прихильність в ній визначається як "психологічний зв'язок між службовцем і організацією, що знижує вірогідність того, що службовець добровільно залишить організацію". В рамках цієї концепції виділяються три компоненти прихильності:

1) афектна прихильність: ідентифікація і залученість до організації (у компанії залишаються тому, що хочуть цього);

2) продовжена прихильність: усвідомлення працівниками витрат, що пов'язані з виходом із організації (у компанії залишаються тому, що це вигідно);

3) нормативна прихильність: усвідомлення зобов'язань по відношенню до організації (у компанії залишаються тому, що переживають почуття боргу перед нею).

Мейер і Аллен описують прихильність як психічний стан або відношення (установку). Цей психічний стан має три абсолютно різні складові – афективну (affective commitment), продовжену (continuance commitment) і нормативну (normative commitment), які у свою чергу дозволяють говорити про три форми прихильності [22]. Автори показали, що афективна прихильність розвивається на основі організаційної підтримки і справедливості, особистої значущості і компетентності. Співробітники будуть емоційно прив'язані до організації на основі відчуття, що організація поводить з ними чесно і справедливо. Афективна складова буде також сильною у тих співробітників, хто відчуває, що підтримка працівників і турбота про них є організаційними цінностями; у тих, хто відчуває важливість власного внеску в організацію, цінність власних ідей; а також у тих, хто відчуває, що працює в оточенні, яке дозволяє їм підсилити відчуття власної компетентності.

Розвиток продовженої складової залежить від того, чи існують умови, які підвищують ціну відходу з організації, а також від того, чи усвідомлює співробітник, що ця ціна існує. Передбачається, що продовжена складова формується на основі двох передумов: величини інвестицій, зроблених в організацію (час, зусилля, засоби тощо), і усвідомлення співробітником можливих альтернативних варіантів роботи [22]. Нормативна складова розвивається переважно за допомогою ранньої соціалізації і інтерналізації цінностей.

Всі три форми прихильності мають безпосереднє відношення до того, чи залишиться співробітник працювати в організації. Як наслідки високої прихильності співробітників, Мейер і Аллен в своїй моделі виділили зниження рівня абсентеїзму (відсутність на робочому місці) і високу продуктивність праці.

Пізніше Мейер з співавторами запропонував модель, що пов'язує передумови, кореляти і наслідки прихильності. Під передумовами в даному випадку розуміються чинники, які імовірно впливають на розвиток кожної з трьох форм прихильності, під наслідками – чинни-

ки, на які імовірно впливає сама прихильність, корелятами – змінні, відносно причинно-наслідкових зв'язків серед яких немає згоди дослідників [19, 21].

До передумов прихильності вони віднесли демографічні чинники (вік, стать, освіта, стаж роботи, сімейний стан), індивідуальні відмінності (локус контролю, особиста ефективність), чинники, пов'язані з досвідом роботи (відчуття справедливого ставлення і підтримки з боку організації) тощо. Корелятами признаються залученість до роботи, прихильність до професії і задоволеність (роботою, оплатою, колегами). Як наслідки виділяються зниження плинності кадрів, зменшення абсентеїзму, підвищення продуктивності праці, цивільна організаційна поведінка співробітника, а також зниження вірогідності стресу на робочому місці і зменшення конфлікту між сім'єю і роботою.

На основі аналізу даних різних досліджень Мейер з колегами прийшов до висновку про те, що зв'язок складових прихильності з демографічними характеристиками працівника є слабким, індивідуальні ж відмінності пов'язані з афективною складовою. Чинники, пов'язані з досвідом роботи, корелюють з складовими прихильності значно сильніше, особливо з афективною складовою, при цьому знак кореляції з продовженою складовою відрізняється від знаку кореляції з афективною і нормативною складовими.

Порівняння досліджень, що проводяться в Північній Америці і поза нею, показали, що модель Мейера і його колег дійсно може використовуватися в різних соціально-економічних культурних умовах, хоча і з певними корективами [20].

Аналіз різних підходів до вивчення організаційної прихильності дозволив виділити ряд складових цього конструкту:

1. Емоційне ставлення до організації. Воно може бути як позитивним – відчуття вірності, відданості, гордості тощо (і в цьому випадку відповідає лояльності), так і негативним (відповідає нелояльності).

2. Поділяння і ухвалення цінностей, цілей, норм, правив, процедур, вирішень організації (у основі лежать когнітивні механізми). Тут також можна виділити два полюси, відповідно прихильності і неприхильності.

3. Намір (готовність) діяти певним чином. Позитивний полюс цієї осі найчастіше включає додавання зусиль на користь організації (основних або додаткових) і намір продовжувати роботу в організації.

На думку Доміньяка, намір продовжувати працювати в організації є не компонентом прихильності, а окремим конструктом [4]. Він вважає, що бути лояльним (прихильним) до організації можна і не будучи її співробітником, що частково підтверджується концепцією зовнішньої організаційної прихильності. З іншого боку, виключення з числа компонентів організаційної прихильності наміру продовжувати працювати в організації дозволяє скоротити дистанцію між поняттями клієнтської і організаційної лояльності, а також значно розширити сферу застосування цього конструкта. Така структура відповідає концепції соціально-психологічної установки, що включає емоційну, когнітивну і поведінкову (інтенціональну) складові, і повністю відповідає запропонованому Доміньяком визначенню лояльності (прихильності) [4].

На даний момент існує два підходи до розгляду феномена прихильності – настановчий і поведінковий. В рамках настановчого підходу прихильність визначається як бажання залишатися членом організації, докладати максимальні зусилля на користь організації і ухвалення цінностей організації і її цілей [24]. Поведінковий підхід визначає прихильність як поведінку, що співвідноситься з діями людини, спрямованими на продовження роботи в організації [1].

Загальним для всіх цих поглядів є те, що прихильність – це психологічний стан, який: характеризує взаємозв'язок співробітників і організації (1); пов'язано з рішенням з приводу того, продовжувати або не продовжувати членство в організації (2).

На даний момент настановчий підхід до прихильності є більш розробленим, а методики, вживані в рамках даного підходу, – більш обґрунтованими і перевіреними. У різних моделях цього підходу прихильність досліджувалася як одновимірний [23], тривимірний [22] і навіть п'ятивимірний конструкт [5].

**Висновки.** Ми пропонуємо розглядати організаційну прихильність як ставлення працівника до організації, соціально-психологічну установку, що характеризує зв'язок працівника з організацією і визначає його силу. Організаційна прихильність як соціально-психологічна установка включає емоційний, когнітивний і поведінковий компоненти, причому останній представлений в інтенційній формі, тобто у формі наміру діяти певним чином. До емоційної складової відносяться відчуття і емоції, що переживаються людиною по відношенню до організації. До когнітивної складової відноситься розділення і ухвалення організаційних цінностей, цілей, норм, правив, процедур, рішень тощо. До поведінкової (інтенціональної) складової відноситься готовність докласти зусиль на користь організації.

Разом з тим доводиться констатувати, що в даній галузі досліджень стала методологічна традиція поки не склалася, велика кількість феноменологічних описів і вирішень проблеми механізмів розвитку організаційної прихильності на практиці вказує на існування змінних, що не позначені науковою рефлексією, чекають свого виявлення, наукової систематизації і аналізу. Питання про психологічні структури, які визначають розвиток організаційної прихильності, залишається предметом наукових дискусій.

1. Джуэлл Л. Индустриально-организационная психология. Учебник для вузов / Л. Джуэлл. – СПб.: Питер, 2001. – 720 с. 2. Доминьяк В.И. Лояльность. Официальный сайт <http://www.dominiak.ru>. 3. Доминьяк В. И. Различные подходы к феномену лояльности и безопасность организаций / В. И. Доминьяк // Теория и практика становления и развития школы безопасности (научные, учебные, методические и организационные аспекты). Сборник тезисов докладов всероссийской научно-практической

конференции. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2001. – С. 31-32. 4. Доминьяк В. И. Организационная лояльность: модель реализации ожиданий работника от своей организации: дис. ... канд. психол. наук / В. И. Доминьяк. – СПб., 2006. 5. Доминьяк В. И. Организационная лояльность: основные подходы / В. И. Доминьяк // Менеджер по персоналу. – 2006. – № 4. – С. 34-40. 6. Доценко Е. В. Измерение приверженности персонала компании с помощью опросной методики / Е. В. Доценко // Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции "Психология бизнеса: управление персоналом в государственных организациях и коммерческих структурах". Ч. 2. – СПб.: ГП "ИМАТОН", 2001. 7. Магура М. И. Современные персонал-технологии. Глава 9. Организационная приверженность / М. И. Магура, М. Б. Курбатова // Управление персоналом. – 2001. – № 6. – С. 45-50. 8. Магура М. И. Приверженность работников своей организации: автореф. дис. ... / М. И. Магура. – Москва, 1999. 9. Магура М. И. Патриотизм персонала по отношению к своей организации – решающее конкурентное преимущество / М. И. Магура // Управление персоналом. – 1998. – № 11. – С. 20-27. 10. Магура М. И. Оценка работы персонала / М. И. Магура, М. Б. Курбатова. – М.: ЗАО "Бизнес-школа "Интеллект". 11. Моргунов Е. Б. Управление персоналом: исследование, оценка, обучение / Е. Б. Моргунов. – М.: Бизнес-школа "Интел-Синтез", 2000. – 264 с. 12. Почебут Л. Г. Организационная социальная психология: Учебное пособие / Л. Г. Почебут, В. А. Чикер. – СПб.: Изд-во "Речь", 2000. – 298 с. 13. Пригожин А. И. Современная социология организации / А. И. Пригожин. – М.: Интерпракс, 1995. 14. Соломанидина Т. О. Организационная культура компании: Учебное пособие / Т. О. Соломанидина. – М.: ИНФРА-М, 2007. 15. Хміль Ф. І. Менеджмент: Підручник / Ф. І. Хміль. – К.: Вища школа, 1995. – 351 с. 16. Чистякова Т. Н. О лояльности, организационных конфликтах и развитии организации (заметки на полях исследования) / Т. Н. Чистякова, Н. В. Моисеенко. – Новая перспектива. – 2000. <http://www.rekruting.ru/pochitat.html?339> (февраль 2006). 17. Чумарин И. Г. Люди и организации: деструктивное противодействие / И. Г. Чумарин // Люди и организации. Сборник тезисов III Всероссийской конференции. – СПб.: ЗАО "ИМАТОН-М", 2000. – С. 63-64. 18. Adler R. Organisational commitment, employees and performance / R. Adler, D. Corson // Chartered Accountants Journal of New Zealand. – 2003. – Vol. 82, N 3. – P. 31-33. 19. Allen N. J. Construct Validation in Organizational Behavior Research: The Case of Organizational Commitment / N. J. Allen, J. P. Meyer // Problems and Solutions in human assessment. – Norwell, MA: Kluwer Academic Publishers, 2000. 20. Aranya N. An empirical study of theories of organizational and occupational commitment / N. Aranya, D. Jacobson // Journal of Social Psychology. – 1975. – Vol. 97. – P. 15-22. 21. Kanungo R. N. Work Alienation / R. N. Kanungo. – New York: Praeger, 1982. – P. 33-41. 22. Neuman G. A. The Relationship between Work-Team Personality Composition and the Job Performance of Team / G. A. Neuman, S. H. Wagner, N. D. Christiansen // Group and Organization Management. An International Journal. – 1999. – Vol. 24. – № 1 (March). – Pp. 28-46. 23. Porter L. W. Organizational commitment, job satisfaction, and turnover among psychiatric technicians / L. W. Porter, R. M. Steers, R. T. Mowday, P. V. Boulian // Journal of Applied Psychology. – 1974. – Vol. 59. – Pp. 603-609. 24. Randall D. M. The behavioral expression of organizational commitment / D. M. Randall, D. B. Fedor, C. O. Loughnecker // Journal of Vocational Behavior. – 1990. – Vol. 36.

Надійшла до редколегії

## ПЕДАГОГІКА

М. Бастун, канд. психол. наук

### КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД В ОСВІТІ ЯК ЗАСІБ СОЦІАЛІЗАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ МАЙБУТНЬОГО ПЕДАГОГА

*У статті розглядаються шляхи соціалізації особистості майбутнього педагога з позицій діалогових та культурологічних підходів до освіти.*

*The article deals with the ways of personality socialization of future teachers from the standpoint of dialogue and cultural approaches to education.*

Сучасне суспільство виробило низку засобів соціалізації особистості. Поряд з іншими засобами, притаманними сучасній європейській культурі, такими як сім'я, мистецтво, ЗМІ та ін., дуже важливу роль відіграє освіта. Зрозуміло, що соціалізація учнів у процесі навчання суттєвим чином залежить від того, якою мірою є соціалізована особистість педагога, якими були особливості перебігу цієї соціалізації. Тому питання соціалізації особистості студента – майбутнього педагога має особливе значення в контексті розгляду школи як одного з найважливіших засобів соціалізації, вироблених суспільством.

Соціалізація являє собою процес засвоєння особистістю характеристик свідомості та поведінки, котрі регулюють її взаємодію з суспільством. Йдеться про засво-

єння нею норм і правил поведінки, котрі диктуються суспільством, схвалюються ним [10, с. 471].

Поза сумнівом, соціалізація являє собою одну з важливих сторін прилучення індивіда до культури. На думку Г. О. Балла, культура утворює єдність специфічно людських функцій – соціальної пам'яті та соціально значущої творчості – і засоби їх реалізації [2]. Відповідно включення індивідів у культуру, в єдності зазначених її сторін, є важливою умовою становлення й розвитку їх особистості, що є головним завданням сучасної освіти. Зазначений автор пропонує "розуміти культуру як таку систему складників і якостей соціального (і соціально обумовленого індивідуального) людського буття, яка – через взаємне опосередкування наступності й творчості, через різно-

© Бастун М., 2012