

12-31-2010

Identifikacija zaposlenih z organizacijo ali s stroko: primer slovenskih računovodij in revizorjev

Eva Repovš

Robert Kaše

Follow this and additional works at: <https://www.ebrjournal.net/home>

Recommended Citation

Repovš, E., & Kaše, R. (2010). Identifikacija zaposlenih z organizacijo ali s stroko: primer slovenskih računovodij in revizorjev. *Economic and Business Review*, 12(5). <https://doi.org/10.15458/2335-4216.1253>

This Original Article is brought to you for free and open access by Economic and Business Review. It has been accepted for inclusion in Economic and Business Review by an authorized editor of Economic and Business Review.

IDENTIFIKACIJA ZAPOSLENIH Z ORGANIZACIJO ALI S STROKO: PRIMER SLOVENSКИH RAČUNOVODIJ IN REVIZORJEV

EVA REPOVŠ*
ROBERT KAŠE**

Koncepta organizacijske in strokovne identifikacije strokovnjaki označujejo za ključni determinanti morale zaposlenih in njihovega vedenja pri delu. Z anketno raziskavo med slovenskimi računovodji in revizorji smo ugotavljali raven obeh konceptov in povezanost med njima. Rezultati kažejo, da se slovenski računovodje in revizorji bolj identificirajo z organizacijo kot pa s stroko, raven obeh identifikacij pa je relativno nizka. Ugotavljamo, da bi morala biti skrb za strokovno identifikacijo zaposlenih v interesu podjetij, saj obstaja med strokovno in organizacijsko identifikacijo pozitivna povezava, iz slednje pa izhajajo pomembne pozitivne posledice za organizacijo. Ti zaključki so pomembni tako za oblikovanje kadrovske aktivnosti (npr. načrtovanje kariere), ki so močno odvisne od objekta posameznikove identifikacije, kot tudi za načrtovanje delovanja strokovnih združenj.

Ključne besede: socialna identiteta, organizacijska identifikacija, strokovna identifikacija, odnos med organizacijsko in strokovno identiteto.

1 UVOD

Organizacijsko in strokovno identifikacijo strokovnjaki označujejo za ključni determinanti morale zaposlenih in njihovega vedenja pri delu (Maneerat, Hale & Singhal, 2003; Gunz & Gunz, 2007). Vsak posameznik je socialno bitje, ki mora osmisliti svoj obstoj v družbi, in pomemben vidik tega osmišljanja izhaja iz posameznikove izbire poklica in drugih aktivnosti, povezanih z delom. Delo je namreč »centralna človekova aktivnost, ne le v smislu celotne količine časa, ki mu jo namenimo, ampak tudi v povezavi s človekovo socialno in osebno identiteto« (Deetz & Mumby, 1990, str. 18).

Številni avtorji (npr. Hall & Schneider, 1972; Mael & Ashforth, 1992) poudarjajo, da je organizacijska identifikacija za organizacije izrednega pomena, saj so zaposleni v prime-

* Eva Repovš, podiplomska študentka, Ekonomska fakulteta, Univerza v Ljubljani

** Robert Kaše, Ekonomska fakulteta, Univerza v Ljubljani

ru, da se identificirajo z organizacijo, pripravljeni iz naslova pripadnosti in predanosti organizaciji storiti več kot zgolj izpolnjevati postavke iz pogodbe o zaposlitvi (npr. Dukerich, Golden & Shortell, 2002) ter tako bistveno bolj prispevajo k doseganju skupnih ciljev. Takšno vedenje se v literaturi obravnava kot vedenje zaposlenih, ki posedujejo »organizacijsko državljanstvo« (angl. *organizational citizenship behavior*).

Kot pomembne pozitivne posledice se v literaturi navajajo sodelovanje, trud, odločanje v korist organizacije (Bartel, 2001; Kramer, 2006; Cheney, 1983), notranja motivacija (npr. van Knippenberg & van Schie, 2000) in delitev informacij (npr. Cheney, 1983). Z organizacijsko identifikacijo se pogosto povezuje tudi zmanjšana namera zapustiti organizacijo (Mael & Ashforth, 1995) in boljša kontrola organizacij nad njihovimi člani (Cheney, 1983). Kontrola je v tem smislu ideološka oz. normativna (Alvesson & Willmott, 2002) in je po mnenju Tompkinsa in Cheney (1985) z menedžerskega vidika manj vsiljiva in učinkovitejša od metod kontrole, ki se zanašajo na zunanje dražljaje.

Vendar pa Schneider, Goldstein in Smith (1995) opozarjajo, da morajo biti organizacije pozorne na to, koliko gojiti in spodbujati identifikacijo z organizacijo, saj bi njena previsoka raven lahko pomenila odpor proti organizacijskim spremembam. Kot negativne implikacije se navajajo še nepretrgana predanost nekemu neuspešnemu organizacijskemu projektu (Haslam et al., 2006), razvoj podzavestnega zaupanja v druge člane, ki lahko vodi k manjši ustvarjalnosti, manjša potreba po posredovanju pri vprašljivem obnašanju, potlačeno nesoglasje, ko se pojavi dvom, ovirano organizacijsko učenje in prilagajanje ter nesposobnost spraševanja o morali organizacijskega vedenja (Dukerich, Kramer & McLean Parks, 1998).

Organizacije se morajo zavedati, da se posameznik identificira tudi s stroko. V preteklosti so se odvijale razprave o tem, ali je možna identifikacija zaposlenih z organizacijo in stroko hkrati, saj naj bi bile poklicne zahteve po avtonomiji in skladnosti s poklicnimi standardi ter obljube do klientov v nasprotju s pripadnostjo oz. zvestobo organizaciji. Danes velja, da ni tako in da posameznik znotraj organizacije oblikuje množstvo identitet. Strokovno identifikacijo v literaturi o karieri zasledimo kot osrednjo temo (Ibarra, 1999; Schein, 1978), saj današnje karijerne poti presegajo okvire organizacije ali celo dejavnosti.

Menimo, da so podjetja v Sloveniji s fenomenom identifikacije premalo seznanjena in mu zato namenjajo premalo pozornosti. Prav tako se tematika ne pojavlja med slovenskimi raziskovalci (z izjemo Podnarja, 2004), ki se ukvarjajo z menedžmentom in organizacijo, čeprav sta pojma organizacijske in strokovne identifikacije v zadnjih dveh desetletjih v svetu vzbudila precejšnje zanimanje raziskovalcev (npr. Russo, 1998; Bamber & Iyer, 2002). V članku želimo obuditi temo organizacijske in strokovne identifikacije v znanstvenoraziskovalnem smislu ter podjetja opozoriti na to, kako pomembni sta proučevani identifikaciji za uspešno delovanje organizacij in razvoj stroke. S pomočjo raziskave želimo ugotoviti, raven katere izmed proučevanih identifikacij prevladuje med slovenskimi računovodji in revizorji, ali obstaja med strokovno in organizacijsko identifikacijo pozitivna povezanost ter ali je raven identifikacije zaposlenih z organizacijo odvisna od njihove delovne dobe v tej organizaciji.

V prispevku bomo najprej predstavili teoretični okvir z vpeljavo pojma identiteta, ki ga bomo nato uporabili za predstavitev procesa identifikacije in njenih vzrokov, pri čemer se bomo oprli na teoriji socialne identitete in samokategorizacije. Teoretični okvir bomo zaključili s proučevanjem povezanosti obeh proučevanih identifikacij in obstojem morebitnega konflikta med njima ter razvojem raziskovalnih hipotez. Sledil bo empirični del, kjer bomo predstavili raziskovalni načrt in preverili veljavnost postavljenih hipotez. Prispevek bomo zaključili z diskusijo rezultatov ter priporočili za prakso in prihodnje raziskovanje na tem področju.

2 TEORETIČNO OZADJE IN HIPOTEZE

2.1 Posameznik in identifikacija

2.1.1 Posameznikova identiteta znotraj organizacije

Vsak posameznik ima svojo osebno identiteto, ki pomeni edinstveno občutenje samega sebe in izhaja iz značajskih lastnosti, sposobnosti in interesov (Postmes & Jetten, 2006, str. 260). V tem prispevku nas bo zanimala predvsem posameznikova socialna identiteta, ki jo je Tajfel (1978, str. 63; 1981, str. 255) opredelil kot »tisti del predstave, ki jo ima posameznik o sebi, ki izvira iz njegove vednosti o tem, kateri socialni skupini oziroma skupinam pripada (angl. *ingroups*), skupaj s pomembnostjo in čustvenim pomenom, ki sta povezana s to pripadnostjo«.

Socialna identiteta, ki si jo posamezniki neke skupine delijo, pripomore k razlikovanju skupin med seboj, medtem ko je osebna identiteta edinstvena v vsakem posamezniku in na ta način med seboj razlikuje tudi člane iste skupine. Tajfel in Turner (1986, str. 16) dodajata, da so socialne identitete »v odnosih in se primerjajo«, kajti člani skupin lahko s primerjanjem članov v skupini s tistimi izven nje (torej skupinami, ki jim ne pripadajo) (angl. *outgroups*) pridobijo vpogled v svojo identiteto tako z opisnega (Kdo smo?) kot tudi vrednostnega vidika (Kako dobri smo?). V tem kontekstu je pomembna skupina, s katero se primerjamo, in situacija, v kateri se primerjamo.

Posebna oblika socialne identitete je organizacijska identiteta, ki pomeni, koliko se posameznik definira v smislu organizacije vključno z vrednostjo, ki jo povezuje s to samodefincijo (Ashforth, Harrison & Corley, 2008). Brunninge (2005) opozarja, da so organizacije v današnjem svetu več kot le socialni kolektivi in jih pogosto obravnavamo kot posameznike z lastno identiteto. Če upoštevamo slednje, lahko ločimo pojmovanje organizacijske identitete kot identitete kolektivnega akterja in identitete zbirke akterjev (Whetten, 2006). Po mnenju Alberta in Whettna (1985) je organizacijska identiteta osrednja, razločevalna in trajna lastnost organizacije: je odgovor kolektiva na vprašanje »Kdo smo kot organizacija?«.

Strokovno identiteto pa avtorji opredeljujejo kot »relativno stabilno in trajno ozvezdje lastnosti, prepričanj, vrednot in izkušenj, v okviru katerih se ljudje definirajo v strokovnih vlogah« (Ibarra, 1999, str. 764).

Posameznikove identitete znotraj neke organizacije torej izhajajo iz osrednjih, razločevalnih in bolj ali manj trajnih vidikov – iz bistva kolektivov, ki jim pripada, in vlog, ki jih opravlja. Vendar pa bodo posamezniki lahko pogosto različno zaznavali, kaj so ta bistva (Ashforth, Harrison & Corley, 2008). Bolj kot posamezniki iste skupine ali vloge delijo med sabo pogled na identiteto in gosteje, kot so prepletene njihove zaznave te identitete, močnejša je identiteta (Cole & Bruch, 2006; Kreiner & Ashforth, 2004) in tako tudi močnost identifikacije.

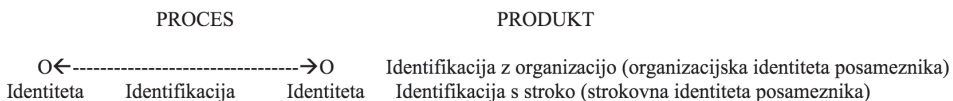
2.1.2 Identifikacija: proces in produkt

Identifikacija je proces vgradnje značilnosti ciljne identitete, torej identitete tarče, s katero se želimo identificirati, v lastno identiteto. Ali povedano drugače, »identifikacija je proces nastajajoče identitete« (Scott, Corman & Cheney, 1998, str. 304). Hkrati je identiteta predpogoj za identifikacijo, saj se moramo najprej vprašati, kdo smo (sem), šele nato lahko identificiramo sebi podobne in tiste, ki bi jim želeli biti podobni.

Dutton, Dukerich in Harquail (1994, str. 239) opredelijo organizacijsko identifikacijo (angl. *organizational identification*) kot »obliko psihološke navezanosti, ki se zgodi, ko člani »posvojijo« določujoče karakteristike skupine kot sebi lastne«, torej takrat, ko posameznikovo samopojmovanje vsebuje značilnosti, ki so enake tistim v zaznani identiteti skupine. Strokovna identifikacija (angl. *professional identification*) pa označuje stopnjo, do katere se zaposleni poistovetijo s stroko, ki ji pripadajo, oziroma s poklicem, ki ga opravljajo, in njegovimi tipičnimi karakteristikami (van Maanen & Barley, 1984).

Poudarek je na dinamiki med posameznikom in tarčo (v našem primeru organizacijo oz. stroko) identifikacije – avtorji opisujejo proces identifikacije kot dinamičen (DiSanza & Bullis, 1999) in turbulenten (Gioia, Schultz & Corley, 2000), vključujoč tako vsakodnevne aktivnosti kot celotno življenjsko izkušnjo (Abrams, 1996), vendar pa iz zgornjih definicij izhaja, da lahko identifikacijo razumemo tudi kot produkt ali stanje. Slika 1 prikazuje obe razumevanji identifikacije, torej kot proces in produkt.

SLIKA 1: *Identifikacija kot proces in produkt*



Večje kot je prekrivanje identitete posameznika z identiteto tarče, večji je potencial za identifikacijo. O potencialu govorimo zato, ker identifikacija ni deterministična, saj posamezniki lahko »izbirajo in zavračajo socialne identitete« (Dutton v Scott & Lane, 2000, str. 49).

Raziskovalci tega področja se pogosto osredotočajo na proces identifikacije bodisi od zgoraj navzdol (angl. top-down process), ko ocenjujejo, kako organizacije vplivajo na

posameznike, bodisi od spodaj navzgor (angl. bottom-up process), kjer posameznik s svojimi mislimi, čustvi in dejanji poskuša premostiti meje med sabo in organizacijo (Ashforth et al, 2008).

Ko posameznik reče »Jaz sem A in to mi je pomembno«, hoče ob tem občutiti nekaj pozitivnega, zato pogosto najde vire ponosa v še tako stigmatizirani skupini ali vlogi; torej zavestno išče razloge, ki bi izzvali pozitivna čustva. Nasprotno lahko tudi s primarnim vesplošnim občutenjem pozitivnega, ki izhaja iz članstva, pridemo do enake trditve: »Jaz sem A in to mi je pomembno« (Ashforth et al., 2008, str. 330). Posameznika lahko torej do identifikacije pripeljejo čustva ali kognicija (Ashforth, 2001), vzajemno pa kognicija in čustva okrepijo identifikacijo (Kessler & Hollbach, 2005).

2.2 Motivi za identifikacijo

Prevladujoči paradigmi, ki sta močno vplivali tudi na kasnejše teorije in proučevanja identifikacije ter razjasnjujeta vprašanje, zakaj se zaposleni sploh identificirajo, sta teorija socialne identitete Tajfla in Turnerja (1979) in iz nje izhajajoča teorija samokategorizacije (Turner, 1989).

Teorija socialne identitete predpostavlja, da ljudje težimo k oblikovanju pozitivne samopodobe (Tajfel & Turner, 1986). Kolikor bolj pozitivno ocenjujemo referenčno skupino, toliko bolj pozitivno bomo lahko ocenjevali samega sebe. Neka oseba se lahko identificira s svojo univerzo, ker prestiž, ki je s to šolo povezan, odseva na njej kot študentu (Cialdini et al., 1976) in se zaradi tega bolj ceni.

Poleg motiva izboljševanja samega sebe (angl. *self-enhancement*) so po mnenju Cooperjeve in Thatcherjeve (2010) prevladujoči motivi posameznika za identifikacijo v obstoječi literaturi še posameznikova želja po razširitvi dojemanja samega sebe (angl. *self-expansion*) – tudi prek povezovanja z drugimi in s pridobivanjem občutka pripadnosti (angl. *belongingness*) neki večji skupini – ter doslednost do samega sebe (angl. *self-consistency*), ki pomeni sposobnost obdržati občutek kontinuitete in celosti prek vrste posameznikovih značilnosti (Shamir, 1991; Swan et al., 1989).

Posameznik poskuša potem, »ko se je opredelil v tem socialnem razporejanju, doseči ali obdržati pozitivno samopodobo tako, da pozitivno razlikuje svoj položaj v skupini s primerjanjem izven skupine na osnovi neke vrednostne dimenzije« (Haslam & Ellemers, 2005, str. 43). Da se pozitivna samopodoba vedno dogaja v primerjavi z nekom – »jaz« nasproti »ne jaz« oz. nasproti povprečja ali večine drugih ljudi ali pa »nas« nasproti »njih« v smislu socialne identitete (s primerjanjem med skupinami) –, opozarjata tudi Augoustinosova in Walker (1996).

Z definiranjem »jaz«, »ne jaz«, »mi« in »oni« pa pravzaprav kategoriziramo, kar v ospredje postavlja teorija samokategorizacije. Kategorizacija pomeni grupiranje dražljajev v različne kategorije, in sicer na podlagi podobnosti z drugimi v tej kategoriji in razli-

kovanja od članov ostalih kategorij. »Socialna kategorizacija je v primerjavi z objektivno kategorizacijo veliko bolj kompleksna, saj so socialni objekti dinamični, variabilni in interaktivni ter zato manj predvidljivi« (Vec, 2007, str. 79). Vendar pa (se) človek kljub temu socialno kategorizira tudi (ali pa prav zato), da bi zmanjšal negotovost. Na potrebo po varnosti in zmanjšani negotovosti se nanaša tudi van Dick (2004), ki pravi, da s tem, ko družbe in organizacije postajajo bolj turbulentne in individualne, organizacijska razmerja postajajo tesnejša in posameznikovo hotenje po neki identifikaciji, ki temelji na delu, se po vsej verjetnosti poveča, saj tradicionalna spokojnost postaja pospešeno nezanesljiva.

Teorija samokategorizacije predpostavlja, da se bodo podobni ljudje (člani iste socialne skupine) v isti situaciji ne le nagibali k temu, da se vedejo na isti način, temveč bodo tudi od drugih, sebi podobnih pričakovali, da se vedejo na isti način v določeni situaciji (Vec, 2007). Po Turnerju (1991) se ljudje vedno vedemo kot člani neke skupine, ne le v tako imenovani socialni resničnosti, pač pa celo ob preizkušanju fizične resničnosti. Fizična resničnost je vse, kar lahko sami neposredno z izkušnjami preverimo (Bečaj, 1995), socialna resničnost pa je tista, ki je ustvarjena kot rezultat socialnega soglasja (Collin, 1997). »Zaznano, pričakovano ali verjetno soglasje drugih podobnih v isti situaciji pomeni za nas potrditev, da je naše vedenje prej posledica delovanja objektivnega sveta kot pa osebnih lastnosti, predsodkov in nagnjenj« (Turner, 1991, str. 161).

Pratt (1998) ugotavlja, da veliko teh motivacij, ki jih raziskovalci imenujejo kot vzroke, da se ljudje identificirajo, sloni v bistvu na povsem osnovnih človekovih potrebah. Če upoštevamo npr. Maslowo (1970) motivacijsko teorijo, je identifikacija povezana praktično z vsemi naštetimi potrebami, razen fizioloških.

2.3 Odnos med organizacijsko in strokovno identiteto

Prvotno je veljalo, da se zaposleni lahko v splošnem (močno) identificirajo le z eno entiteto (Bamber & Iyer, 2002). Če se identificirajo s svojo stroko oz. poklicem – t. i. kozmopolitanci (angl. »*cosmopolitans*«), se ne bodo identificirali z organizacijo – t. i. lokalci (angl. »*locals*«), ali pa bo ta raven identifikacije nizka, in obratno (Gouldner, 1957). Poklicne zahteve po avtonomiji, skladnosti s poklicnimi standardi in obligacije do klientov naj bi bile v nasprotju s pripadnostjo oziroma zvestobo do organizacije (Gunz & Gunz, 2007). Organizacije poskušajo strokovnjake skozi vodenje s cilji in skozi mentorstva izoblikovati v disciplinirane zaposlene, da bi zadovoljile svoje ekonomske cilje. S tem lahko ogrozijo njihovo neodvisnost in zavezo služenju javnemu interesu (Covaleski et al., 1998).

Na podlagi nadaljnjih raziskav (npr. Aranya in Ferris, 1984; Schroeder, 1992) pa novejša literatura zagovarja, da se lahko zaposleni na delovnem mestu hkrati identificirajo z več različnimi tarčami, torej tudi s stroko in organizacijo obenem.

Socialna identiteta posameznika kot celota je kompleksna, sestavljena iz več podidentitet, ki so organizirane v hierarhijo; njihova aktivacija pa je odvisna od situacije in vloge,

v kateri se posameznik znajde (Stryker & Burke, 2000). Ashby (1960) pravi, da nam ta kompleksnost zagotavlja »potrebno raznolikost« (angl. »*requisite variety*«) za spopadanje z izzivi v turbulentnem, včasih dvoumnem svetu, kjer so prehodi med vlogami pogosti, in je funkcionalna tako za posameznika kot za organizacijo. Kompleksnost socialne identitete pa lahko spodbudi sinergije med posameznimi identitetami, tako da začne posameznik bolj integrativno razmišljati (Ramarajan, 2007). Ne nazadnje nam množstvo identitet s povečevanjem širine znotraj skupin in zmanjševanjem pomembnosti katere koli posamezne identitete povečuje strpnost do drugih in zmanjšuje motivacijo za diskriminacijo drugih skupin (Brewer & Price, 2005). Kot trdita Ashforth in Johnson (2001), pa obstaja večja verjetnost, da se bodo posamezniki močneje in pogosteje identificirali z objekti identifikacije nižjega reda, ki zagotavljajo večjo koncentriranost, ekskluzivnost in vključujejo več interakcij med člani.

Če pričakovanja posameznikovega strokovnega dela sovpadajo s pričakovanji organizacije, do organizacijsko-strokovnega konflikta (angl. *organizational-professional conflict*), kot ga poudarjajo prvotni raziskovalci, ne bo prišlo (Lachman & Aranya, 1986). Odločitve, ki jih od zaposlenih pričakuje vodstvo, so hkrati ena izmed izbir, ki jih zapoveduje stroka. Izbrano ravnanje je tako usklajeno s strokovnimi standardi kot z organizacijskimi potrebami (Gunz & Gunz, 2007).

Problem pa se lahko pojavi, če se posameznik identificira tako s stroko kot z organizacijo in takšne izbire, ki bi zadovoljila tako organizacijo kot stroko, ni na voljo, kar lahko pripelje do identitetnega konflikta. »Konflikt identitet (angl. *identity conflict*) je inkonsistenca med vsebino dveh ali več identitet, torej konflikt med njihovimi vrednotami, cilji ali normami« (Ashforth et al., 2008, str. 354). Poudarek je na množstvu identitet znotraj posameznika in ne na konfliktu, ki se pojavi, če neka posamezna identiteta vsebuje nekonkistentne vsebine (t. i. analogni ali konflikt znotraj vlog). Literatura konflikta med vlogami (angl. *interrole conflict*) (Jackson & Schuler, 1985) opisuje, da smo lahko v tem primeru priča poslabšanju identifikacije z enim ali obema izmed objektov identifikacije. Raziskave ugotavljajo, da obstaja več različnih načinov, ki jih posamezniki uporabljajo pri spopadanju z identitetnim konfliktom (Ashforth & Mael, 1989; Breakwell, 1986; Kreiner, Hollensbe & Sheep, 2006; Pratt & Doucet, 2000; Collinson, 2003; Kondo, 1990; Kunda, 1992), in sicer: identitetne zahteve je mogoče ponovno izpogajati; lahko so prevzete zaporedno, tako da se ugodi potrebam glede na dani trenutek; konflikti se lahko rešijo tudi z uklonitvijo najpomembnejši identiteti, in sicer z uveljavljanjem pritiska in z zavestnim zmanjševanjem ali racionaliziranjem neskladnosti. Posameznik lahko identitete površno uresničuje, lahko pa tudi ne naredi ničesar. Konflikt identitet pa ni nujno negativen. Njegovo izkustvo lahko pomaga razjasniti, katere identitete so posamezniku resnično pomembne, in lahko motivira vedenje, usmerjeno k reševanju konflikta (Ashforth et al, 2008).

»Konflikt identitet naj bi bil v organizacijskem okolju endemičen« (Ashforth et al., 2008, str. 354), saj se posameznik v tem okolju identificira s številnimi tarčami, npr. z organizacijo kot celoto, delovnim timom, stroko, oddelkom ipd. Vendar pa je mnogo teh konfliktov, poudarjata Ashforth in Mael (1989), prikritih, minimalnih ali manj pomembnih

in zato za posameznika sprejemljivih. Zaposleni lahko s takšnimi konflikti rutinirano živijo in normalno delujejo v svojem delovnem okolju.

2.4 Razvoj hipotez

Teorija predpostavlja, da je količina časa, ko je oseba aktivno udeležena v organizaciji, pozitivno povezana z identifikacijo (Hall & Schneider, 1972). Dutton et al. (1994) trdijo, da dlje ko nekdo ostaja z organizacijo (v organizaciji), bolj izstopajoče se kaže to članstvo v samokategorizaciji. To nas pripelje do prve hipoteze, ki se glasi:

H1: Daljša kot je delovna doba zaposlenega pri določeni organizaciji, bolj se ta identificira z njo.

Kot smo že ugotovili pri obravnavanju odnosa med obema identitetama, danes velja, da posamezniki pogosto ohranijo multiple, ohlapno združene identitete. Obstoj organizacijske in strokovne identitete hkrati je predpogoj za postavitev druge hipoteze. Za Aranyo et al. (1981) je podjetje pot, po kateri lahko posameznik uresniči svojo strokovnost. Bamber in Iyer (2002) v svoji raziskavi organizacijske in profesionalne identitete med računovodji in revizorji dokažeta, da je profesionalna identiteta računovodij in revizorjev pozitivno povezana z njihovo organizacijsko identiteto. Aranya et al. (1981) menijo, da ko bodo vrednote podjetja skladne z vrednotami stroke, se bo posameznik močno identificiral z obema, s podjetjem in stroko. Torej lahko postavimo drugo hipotezo, in sicer:

H2: Med identifikacijo z organizacijo in identifikacijo s stroko obstaja pozitivna povezava.

Medtem ko se organizacijska identifikacija nanaša na to, koliko se posameznik identificira v smislu organizacije, se identifikacija s stroko oziroma poklicem nanaša na delo, ki ga nekdo opravlja (na primer »Jaz sem zdravnik«), in prototipske karakteristike, pripisane posameznikom, ki to delo opravljajo (van Maanen & Barley, 1984). To delo, bodisi da ga poimenujemo stroka, poklic ali služba, lahko posameznik opravlja za eno ali več organizacij (hkrati, istočasno) in ima za posledico naloge, ki so specifične za določeno organizacijo ali pa bolj generične. Identifikacija s stroko oziroma poklicem torej ni nujno organizacijsko specifična (Mael & Ashforth, 1992).

Ljudje naj bi najprej postali člani poklica oz. stroke, šele nato nekje zaposleni. Posameznik se z izbiro študija zavestno odloči pripadati določeni stroki veliko prej, kot se odloči pripadati določeni organizaciji. Identifikacija, ki je prisotna dlje, pa naj bi bila močnejša, prevladujoča nad neko drugo. Zato se bodo, pravi Drucker (1986), ljudje najprej definirali in identificirali kot člani poklica in ne organizacije. Tudi Aranya, Pollock in Amernic (1981) se strinjajo, da razvoj pripadnosti stroki prednjači pred pripadnostjo kateri koli določeni organizaciji.

Za postavitev tretje hipoteze pa je pomembno tudi vprašanje, zakaj so računovodje in revizorji primerni predstavniki za preučevanje strokovne identifikacije oz. do kolikšne stopnje je njihova stroka profesionalizirana.

Barber (1963) predlaga štiri glavne atribute oz. kazalce stopnje profesionalizacije: splošna znanja, usmerjenost v splošni družbeni interes, ponotranjen etični kodeks ter nagrade in priznanja, ki simbolizirajo strokovne dosežke. Hickson in Thomas (1969) navajata 19 elementov, ki kažejo na profesionalizacijo poklica, med njimi tudi že omenjene štiri. Menita pa, da je že samo dejstvo o obstoju profesionalne institucije ali združenja neke stroke dokaz o relativno visoki stopnji njene profesionalizacije. Lastnost, ki označuje izredno visoko stopnjo profesionalizacije, pa naj bi bila po njunem mnenju certificiranost članov takšne institucije.

Spremljanje razvoja strokovnih institucij in združenj naj bi bila dobra metoda za proučevanje profesionalizacije neke stroke. Kot se strinja tudi Reader (1966, str. 163), je »dvig nekega poklica v strokovno veljavo lahko precej natančno zaznamovan s sklicevanjem na napredek svoje strokovne institucije ali združenja«.

V slovenskem prostoru ima vlogo takšne institucije Zveza računovodij, finančnikov in revizorjev Slovenije (ZRFRS). Ta profesionalna strokovna združba deluje pod takšnim ali drugačnim imenom na območju Slovenije že 54 let¹. Od ustanovitve Republike Slovenije ima Zveza vodilno vlogo pri razvoju stroke². Organizira konference ter seminarje in tečaje o novostih v računovodstvu in reviziji, izvaja svetovalno dejavnost na področju računovodstva in poslovnih financ ter se ukvarja z izdajateljsko dejavnostjo strokovnih revij in drugih publikacij s tega področja. Ena njenih temeljnih nalog je tudi zavzemanje za izvajanje slovenskih računovodskih načel in kodeksa poklicne etike računovodje, ki vključuje varovanje ugleda in poklicne skrivnosti, povečevanje uspešnosti gospodarjenja in skrb za točna poročila ter vzgojo mlajših v stroki (Zveza računovodij, finančnikov in revizorjev, 2007).

Menimo, da bi morala biti stopnja profesionaliziranosti obravnavane stroke zaradi dejstva, da narava dela računovodij in revizorjev zahteva visoko strokovnost, torej neodvisnost in služenje javnemu interesu, relativno visoka. Poleg tega strokovna profesionalna združba te stroke obstaja in aktivno deluje že več kot 50 let.

Na osnovi povedanega postavljamo tretjo hipotezo, ki se glasi:

H3: Računovodje in revizorji se bolj identificirajo s stroko kot z organizacijo.

3. METODOLOGIJA

Postavljene hipoteze smo preverjali s pomočjo podatkov, ki smo jih zbrali z anketo. Anketni vprašalnik je obsegal tri sklope vprašanj. Prvi sklop je zajemal trditve za ugotavlja-

¹ Zveza je bila med najaktivnejšimi članicami Saveza računovoda i finacijskih djelatnika nekdanje Jugoslavije. Danes jo sestavlja 33 društev računovodskih in finančnih delavcev Slovenije ter Društvo revizorjev Slovenije, vodi pa jo upravni odbor.

² L.1993 je pripravila in sprejela prve Slovenske računovodske standarde (SRS) in sodelovala pri njihovih prenovah v letih 2002 in 2006 ter l. 1994 ustanovila Slovenski inštitut za revizijo.

nje organizacijske identifikacije, pri katerih so anketiranci označevali, koliko ta trditev velja zanje oz. ali se s trditvijo strinjajo. Anketiranci so odgovarjali na vprašanja po principu sedemstopenjske Likertove lestvice, opredeljujoč se od (1) „nikakor se ne strinjam“ do (7) „popolnoma se strinjam“. Za merjenje organizacijske identifikacije smo uporabili standardni vprašalnik Maela in Ashforth (1992), ki obsega šest postavk, ki so navedene v Prilogi 1. Drugi sklop je zajemal vprašanja za merjenje identifikacije s stroko. Tako kot Russo (1998) v raziskovanju identifikacije s stroko med novinarji ter Bamber in Iyer (2002) v svoji raziskavi smo preoblikovali teh šest vprašanj tako, da smo spremenili tarčo identifikacije iz organizacije v stroko. Vzporednost trditev za obe tarči identifikacije in enak način odgovarjanja sta zelo primerna zaradi lažje primerjave dobljenih odgovorov, saj anketiranci isto vprašanje (npr. 1a in 1b) razumejo enako, le tarči identifikacije sta različni. Tretji, zadnji sklop anketnega vprašalnika je spraševal po demografskih podatkih anketirancev (spol, starost, stopnja izobrazbe, delovna doba pri trenutnem delodajalcu oz. organizaciji, celotna delovna doba). Skupno je vprašalnik vseboval 18 vprašanj, pri vsakem pa je bilo možno izbrati le en odgovor.

V anketi so sodelovali računovodje in revizorji iz različnih delov Slovenije. Anketni vprašalniki so bili razposlani na več različnih e-poštnih naslovov, nekaj pa jih je bilo razdeljenih v fizični obliki. Pri pošiljanju vprašalnikov po e-pošti smo se obrnili na ZRFRS, ki je anketne vprašalnice posredovala svojim članom, in na nekatera podjetja, pri čemer je bila metoda naslavljanja velikost po številu zaposlenih (računovodij in revizorjev). Od fizično razdeljenih anket jih je bilo vrnjenih 38, kar pomeni 95-odstotno odzivnost, po elektronski pošti pa je prispelo 56 anket. Celotni vzorec je zajemal 94 anketiranih računovodij in revizorjev. Med anketiranimi je bilo 83 % žensk in 17 % moških. Sklepamo, da je spolna struktura anketirancev odraz spolne strukture poklica, ki je pretežno ženski. Starostno strukturo smo razdelili na pet starostnih obdobij. Največ anketirancev je starih od 31 do 40 let (35 %), sledijo stari od 41 do 50 let (27 %), 21 % je starih od 51 do 60 let, 15 % anketirancev je starih od 20 do 30 let, najmanj, le 2 % pa je starejših od 60 let. Največ anketirancev, in sicer 38 %, ima univerzitetno izobrazbo, sledijo tisti s srednješolsko izobrazbo (25 %), 20 % vprašanih ima visokošolsko izobrazbo, 15 % višješolsko, le 2 % anketirancev pa ima magisterij.

Pred preverjanjem hipotez smo opravili test zanesljivosti naših mer – izvedenih spremenljivk, ki smo ju izračunali kot povprečje postavk, ki merijo posamezno vrsto identifikacije. Cronbachov koeficient alfa za postavke organizacijske identifikacije znaša 0,816, za postavke strokovne identifikacije pa 0,868. Prav tako smo s pomočjo t. i. statistike item-total izračunali korelacijski koeficient med posamezno spremenljivko ter vsemi spremenljivkami izbrane mere. Ugotovili smo, da je korelacija pri večini spremenljivk močna, nobena pa ne pade pod 0,3. Na podlagi tega lahko zaključimo, da sta meri, ki ju uporabljamo v naši raziskavi, zanesljivi. V tabeli 1 so prikazane osnovne deskriptivne statistike proučevanih spremenljivk, torej delovne dobe pri trenutnem delodajalcu, ter obeh izvedenih spremenljivk – identifikacije z organizacijo in identifikacije s stroko.

TABELA 1: Osnovne deskriptivne statistike proučevanih spremenljivk

Spremenljivka	N	Mean	St. Dev.	Min	Max
Identifikacija z organizacijo	92	5,0924	1,10038	2,17	7,00
Identifikacija s stroko	94	4,3582	1,34736	1,17	7,00
Delovna doba pri trenutnem delodajalcu (leta)	93	11,68	9,573	0	45

4. REZULTATI

Prvo hipotezo smo preverili z obravnavanjem povezanosti med organizacijsko identifikacijo ter delovno dobo pri trenutnem delodajalcu s pomočjo Pearsonovega koeficienta korelacije.

TABELA 2: Korelacija med mero organizacijske identifikacije in delovno dobo pri trenutnem delodajalcu

	Delovna doba pri trenutnem delodajalcu	
Identifikacija z organizacijo	Pearsonov koeficient korelacije	,378**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	91

** Korelacija je statistično značilna pri 0,01 (2-tailed).

Ugotovili smo, da ta znaša 0,378 (in je statistično značilna) in na podlagi tega lahko trdimo, da med spremenljivkama obstaja šibka korelacija (med 0,3 in 0,5). Prvo hipotezo lahko potrdimo. Daljša kot je delovna doba zaposlenih pri organizaciji, bolj se identificirajo z njo, vendar pa je ta povezanost šibka.

Tudi drugo hipotezo, ki govori o povezanosti med identifikacijo z organizacijo in identifikacijo s stroko, smo preverili s pomočjo Pearsonovega koeficienta korelacije.

TABELA 3: Korelacija med mero organizacijske identifikacije in mero profesionalne identifikacije

	Identifikacija z organizacijo	
Identifikacija s stroko	Pearsonov koeficient korelacije	,547**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	92

** Korelacija je statistično značilna pri 0,01 (2-tailed).

Njegova vrednost med spremenljivko za merjenje identifikacije z organizacijo in spremenljivko za merjenje identifikacije s stroko oz. poklicem znaša 0,574 (in je statistično značilna). Korelacija med spremenljivkama je torej pozitivna in srednje močna. Trdimo

lahko, da med identifikacijo z organizacijo in identifikacijo s stroko obstaja pozitivna povezanost – drugo hipotezo torej potrdimo.

Preverjanje tretje hipoteze smo opravili s preizkusom dvojic, ki je namenjen primerjanju dveh spremenljivk za t. i. odvisna vzorca in temelji na primerjavi njunih aritmetičnih sredin.

TABELA 4: *Preizkus dvojic za mero organizacijske identifikacije in mero identifikacije s stroko oz. poklicem*

		Mean	N	Sig. (2-tailed)
Pair 1	Identifikacija s stroko			
	– identifikacija z organizacijo	-,71739	92	,000

Razlika med aritmetičnima sredinama mere za identifikacijo z organizacijo in mere identifikacije s stroko znaša približno 0,72 in je statistično značilna. Ne moremo torej trditi, da se računovodje in revizorji bolj identificirajo s stroko kot z organizacijo. Špekuliramo lahko, da se računovodje in revizorji celo bolj identificirajo z organizacijo kot s stroko. Tretjo hipotezo torej ovržemo.

Kot lahko vidimo v tabeli 1, se je povprečen odgovor na vprašanja, ki merijo identifikacijo zaposlenih z organizacijo, kjer so trenutno zaposleni, gibal okoli (5) „delno se strinjam“, pri identifikaciji s stroko je bil ta odgovor nižji, in sicer med (4) „neodločen/-a“ in (5) „delno se strinjam“.

5. DISKUSIJA

Prvo hipotezo smo potrdili, kar pomeni, da daljša kot je delovna doba zaposlenega pri določeni organizaciji, bolj se ta identificira z njo. Ker je ta povezanost šibka, sklepamo, da obstajajo drugi dejavniki, ki morda močnejše vplivajo na to identifikacijo. Velik del odgovornosti naj bi po mnenju nekaterih avtorjev (npr. Podnar, 2004) nosila intenzivnost in vrsta komuniciranja, organizacijsko identifikacijo pa naj bi bilo moč upravljati tudi s pravili, vrednotami in strukturo organizacije, ki naj bo takšna, da daje zaposlenim občutek vrednosti, ter s praksami in dejanji organizacije, zaznavanjem njene družbene odgovornosti in pozitivne korporativne identitete (angl. *corporate identity*). V domeni korporativne identitete so »vedenje, komunikacija in simboli, ki so vidni notranji ali zunanji publiki« (Olins, 1978; Birkight & Stadler, 1980; Van Riel & Balmer, 1997).

Organizacije lahko za dosego organizacijske identifikacije svojih zaposlenih uporabijo tudi t. i. metodi odvzemanja pomena in osmišljanja. Odvzemanje pomena (angl. *sense-breaking*) »vključuje temeljno vprašanje o tem, kdo smo, ko je naš občutek o samih sebi izzvan [...], kar ustvari pomensko praznino, ki mora biti zapolnjena« (Pratt, 2000, str. 464). Schwartz (2001, str. 7) razpravo o identiteti začneja z naštevanjem kupa nelogičnih

vprašanj: »Kdo sem? Kaj so moje vrednote in cilji? Kaj je smisel mojega življenja? Po čem se ločujem od ostalih ljudi? Ali res ostajam iz leta v leto ista oseba?« V nasprotju z dajanjem pomena (angl. sensemaking ali sensegiving), ki služi zmanjšanju informacijskega prepada, ga odvzemanje pomena le še bolj poudarja. Te praznine pa motivirajo nadaljnje raziskovanje identitete. Osmišljanje služi kot odgovor na odvzemanje pomena. Med oblike osmišljanja uvrščamo na primer hvalisanje, izraz »mi«, izražanje skrbi nad posameznikom in združevanje proti skupnemu nasprotniku (DiSanza in Bullis, 1999).

Nekateri avtorji (npr. Podnar, 2004) pa vlečejo vzporednice tudi med identifikacijo z organizacijo in identifikacijo z blagovno znamko, kjer ni nujno, da je posameznik aktivno udeležen v organizaciji, da bi se z njo identificiral. Trajna prisotnost tako sploh ni potrebna, čustva in iz njih izhajajoče navdušenje že ob prvem stiku z organizacijo lahko morda izzovejo celo višjo raven identifikacije. Ta namigovanja posredno potrjujeta tudi Hall in Schneider (1972), ko predpostavljata, da raven identifikacije z organizacijo čez čas začne naraščati po padajoči stopnji.

Drugo hipotezo smo potrdili, kar pomeni, da obstaja pozitivna povezanost med identifikacijo z organizacijo in identifikacijo s stroko. Posameznik se običajno odloči, da bo opravljal tak poklic, ki ga zanima, ga ceni, in meni, da ga bo sposoben opravljati – da mu to »dopuščajo« tudi njegove osebne karakteristike in lastnosti. Ljudje smo nagnjeni k identifikaciji s socialnimi skupinami (npr. organizacija) ali vlogami (npr. poklic), saj skozi ta proces definiramo sami sebe, sporočamo to definicijo drugim in skozi njo usmerjamo svoja življenja tako na delovnem področju kot tudi drugje (Cheney & Christiansen, 2001). Kot pravijo Aranya et al. (1981), organizacija predstavlja pot, po kateri zaposleni uresničujejo svoj poklic, svojo strokovnost in tako uresničujejo sami sebe.

Bamber in Iyer (2002) sta v svoji raziskavi med revizorji ugotovila, da je mogoče profesionalno identifikacijo določiti kot vzrok in organizacijsko identifikacijo kot njeno posledico (in med njima obstaja pozitivna povezava), torej bi morala biti skrb za spodbujanje strokovne identifikacije zaposlenih v interesu podjetij, saj s povečanjem identifikacije s stroko raste tudi stopnja identifikacije z organizacijo, s pozitivnimi posledicami slednje pa lahko organizacije izboljšajo svojo uspešnost.

Načrtovanje oziroma menedžment sodobne kariere posameznika je tesno povezan tako z organizacijo in posameznikovo identifikacijo z njo kot s konceptom strokovne identitete, saj sodobne zaposlitve premikajo meje v delovnem, organizacijskem, nacionalnem in celo globalnem smislu, torej močno presegajo zgolj meje organizacije (Arthur, 2008; Hall et al., 2002).

Tretjo hipotezo smo ovrgli, kar pomeni, da ne drži, da se računovodje in revizorji bolj identificirajo s stroko kot z organizacijo. Na podlagi naših rezultatov lahko špekuliramo, da se dogaja ravno nasprotno – bolj se identificirajo z organizacijo, ki jih zaposluje, in ne toliko s stroko. Morda je razlog v tem, da je ne nazadnje le organizacija tista, ki jih »plača«, torej denarno nagradi za njihovo delo. Znano je, da je denar zelo močan dejavnik tudi pri procesu identifikacije, saj v današnjem svetu omogoča človeku normalno eksistenco in

tudi prestiž, ki si ga lahko z denarnimi sredstvi privoščijo, in z njim povezan ugled. To, da se računovodje in revizorji bolj identificirajo s svojo organizacijo kot s stroko, je morda povezano tudi z aferami, ki se vsake toliko časa pojavijo v medijih, o finančnih malverzacijah, friziranju bilanc podjetij in računovodskih prevarah. Ker je v podjetju za pravilnost bilanc odgovorno računovodstvo, pade krivda nanj. Postavi se vprašanje, ali je računovodstvo oziroma revizija v slovenskem prostoru cenjen poklic. Verjetno bi bilo na tem mestu dobro ločiti med omenjenima poklicema, čeprav sta medsebojno povezana. Revizorji naj bi bili neodvisni zunanji strokovnjaki, ki preverjajo pravilnost in poštenost računovodskih izkazov in poročil, ki jih pripravlja računovodstvo podjetja.

Morda je ob dejstvu obstoja obeh obravnavanih identitet oziroma identifikacij hkrati dobro, da ena izmed njiju prevladuje, saj se tako odločitve uklonijo pomembnejši identiteti in ne prihaja do identitetnih konfliktov, če se pričakovanja stroke razlikujejo od pričakovanj organizacij. Vendar pa bi si morale organizacije prizadevati za strokovnost svojih računovodij, biti družbeno odgovorne in poskrbeti, da bi pričakovanja organizacije sovpadala s pričakovanji stroke.

Na podlagi rezultatov nizke organizacijske in še zlasti strokovne identifikacije v slovenskem prostoru menimo, da bi bilo dobro zvišati njuno raven, ki je v primerjavi z rezultati podobnih tujih raziskav (npr. Bamber & Iyer, 2002) relativno nizka.

Strokovna združenja, kot kreatorji in promotorji profesionalizacije, naj si prizadevajo za strokovno orientirano kulturo z rednimi usposabljanji in mentorstvi za povečanje učinkovitosti strokovnjakov ter z vzdrževanjem pozitivne podobe v javnih medijih. Skozi mentorstva lahko po mnenju Maela in Ashfortha (1992) prav tako usmerjamo identifikacijo. Kot dejavnik identifikacije pa omenjata tudi nostalgijo. Zaradi nostalgije naj bi ocenjevali preteklo življenje kot boljše (Best & Nelson, 1985; Davis, 1979) in nagnjenost k identifikaciji s stroko, ki smo jo gradili v preteklosti med študijem, naj bi se povečala. Na podlagi tega bi lahko izobraževalnim institucijam predlagali, naj za spodbujanje strokovne identifikacije okrepijo delovanje svojih klubov Alumni in z rednimi aktivnostmi omogočajo članom in stroki več interakcij in s tem več občutka pripadnosti.

Organizacije lahko povečajo identifikacijo svojih zaposlenih s stroko tudi tako, da jim zagotovijo dovolj avtonomije pri odločitvah, saj je prav ta ključna za korektno izvajanje, ki je skladno s standardi stroke (Hall, 1968; Bamber & Iyer, 2002).

Ker smo z raziskavo ugotovili, da je raven identifikacije tako z eno kot z drugo tarčo relativno nizka (tabela 1), bi bilo zanimivo vedeti, kako cenjeni in spoštovani so računovodje in revizorji tako z vidika organizacij kot z vidika splošnega ugleda. Tisto mnenje (bodisi organizacij bodisi splošne javnosti), ki ga zaposleni zaznavajo kot pomembnejšega, bo bolj vplivalo na oblikovanje njihovega mnenja o svoji stroki in nagnjenosti k identifikaciji z njo. Ker pa to, kaj nam je pomembnejše, pogosto povezujemo s tem, kaj je pomembnejše večini, se lahko navežemo na socialno resničnost in sklepamo, da bo računovodjem in revizorjem pomembnejši splošni ugled v javnosti.

Kot reakcijo na rezultate povprečne vrednosti identifikacije si lahko postavimo tudi vprašanje, kolikšna naj bo optimalna raven organizacijske identifikacije, saj kaže, da ravnó iz nje izhajajo pozitivne in negativne posledice identifikacije. Fiol (2001, str. 694) pravi, da »identifikacija vpliva na enotnost in stabilnost organizacijske identitete skozi čas. Močna identifikacija vodi do močne in stabilne organizacijske identitete, medtem ko so rezultat šibke identifikacije razcepljene in spremenljive organizacijske identitete«. Kolikšna mera identifikacije je prava, je zelo težko definirati in je po vsej verjetnosti odvisno tudi od organizacije same. Gossettova (2002) študija o začasnih delavcih govori o možnosti, da organizacije morda ne želijo, da bi se vsi njihovi člani visoko identificirali, predvsem zaradi stroškov, ki so vključeni v doseganje te identifikacije, in težavnosti ob njihovi razrešitvi iz organizacije, potem ko je bila njihova uporabnost izčrpana. Ker govorimo o organizacijah v smislu podjetij, je zaradi prilagodljivosti v okolju z vidika ravni identifikacije še zlasti smiselno izpostaviti strukturo zaposlenih. Razprava o prilagodljivosti organizacij prek prilagodljivosti človeških virov je v strokovni literaturi običajno povezana z modeli jedro-obrobje (angl. *core-periphery models*) (Atkinson, 1984), kjer je varnost zaposlitve zagotovljena samo za jedrno skupino delavcev, ki jih organizacije zaposlujejo za nedoločen čas in predstavljajo ključne zaposlene. Te zaposlene organizacija potrebuje na dolgi rok. Smiselno se torej zdi, da naj organizacija relativno visoko stopnjo organizacijske identifikacije goji pri jedrni skupini zaposlenih, pri t. i. obrobni skupini zaposlenih pa naj bo stopnja nižja.

Na koncu je treba omeniti še omejitve raziskave in priporočila za nadaljnje raziskovanje. Najpomembnejša omejitev je posplošljivost dobljenih rezultatov. V raziskavo je bilo zajetih le nekaj izmed mnogih organizacij, ki v Sloveniji zaposlujejo računovodje in revizorje. Poleg tega se lahko organizacije, v katerih so zaposleni v vzorec zajeti računovodje in revizorji, razlikujejo po uspešnosti in ugledu, kar bi utegnólo vplivati na raven organizacijske identifikacije. V raziskavi smo se osredotočili na odnos med organizacijsko in strokovno identifikacijo kot celotama. Vendar pa je možno prvo razdeliti na več organizacijskih ravni, s katerimi se lahko identificiramo, kot na primer delovni tim ali oddelek. Podobno smo tudi računovodje in revizorje obravnavali kot celoto in ne revizorjev posebej ter računovodij posebej. Zanimivo bi bilo iz proučevane populacije izločiti tiste, ki so bili v procesu izobraževanja specializirani ali certificirani, saj bi pri teh pričakovali višjo raven strokovne identifikacije. Če bi želeli poglobiti razumevanje o odnosu med preučevanima identifikacijama, bi bilo treba podobne raziskave izvesti še pri drugih skupinah strokovnjakov in vrstah poklicev, aktualna pa bi bila tudi raziskava, ki bi proučevala vzročno povezanost med identifikacijo in različnimi oblikami vedenja kot njenimi možnimi posledicami.

LITERATURA IN VIRI

Abrams, D. (1996). Social identity, self as structure and self as process. V W. P. Robinson (ur.), *Social groups and identities: Developing the legacy of Henri Tajfel* (str. 143–167). Oxford, UK: Butterworth-Heinemann.

Albert, S. & Whetten, D.A. (1985). Organizational identity. *Research in Organizational Behavior*, 7, 263–295.

Aranya, N., Pollock J. & Amernic J. (1981). An examination of professional commitment in public accounting. *Accounting, Organizations and Society*, 6, 271–280.

Arthur, M. B. (2008). Examining contemporary careers: A call for interdisciplinary inquiry. *Human Relations* 61(2), 163–186.

Ashby, W. R. (1960). *Design for a brain: The origin of adaptive behavior* (2nd ed.) New York: Wiley.

Ashforth, B. E. (2001). *Role transitions in organizational life: An identity-based perspective*. Mahwah, NJ: Erlbaum.

Ashforth, B. E. & Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *Academy of Management Review*, 14, 20–39.

Ashforth, B. E. & Johnson, S. A. (2001). Which hat to wear? The relative salience of multiple identities in organizational contexts. V M. A. Hogg & D. J. Terry (ur.), *Social identity processes in organizational contexts* (str. 31–48). Philadelphia: Psychology Press.

Ashforth, B. E., Harrison, S. H. & Corley, K. G. (2008). Identification in Organizations: An Examination of Four Fundamental Questions. *Journal of Management*, 34 (3, June), 325–374.

Atkinson, J. (1984). Manpower strategies for flexible organizations. *Personnel Management*, 16 (8), 28–31.

Augoustinos, M. & Walker, I. (1996). *Social cognition*. London: SAGE Publications.

Bamber, E. M. & Iyer, V. M. (2002). Big 5 Auditors' Professional and Organizational Identification: Consistency or conflict? *Auditing: A Journal of Practice and Theory*, 21 (2), 21–38.

Barber, B. (1963). Some problems in the sociology of professions. *Daedalus*, 92(4), 669–688.

Bartel, C. A. (2001). Social comparisons in boundary-spanning work: Effects of community outreach on members' organizational identity and identification. *Administrative Science Quarterly*, 46, 379–413.

Bečaj, J. (1995). Socialna realnost, socialne predstave, socialni konstrukcionizem – v čem je razlika med njimi? *Anthropos*, 27 (5/6), 5–28.

Best, J. & Nelson, E. E. (1985). Nostalgia and discontinuity: A test of the Davis hypothesis. *Sociology and Sociological Research*, 69, 221–233.

Birkigt, K. & Stadler, M. M. (1980). *Corporate Identity, Grundlagen, Funktionen, FaUspielen*. Landsberg am Lech: Verlag Moderne Industrie.

Breakwell, G. M. (1986). *Coping with threatened identities*. London: Methuen.

Brewer, M. B. & Pierce, K. P. (2005). Social identity complexity and outgroup tolerance. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31, 428–437.

Brunninge, O. (2005). *Organisational self-understanding and the strategy process – Strategy dynamics in Scania and Handelsbanken* (JIBS Dissertation Series No. 027). Jonkoping, Sweden: Jonkoping International Business School.

Cheney, G. (1983). On the various and changing meanings of organizational membership: A field study of organizational identification. *Communication Monographs*, 50, 342–362.

Cheney, G. & Christensen, L. T. (2001). Organizational identification: Linkages between internal and external communication. V F. M. Jablin & L. L. Putnam (ur.), *The new handbook of organizational communication: Advances in theory, research, and methods* (str. 231–269). Thousand Oaks, CA: Sage.

- Cialdini, R. B., Borden, R. J., Thorne, A., Walker, M. R., Freeman, S. & Sloan, L. R. (1976). Basking in reflected glory: Three (football) field studies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34, 366–375.
- Cole, M. S. & Bruch, H. (2006). Organizational identity strength, identification and commitment and their relationships to turnover intention: Does organizational hierarchy matter? *Journal of Organizational Behavior*, 27, 585–605.
- Collin, F. (1997). *Social reality*. London: Routledge.
- Collinson, D. L. (2003). Identities and insecurities: Selves at work. *Organization*, 10, 527–547.
- Cooper, D. & Thatcher, S. M. B. (2010). Identification in organizations: The role of self-concept orientations and identification motives. *Academy of Management Review*, 35 (4), 516–538.
- Covaleski, M. A., Dirsmith, M. W., Heian, J. B. & Samuel, S. (1998). The calculated and the avowed: techniques of discipline and struggles over identity in Big Six public accounting firms. *Administrative Science Quarterly*, 43, 293–327.
- Davis, F. (1979). *Yearning for Yesterday: A Sociology of Nostalgia*, New York: Free Press.
- Deetz, S. & Mumby, D. K. (1991). Power, discourse, and the workplace: Reclaiming the critical tradition. V J. A. Anderson (ur.), *Communication yearbook* (str. 18–47). Newbury Park: Sage.
- DiSanza, J. R. & Bullis, C. (1999). "Everybody identifies with Smokey the Bear": Employee responses to newsletter identification inducements at the U.S. Forest Service. *Management Communication Quarterly*, 12, 347–399.
- Drucker, P. (1986). Corporate takeovers – What is to be done? *Public Interest*, 82, 3–24.
- Dukerich, J. M., Golden, B. R. & Shortell, S. M. (2002). Beauty is in the eye of the beholder: The impact of organizational identification, identity, and image on the cooperative behaviors of physicians. *Administrative Science Quarterly*, 47, 507–533.
- Dukerich, J. M., Kramer, R. & McLean Parks, J. (1998). The dark side of organizational identification. V D. A. Whetten & P. C. Godfrey (ur.), *Identity in organizations: Building theory through conversations* (str. 245–256). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dutton, J. E., Dukerich, J. M. & Harquail C. V. (1994). Organizational image and member identification. *Administrative Science Quarterly*, 39, 239–263.
- Fiol, M. C. (2001). Revisiting an Identity-based View of Sustainable Competitive Advantage. *Journal of Management*, 27 (6), 691–699.
- Gioia, D. A., Schultz, M. & Corley, K. G. (2000). Organizational identity, image and adaptive instability. *Academy of Management Review*, 25, 63–81.
- Gossett, L. M. (2002). Kept at arm's length: Questioning the organizational desirability of member identification. *Communication Monographs*, 69, 385–404.
- Gunz, H. & Gunz, S. (2007). Hired professional to hired gun: An identity theory approach to understanding the ethical behaviour of professionals in non-professional organizations. *Human relations*, 60 (6), 851–887.
- Hall, D. T. & Schneider, B. (1972). Correlates of organizational identification as a function of career pattern and organizational type. *Administrative Science Quarterly*, 17, 340–350.
- Hall, D. T., Zhu, G. & Yan, A. (2002). Career creativity as protean identity transformation. V M. A. Peiperl, M. B. Arthur & N. Anand (ur.), *Career Creativity* (str. 159–179). Oxford: Oxford University Press.

- Hall, R. H. (1968). Professionalization and bureaucratization. *American Sociological Review*, 33, 92–104.
- Haslam, S. A. & Ellemers, N. (2005). Social identity in industrial and organizational psychology: Concepts, controversies and contributions. *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, 20, 39–118.
- Haslam, S. A., Ryan, M. K., Postmes, T., Spears, R., Jetten, J. & Webley, P. (2006). Sticking to our guns: Social identity as a basis for the maintenance of commitment to faltering organizational projects. *Journal of Organizational Behavior*, 27, 607–628.
- Hickson, D. J. & Thomas, M. W. (1969). Professionalisation in Britain: A preliminary measurement. *Sociology*, 3, 37–53.
- Ibarra, H. (1999). Provisional selves: Experimenting with image and identity in professional adaptation. *Administrative Science Quarterly*, 44(4), 764–91.
- Jackson, S. E. & Schuler, R. S. (1985). A meta-analysis and conceptual critique of research on role ambiguity and role conflict in work settings. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 36, 16–78.
- Kessler, T. & Hollbach, S. (2005). Group-based emotions as determinants of ingroup identification. *Journal of Experimental Social Psychology*, 41, 677–685.
- Kondo, D. K. (1990). *Crafting selves: Power, gender, and discourses of identity in a Japanese workplace*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kramer, R. M. (2006). Social capital and cooperative behavior in the workplace: A social identity perspective. *Advances in Group Processes*, 23, 1–30.
- Kreiner, G. E. & Ashforth, B. E. (2004). Evidence toward an expanded model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 25, 1–27.
- Kreiner, G. E., Hollensbe, E. C. & Sheep, M. L. (2006). Where is the “me” among the “we”? Identity work and the search for optimal balance. *Academy of Management Journal*, 49, 1031–1057.
- Kunda, G. (1992). *Engineering culture: Control and commitment in a high-tech corporation*. Philadelphia: Temple University Press.
- Lachman, R., & Aranya, N. (1986). Job Attitudes and turnover intentions among professionals in different work settings. *Organization Studies*, 7, 279–293.
- Mael, F. A. & Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13, 103–123.
- Mael, F. A. & Ashforth, B. E. (1995). Loyal from day one: Biodata, organizational identification, and turnover among newcomers. *Personnel Psychology*, 48, 309–333.
- Maneerat, N., Hale, C. L. & Singhal, A., 2003-05-27 „What binds employees to an organization? A study of organizational identification in two Thai organizations“ *Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Marriott Hotel, San Diego, CA Online* <.PDF>. 2009-05-26 from http://www.allacademic.com/meta/pl11800_index.html.
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and Personality*. New York: Harper and Row.
- Olins, W. (1978), *The Corporate Personality: An Inquiry into the Nature of Corporate Identity*. London: Thames and Hudson.

- Podnar, K. (2004). *Ugled, organizacijska identifikacija in zavezanost zaposlenih: doktorska disertacija*. Ljubljana: FDV.
- Postmes, T. & Jetten, J. (2006). Reconciling individuality and the group. V T. Postmes & J. Jetten (ur.), *Individuality and the group: Advances in social identity* (str. 258–269). London: Sage.
- Pratt, M. G. (1998). To be or not to be? Central questions in organizational identification. V D. A. Whetten & P. C. Godfrey (ur.), *Identity in organizations: Building theory through conversations* (str. 171–207). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Pratt, M. G. (2000). The good, the bad, and the ambivalent: Managing identification among Amway distributors. *Administrative Science Quarterly*, 45, 456–493.
- Pratt, M. G. & Doucet, L. (2000). Ambivalent feelings in organizational relationships. V S. Fineman (ur.), *Emotion in organizations*, 2nd ed. (str. 204–226). London: Sage.
- Ramarajan, L. (2007), June. *Who am I? The influence of multiple identities on integrative problem solving*. Paper presented at the Identity and Organization conference. New Haven, CT: Yale University.
- Reader, W. J. (1966). *Professional Men: The rise of the professional classes in nineteenth century England*, London: Weidenfeld and Nicholson.
- Russo, T. C. (1998). Organizational and professional identification: A case of newspaper journalists. *Management Communication Quarterly*, 12, 72–111.
- Schein, E. H. (1978). *Career Dynamics. Matching Individual and Organizational Needs*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Schneider, B., Goldstein, H. & Smith, D. (1995). The ASA framework: An update. *Personnel Psychology*, 48, 747–773.
- Schwartz, S. J. (2001). The evolution of Eriksonian and neo-Eriksonian identity theory and research: A review and integration. *Identity: An International Journal of Theory and Research*, 1, 7–58.
- Scott, C. R., Corman, S. R. & Cheney, G. (1998). Development of a structural model of identification in the organization. *Communication Theory*, 8, 298–336.
- Scott, S. G. & Lane, V. R. (2000). A Stakeholder Approach to Organizational Identity. *The Academy of Management Review*, 25 (1), 43–62.
- Shamir, B. (1991). Meaning, self and motivation in organizations. *Organization Studies*, 12, 405–424.
- Stryker, S. & Burke, P. J. (2000). The past, present, and future of an identity theory. *Social Psychology Quarterly*, 63 (4), 284–97.
- Swann, W., Pelham, B. & Krull, D. (1989). Agreeable fancy or disagreeable truth? Reconciling self-enhancement and self-verification. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 782–791.
- Tajfel, H. (1978). Social categorization, social identity and social comparison. V H. Tajfel (ur.), *Differentiation between social groups: Studies in the social psychology of intergroup relations* (str. 61–76). London: Academic Press.
- Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories: Studies in social psychology*. New York: Cambridge University Press.
- Tajfel, H. & Turner, J. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. V W. Austin & S. Worchel (ur.), *The social psychology of intergroup relations* (str. 33–47). Monterey, CA: Brooks/Cole.

Tajfel, H. & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. V S. Worchel & W. G. Austin (ur.), *Psychology of intergroup relations*, 2nd ed. (str. 7–24). Chicago: Nelson-Hall.

Turner, J. C. (1991). *Social influence*. Buckingham: Open University Press.

Turner, J. C. & Oakes, P. J. (1989). Self-Categorization Theory and Social influence. V P. B. Pualus (ur.), *Psychology of Group Influence* (str. 233–275). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

van Dick, R. (2004). My job is my castle: Identification in organizational contexts. *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, 19, 171–203.

van Knippenberg, D. & van Schie, E. C. M. (2000). Foci and correlates of organizational identification. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73, 137–147.

van Maanen, J. & Barley, S. R. (1984). Occupational communities: Culture and control in organizations. V B. M. Staw & L. L. Cummings (ur.), *Research in Organizational Behavior*, 6, Greenwich, Connecticut: JAI Press.

van Riel, C. B. M. & Balmer, J. M. T. (1997). Corporate identity: the concept, its measurement and management. *European Journal of Marketing*, 31 (5/6), 340–355.

Vec, T. (2007). Teoriji socialne identitete in samokategorizacije. *Psihološka obzorja*, 16 (1), 75–89.

Whetten, A. D. (2006). Albert and Whetten revisited: Strengthening the concept of organizational identity. *Journal of Management Inquiry*, 15(3), 219–234.

Zveza računovodij, finančnikov in revizorjev Slovenije (2007). *50 let Zveze računovodij, finančnikov in revizorjev Slovenije : 1957–2007: zbornik*. Ljubljana : Zveza računovodij, finančnikov in revizorjev Slovenije.

PRILOGA 1: Trditve za mero identifikacije z organizacijo in s stroko

- 1) Ko nekdo kritizira mojo organizacijo/stroko, to občutim kot osebno žalitev.
- 2) Zelo me zanima, kaj si drugi mislijo o moji organizaciji/stroki.
- 3) Ko govorim o svoji organizaciji/stroki, običajno rečem »mi« in ne »oni«.
- 4) Uspehi moje organizacije/stroke so moji uspehi.
- 5) Ko nekdo hvali mojo organizacijo/stroko, to občutim kot osebni kompliment.
- 6) Če bi mediji kritizirali mojo organizacijo/stroko, bi se počutil/-a osramočenega/osramočeno.