

## СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ ТРУДА И ОРГАНИЗАЦИЙ

### СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МАРКЕРЫ КОРПОРАТИВНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

©2020 г. Т.М. Краснянская\*, В.Г. Тылец\*\*

\*Доктор психологических наук, профессор, профессор кафедры социальной и этнической психологии, АНО ВО «Московский гуманитарный университет»; 111395, г. Москва, ул. Юности, 5; e-mail: ktm8@yandex.ru

\*\*Доктор психологических наук, профессор, заведующий международной кафедрой Ватель-РМАТ, ЧОУ ВО «Российская международная академия туризма»; 105613, г. Москва, Измайловское шоссе, 71/4, стр. 5; профессор кафедры психологии и педагогической антропологии, ФГБОУ ВО «Московский государственный лингвистический университет»; 119034, г. Москва, ул. Остоженка, 38; e-mail: tyletsvalery@yandex.ru

Поступила в редакцию 2 сентября 2019 г.

*Аннотация.* В статье представлены результаты эмпирического исследования *социально-психологических средств идентификации безопасности организации*. В качестве гипотезы исследования выступило предположение о существовании массива социально-психологических феноменов, способных выступить маркерами корпоративной безопасности. Предполагалось, что данный массив может быть структурирован на основе группировки этих феноменов, относящихся соответственно к характеристике персонала, организации и ее управления; вне зависимости от места, занимаемого субъектами труда в корпоративной структуре, ведущим маркером корпоративной безопасности для них может являться феномен преданности персонала; субъекты рынка труда, различающиеся местом в корпоративной структуре, склонны использовать определенные социально-психологические феномены в качестве маркеров корпоративной безопасности. Исследование проведено на выборке респондентов численностью 120 человек. В ходе исследования использовались метод экспертной оценки и методика, основанная на методе субъективного шкалирования. По итогам исследования подтверждено, что корпоративная безопасность может оцениваться на основе массива социально-психологических феноменов, выступающих ее маркерами. Оценка корпоративной безопасности может осуществляться на основе анализа феноменов, образующих группы «Феномены персонала», «Феномены корпорации» и «Феномены управления». Ведущим феноменом корпоративной безопасности выступает корпоративная преданность персонала. В качестве ее маркеров могут использоваться следующие феномены – идентификация персонала с организацией, конфликтность персонала, инновационная открытость организации, корпоративная приверженность персонала, традиции коммуникационной открытости организации, структурная устойчивость организации, традиции организации свободного времени персонала и моббинг в организации. Субъекты рынка труда, различающиеся местом в корпоративной структуре, в качестве маркеров корпоративной безопасности используют следующие специфические для них социально-психологические феномены: рядовой персонал – феномены группы персонала,

управленческий персонал и сотрудники отделов по работе с персоналом – феномены группы персонала и управления организацией.

*Ключевые слова:* корпоративная безопасность, оценка, организация, персонал, управление, преданность персонала, идентификация персонала, конфликтность персонала, инновационная открытость, корпоративная приверженность, традиции коммуникационной открытости, структурная устойчивость организации, традиции организации свободного времени, моббинг.

Современная реальность характеризуется глобальной и технологической борьбой за дешевые ресурсы, конкурентоспособное производство и емкие рынки сбыта на фоне расширения в международном масштабе рискогенности среды обитания, изменения логики построения общественного пространства и перестройки властных иерархий. Накопление противоречий в политической, экономической, финансовой, экологической и социальной сферах, возрастание разрушительности последствий криминальных и террористических действий, утрата многих ранее действенных общественных механизмов защиты делают актуальным вопрос повышения сопротивляемости негативным влияниям субъектов различной организационной сложности и целевой направленности (Журавлев, Занковский, 2017). Погруженные в общественные трансформации в качестве субъектов сферы производства и услуг организации устойчиво проявляют потребность в эффективной системе *корпоративной безопасности* вне зависимости от формы собственности и занимаемого рыночного сегмента (Журавлев и др., 2019; George, Jones, 2012; Murphy, Saal, 2013).

*Корпоративная безопасность*, представленная отлаженной системой защиты организации на экономическом, финансовом, правовом, технологическом, социальном и иных уровнях, в настоящее время рассматривается значимым показателем ее благополучия. Выражая собой *защищенность организации* по релевантным для успешной работы направлениям, *корпоративная безопасность выступает объективным основанием для ее стабильного и продуктивного функционирования*, а также *поступательного развития* в рамках выработанной стратегии на пути

реализации заявленной миссии (Краснянская, Тылец, 2011). Как показывают исследования, корпоративная безопасность коррелирует с успешным управлением, сохранением благоприятного социально-психологического микроклимата, достижением высоких стандартов профессиональной деятельности, обретением устойчивых доходов (Бусыгина, 2009б). Наряду с регулятивной, корпоративная безопасность обладает имиджевой функцией: получение организацией репутации высокой защищенности и перспективности повышает ее рыночную стоимость, делает более доступным кредитование, стабилизирует кадровый состав, привлекает высококвалифицированные кадры, инвесторов и партнеров (Родионова, 2011).

Актуальный в этой связи вопрос выявления уровня корпоративной безопасности с нашей точки зрения не имеет однозначного решения, т.к. упирается в выбор ведущего элемента, используемого при построении прогноза развития организации в качестве основания такого прогноза. В зависимости от стоящих перед субъектом оценки задач, статус ведущих для корпоративной безопасности могут приобретать элементы, относящиеся к ее финансовой, правовой, организационной или какой-либо другой сфере (Белова, 2012). Наиболее перспективными элементами оценки безопасности организации со стороны субъектов рынка труда представляются те из них, которые относятся к ее социально-психологической стороне функционирования (Оттич, 2015). Неявно отражая и другие аспекты корпоративной безопасности, они обладают определенной информативностью и для иных субъектов (инвесторов, акционеров, конкурентов, клиентов) ее оценки.

Оценка социально-психологического компонента корпоративной безопасности может проводиться с использованием пакета методик или на основе мнения экспертов. Привлекательность использования последнего варианта как экспресс-метода, позволяющего избежать проведения развернутого исследования, снижается отсутствием на сегодняшний день

достоверных данных о *социально-психологических показателях* безопасности организации, которые могли бы оцениваться экспертами.

*Целью* нашего исследования было изучение социально-психологических феноменов, используемых субъектами рынка труда, занимающими разное место в корпоративной структуре (рядовым персоналом, управленческим персоналом, сотрудниками отделов по работе с персоналом), в качестве маркеров корпоративной безопасности.

### *Современные представления о социально-психологических феноменах как маркерах корпоративной безопасности*

Спектр социально-психологических феноменов, которые могут использоваться в качестве маркеров корпоративной безопасности, исходя из наработок современной науки, может быть достаточно многочисленным.

Значительным потенциалом обладает, в частности, такой социально-психологический феномен как *преданность персонала*. Являясь разновидностью корпоративной установки, преданность персонала может раскрываться как ярко выраженное желание работать в конкретной организации, прилагать максимальные усилия для обеспечения ее интересов. Предполагая глубокое разделение сотрудниками целей и ценностей организации, преданность ей определяется комплексом факторов, среди которых немаловажную роль играют их представления о состоянии организации (Звездина, 2019). Данные представления формируются на основе осмысления разнообразных аспектов ее функционирования с опорой на прямую и косвенную информацию и являются предпосылкой атрибуции ей определенного уровня стабильности и потенциала развития, а с ним – возможности сохранения собственной защищенности (финансовой, социальной, правовой, психологической) и дальнейшей (карьерной, профессиональной) динамики, т.е. корпоративной и персональной безопасности

(Walker, Tracey, 2012). Эмоциональная привлекательность организации, обладающей приемлемым уровнем безопасности, лежит в основе аффективной преданности сотрудников организации (Журавлев, Юревич, 2018; Краснянская, Тылец, 2015; Ovidiu-Iliuta, 2013). В свою очередь, такая преданность способствует снижению конфликтности, текучести кадров, неэффективного расходования рабочего времени, повышению производительности труда и т.д., что немаловажно для повышения уровня корпоративной безопасности.

Практической ценностью при оценке корпоративной безопасности может обладать *феномен идентификации персонала с организацией*, что объясняется заложенной в нем тождестве ценностей, устремлений, идеалов *персонала* и *организации*. Идентификация с организацией сплачивает персонал в единую команду, увеличивая, тем самым стабильность и перспективность деятельности организации, т.е. ее безопасность (Тылец, Краснянская, 2018).

С интересующей нас стороны вероятно может быть рассмотрена также и *конфликтность персонала*, которая на сегодняшний день определяется значимым фактором падения производительности или качества оказываемых организацией услуг, что снижает уровень ее конкурентоспособности в рыночном пространстве (Диденко, 2014). Наряду с этим имеются данные о том, что рассматриваемый феномен вносит дисгармонию в отношения в коллективе и его социально-психологический микроклимат, провоцирует текучесть кадров, падение их преданности, лояльности, забвения традиций, что разрушает организацию изнутри (Журавлев, Вахин, 2018), и также существенно для состояния корпоративной безопасности.

Перспективным для оценки корпоративной безопасности представляется изучение *феномена корпоративной приверженности (лояльности) персонала*. Корпоративная приверженность как поведение персонала проявляется в его готовности принимать требования, установленные в организации, осознанно соблюдать сложившиеся в ней правила даже при отсутствии в отношении них

полностью позитивного субъективного отклика (Rumasukun et al., 2015). Формируясь на основе ожиданий работника в отношении организации, выстроенных под влиянием рефлексии им ее прошлого успеха, текущего благополучия и прогнозируемых достижений, корпоративная приверженность с точки зрения перспектив корпоративной безопасности отражается позитивно на его установках и поведении.

*Традиции соблюдения организацией коммуникативной открытости* также могут выступить маркером ее безопасности. Формируя позитивный имидж, они привлекают к организации кадры, клиентов, инвесторов, обеспечивая соответствующие аспекты ее стабильности и развития (Сидорская, Альшевская, 2015). Значительный пласт безопасности поддерживает свойственная коммуникативной открытости способность к нейтрализации слухов, что позитивно отражается на внутренней и внешней среде функционирования организации. В свою очередь, необходимость соблюдения коммуникативной открытости профилактирует многие аспекты, связанные с персоналом, руководством, регламентом труда, а также вознаграждениями, качеством товаров и услуг и др., нарушения в регуляции которых способны дестабилизировать деятельность организации и ее безопасность.

Определенным потенциалом для оценки состояния корпоративной безопасности может обладать *феномен моббинга* в организации. Представляя собой намеренное агрессивное преследование в ней одного члена коллектива со стороны другого в форме издевательств, оскорблений или насилия, он выступает показателем ее очевидного неблагополучия. В актуальный период моббинг указывает на агрессивность сотрудников, неблагоприятное состояние микроклимата в организации, нарушение внутренней дисциплины, неадекватность управленческой системы и пр. (Евченко, 2015; Davenport et al., 1999). Моббинг способен усилить дезорганизацию, рост конфликтности в коллективе, текучесть кадров, снижение производительности и качества услуг,

оказываемых организацией, создать ее неблагоприятный имидж и т.п., что очевидно негативно может сказаться на корпоративной безопасности.

В качестве *гипотезы исследования* выступило предположение о существовании *массива социально-психологических феноменов*, способных выступить такими *маркерами корпоративной безопасности*. При этом также предполагалось следующее:

- данный массив может быть структурирован на основе группировки феноменов, относящихся к характеристике персонала, организации и управления организацией;

- вне зависимости от места, занимаемого субъектами труда в корпоративной структуре, ведущим маркером корпоративной безопасности для них может являться феномен преданности персонала;

- субъекты рынка труда, различающиеся местом в корпоративной структуре, склонны использовать определенные социально-психологические феномены в качестве маркеров корпоративной безопасности.

Для достижения *цели исследования* и проверки заявленной *гипотезы* было запланировано решение следующих задач: 1) составление массива социально-психологических феноменов, привлекаемых субъектами рынка труда в качестве маркеров корпоративной безопасности; 2) нахождение на основе факторного анализа смысловой структуры (группировки) маркеров корпоративной безопасности; 3) сравнительное определение ведущего маркера корпоративной безопасности для субъектов рынка труда вне зависимости от их места в корпоративной структуре; 4) аналитическое выявление маркеров корпоративной безопасности, используемых субъектами рынка труда в зависимости от места в корпоративной структуре.

## МЕТОДИКА

Выборка исследования (N=120) включала по 40 человек: рядового

персонала, управленцев низового и среднего звена, сотрудников подразделений по работе с персоналом нескольких организаций г. Москвы. Выборка состояла из представителей женского (64 человека, 53,3%) и мужского (56 человек, 46,7%) пола в возрасте от 30 до 50 лет. Участие в исследовании носило добровольный характер. Одним из условий включения субъекта в выборку эмпирического исследования было отсутствие у него профессионального психологического образования.

Группу экспертов составили пять психологов. Наряду с профессиональной подготовкой, условием включения в состав экспертной группы являлось наличие у специалистов стажа работы по специальности не менее 5 лет.

Исследование проводилось в два этапа – подготовительный и собственно эмпирический.

*Подготовительный этап* предназначался для создания методики изучения маркеров корпоративной безопасности, основанной на методе субъективного шкалирования. Начальным шагом для ее разработки было составление массива социально-психологических феноменов, информативных по отношению к состоянию корпоративной безопасности. К этому этапу привлекались эксперты, которым было предложено задание по следующей инструкции: «Составьте список социально-психологических феноменов, отражающих по Вашему мнению состояние безопасности организации. Учитывайте разные аспекты корпоративной безопасности, как минимум, связанные с позиционированием организации в обществе, с ее управлением, с поведением персонала. Дайте краткое обоснование включения феноменов в данный список». В итоговый перечень вошли феномены, получившие необходимое обоснование со стороны хотя бы одного из экспертов (табл. 1).

**Таблица 1.** Социально-психологические феномены, отражающие состояние корпоративной безопасности (по данным опроса экспертов).

№	Феномены	Обоснование	n*
1.	идентификация персонала с организацией	показатель уверенности в успешном настоящем и будущем организации	5
2.	конфликтность персонала	предпосылка неадекватности поведения персонала, потенциально опасного для организации	5
3.	преданность персонала	показатель удовлетворенности персонала состоянием организации	5
4.	инновационная открытость организации	предпосылка конкурентоспособности организации	4
5.	коллегиальный стиль управления	предпосылка своевременной идентификации и эффективного преодоления угроз организации	4
6.	корпоративная приверженность (лояльность) персонала	показатель монолитности персонала организации	4
7.	культура организации рабочих мест	показатель стабильности организации	4
8.	креативность персонала	показатель удовлетворенности настоящим и веры в будущее благополучие организации	3
9.	ориентация организации на клиентов	предпосылка рыночной адаптивности организации	3
10.	партнерский стиль управления	предпосылка гибкости развития организации	3
11.	традиции коммуникационной открытости организации	показатель уверенности в благополучии организации	3
12.	директивный стиль управления	предпосылка быстрого принятия решений и реагирования в отношении угроз	2
13.	структурная устойчивость организации	показатель оптимальности для организации сложившейся структуры	2
14.	традиции временного распорядка организации	показатель отлаженности управления	2
15.	традиции единоначалия	предпосылка стабильности развития организации	2
16.	либеральный стиль управления	показатель отлаженности функционирования организации	1
17.	организационная культура дресс-кода	показатель успешности и стабильности организации	1
18.	рекрутинговая открытость организации	показатель стабильности развития организации	1
19.	система карьерного роста	предпосылка удовлетворенности персонала	1
20.	традиции организации свободного времени персонала	показатель стабильности организации	1
21.	традиции наставничества	предпосылка стабильности организации	1
22.	внутрикорпоративные слухи	показатель нарушений в управлении организацией	1
23.	моббинг в организации	предпосылка внутренних угроз в организации	1
24.	корпоративная репутация	показатель успешности организации	1

*Примечание:* \*n – количество упоминаний экспертами конкретного феномена.

Полученный список феноменов образовал строки методики изучения социально-психологических маркеров корпоративной безопасности, представленной в виде таблицы (см. табл. 2).

**Таблица 2.** Макет методики изучения социально-психологических маркеров корпоративной безопасности.

Феномены \ Ситуации	Элемент 1	...	Элемент 9
идентификация персонала с организацией			
конфликтность персонала			
...			
корпоративная репутация			

Столбцами табл. 2 выступили элементы-ситуации, соответствующие различным статусам корпоративной безопасности. При составлении перечня этих ситуаций экспертам было предложено учитывать следующие моменты: 1) корпоративная безопасность проявляет себя в различные по благополучию периоды функционирования организации; 2) корпоративная безопасность имеет объективное (показатели – защищенность, потенциал развития организации) и субъективное (показатели – привычность, стабильность, предсказуемость состояния) измерение.

По итогам работы экспертов в методику в равном соотношении были включены ситуации из жизненного цикла организации, оптимальные и рискованные с точки зрения корпоративной безопасности:

1. Организация защищена от рисков.
2. Организация обладает потенциалом развития.
3. Организация сохраняет свои традиции.
4. Организация устойчиво работает.
5. Организация планомерно развивается.
6. Организация находится на пути изменений.
7. Организация столкнулась с трудностями.
8. Организация находится в кризисе.

#### 9. Организация разрушается.

Основная часть исследования состояла в выполнении респондентами задания по подготовленной методике. Им предлагалось за ненормированный период времени установить соответствие между феноменами (строки табл. 2) и организационными ситуациями (столбцы табл. 2) по инструкции: *«Представьте организацию в ситуации, указанной в первом столбце. Последовательно соотнесите с ней все феномены, перечисленные в каждой строке таблицы. Если первый (а потом – последующий) феномен, по Вашему мнению, совершенно не характеризует рассматриваемую ситуацию, в которой находится организация, поставьте на пересечении столбца и строки цифру 1, если не характеризует – цифру 2, если скорее не характеризует, чем характеризует – цифру 3, если Вы сомневаетесь (и не характеризует и, в какой-то мере, характеризует) – цифру 4, если скорее характеризует, чем не характеризует – цифру 5, если характеризует – цифру 6, если очень точно характеризует – цифру 7. Прodelайте такие же действия в отношении всех оставшихся восьми столбцов. Долго не задумывайтесь, т.к. любой Ваш ответ является правильным. Итогом Вашей работы должна быть матрица 24x9, полностью заполненная цифрами от 1 до 7».*

Анализ предусматривал статистическую обработку матриц оценок и интерпретацию полученных результатов. Обработка эмпирических данных осуществлялась с использованием методов математической статистики, включая вычисление t-критерия Стьюдента, проведение корреляционного и факторного анализа на базе компьютерного пакета программ STATISTICA 12.0 и возможностей программы Excel.

## РЕЗУЛЬТАТЫ

Начальный этап работы с эмпирическими данными предполагал сопоставление на основе метода корреляционного анализа матриц оценок

размерностью 24x40, относящихся отдельно к подвыборкам рядового персонала, управленцев низового и среднего звена, сотрудников подразделений по работе с персоналом. Данные матрицы получены по итогам предварительного суммирования оценок 24 феноменов, указанных изначально каждым респондентом выборки по 9 ситуациям и сведенных в три матрицы, по каждому из 40 представителей рассматриваемых подвыборок. Анализ содержания этих матриц как промежуточных результатов не выходил в задачи нашего исследования и, в силу этого, не проводился. Результаты его корреляционной обработки в виде подсчитанного по трем подвыборкам распределения интеркорреляционных частотностей сведены в табл. 3.

**Таблица 3.** Распределение по подвыборкам частотности статистически значимых интеркорреляций оцениваемых корпоративных соответствий.

Феномены	Подвыборки					
	рядовой персонал		управленцы		сотрудники отделов работы с персоналом	
	n	%	n	%	n	%
<i>идентификация персонала с организацией</i>	12	50,0	14	58,3	13	54,2
<i>конфликтность персонала</i>	14	58,3	16	66,7	17	70,8
<b>преданность персонала</b>	<b>19</b>	<b>79,2</b>	<b>17</b>	<b>70,8</b>	<b>20</b>	<b>83,3</b>
<i>инновационная открытость организации</i>	12	50,0	13	54,2	11	45,8
коллегиальный стиль управления	4	16,7	8	33,3	5	20,8
<i>корпоративная приверженность (лояльность) персонала</i>	16	66,7	17	70,8	12	50,0
культура организации рабочих мест	6	25,0	5	20,8	8	33,3
креативность персонала	9	37,5	10	41,7	6	25,0
ориентация организации на клиента	8	33,3	5	20,8	5	20,8
партнерский стиль управления	10	41,7	5	20,8	7	29,2
<i>традиции коммуникационной открытости организации</i>	12	50,0	17	70,8	15	62,5
директивный стиль управления	8	33,3	10	41,7	9	37,5
<i>структурная устойчивость организации</i>	15	62,5	13	54,2	16	66,7
традиции временного распорядка организации	9	37,5	7	29,2	10	41,7
традиции единоначалия	6	25,0	3	12,5	7	29,2
либеральный стиль управления	8	33,3	2	8,3	4	16,7
организационная культура дресс-кода	5	20,8	8	33,3	7	29,2
рекрутинговая политика организации	9	37,5	8	33,3	10	41,7
система карьерного роста	8	33,3	10	41,7	12	50,0

<i>традиции организации свободного времени персонала</i>	<i>11</i>	<i>45,8</i>	<i>14</i>	<i>58,3</i>	<i>11</i>	<i>45,8</i>
традиции наставничества	7	29,2	10	41,7	11	45,8
внутрикорпоративные слухи	9	37,5	8	33,3	9	37,5
<i>моббинг в организации</i>	<i>11</i>	<i>45,8</i>	<i>13</i>	<i>54,2</i>	<i>14</i>	<i>58,3</i>
корпоративная репутация	10	41,7	11	45,8	6	25,0

*Примечание:* частотность вычислялась по формуле  $n/24$ , где  $n$  – количество статистически значимых ( $p \leq 0,05$ ) интеркорреляций по рассматриваемому феномену. Полужирным шрифтом выделен феномен с преобладающим по трем выборкам количеством статистически значимых интеркорреляций; курсивом – феномены, обладающие высокой численностью (не менее 50,0%) статистически значимых интеркорреляций.

Следующим шагом исследования выступило составление сводной для выборки матрицы оценок размером 24x9 путем наложения (поэлементного суммирования) всех единичных матриц, полученных в ходе обследования, и ее факторизация по центроидному методу с последующим варимакс-вращением. Полученные по итогам факторизации три первых фактора объясняют 76,3% общей дисперсии. Данные факторного анализа с указанием веса наиболее мощных факторов и феноменов, набравших статистически значимый вес, указаны в табл. 4.

**Таблица 4.** Результаты факторизации общей матрицы оценок корпоративных феноменов.

Фактор 1 (28,6% дисперсии)	Фактор 2 (25,4% дисперсии)	Фактор 3 (22,3% дисперсии)
преданность персонала 0,918	структурная устойчивость	традиции единоначалия 0,874
корпоративная приверженность (лояльность) персонала 0,903	рекрутинговая политика организации 0,864	директивный стиль управления 0,860
традиции наставничества 0,884	традиции коммуникационной открытости организации 0,827	партнерский стиль управления 0,826
креативность персонала 0,851	корпоративная репутация 0,821	традиции временного распорядка организации 0,750
идентификация персонала с организацией 0,824	ориентация организации на клиента 0,801	коллегиальный стиль управления 0,728
традиции свободного времени персонала 0,797	культура организации рабочих мест 0,754	либеральный стиль управления 0,703
система карьерного роста 0,741	организационная культура дресс-кода 0,726	
моббинг в организации -0,894	инновационная открытость	

конфликтность персонала -0,868	организации 0,713	
внутрикорпоративные слухи -0,753		

Примечание: корпоративные феномены сгруппированы по полюсам каждого фактора и упорядочены по величине набранного веса.

Факторы, упорядоченные по убыванию количества объясняемой дисперсии, получили названия «Феномены персонала», «Феномены корпорации» и «Феномены управления», исходя из содержания вошедших в них переменных со статистически значимым весом.

Далее проводилось сравнение трех групп феноменов, выделившихся по итогам факторизации (феномены персонала, феномены корпорации и феномены управления), между тремя подвыборками (рядовой персонал, управленческий персонал, сотрудники отделов по работе с персоналом). Данное сопоставление основывалось на материале исходных массивов оценок с использованием t-критерия Стьюдента. Результаты представлены в табл. 5.

**Таблица 5.** Распределение по подвыборкам средних оценок трех групп корпоративных феноменов.

Феномены	Подвыборки			Пары подвыборок со статистически значимыми различиями
	рядовой персонал (1)	управленцы (2)	сотрудники отделов работы с персоналом (3)	
<b>Феномены персонала</b>	<b>6,2</b>	<b>6,3</b>	<b>6,2</b>	
преданность персонала	6,9	6,7	6,9	-
корпоративная приверженность (лояльность) персонала	6,8	6,7	6,6	-
традиции наставничества	6,2	6,0	5,9	-
креативность персонала	5,8	6,2	5,9	
идентификация персонала с организацией	6,1	6,3	5,7	(2)/(3)*
традиции свободного времени персонала	5,5	5,8	5,4	-
система карьерного роста	5,8	5,4	5,7	-
моббинг в организации	6,8	6,4	6,6	-
конфликтность персонала	6,5	6,6	6,7	-
внутрикорпоративные слухи	5,6	6,6	6,2	(1)/(2), (1)/(3)
<b>Феномены корпорации</b>	<b>5,8</b>	<b>6,0</b>	<b>5,9</b>	
структурная устойчивость организации	6,5	6,0	5,8	(1)/(3), (1)/(2)

рекрутинговая политика организации	5,7	5,9	5,6	-
традиции коммуникационной открытости организации	6,2	6,5	6,4	-
корпоративная репутация	5,9	6,1	6,3	-
ориентация организации на клиента	5,8	6,2	6,1	-
культура организации рабочих мест	5,5	5,9	5,8	-
организационная культура дресс-кода	5,2	5,7	5,3	-
инновационная открытость организации	5,5	5,9	5,5	-
<b>Феномены управления</b>	<b>6,1</b>	<b>6,3</b>	<b>6,2</b>	
традиции единоначалия	5,5	5,6	5,4	-
директивный стиль управления	6,3	6,7	6,7	-
партнерский стиль управления	6,1	6,4	6,2	-
традиции временного распорядка организации	6,0	6,2	6,4	-
коллегиальный стиль управления	5,8	6,0	5,7	-
либеральный стиль управления	6,6	6,9	6,7	-

*Примечание:* в последнем столбце таблицы выделены курсивом различия на уровне значимости  $p \leq 0,05$ , полужирным шрифтом – на уровне  $p \leq 0,01$ .

Согласно полученным результатам, феномены персонала по всем трем подвыборкам обладают более высокой средней оценкой (6,2; 6,3; 6,2), чем феномены корпорации (соответственно, 5,8; 6,0; 5,9) и феномены управления (соответственно, 6,1; 6,3; 6,2). Различия в распределении оценок феноменов корпоративной безопасности, данных рядовым персоналом, управленческим персоналом и сотрудниками отделов по работе с персоналом, обнаружались путем статистического сопоставления только в отношении внутрикорпоративных слухов (между выборкой рядового персонала и выборкой управленцев, а также между выборкой рядового персонала и выборкой сотрудников отделов по работе с персоналом), структурной устойчивости организации (между выборкой рядового персонала и выборкой управленцев, а также между выборкой рядового персонала и выборкой сотрудников отделов по работе с персоналом) и идентификации персонала с организацией (между выборкой управленцев и выборкой сотрудников отделов по работе с персоналом).

## ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Начальный этап исследования, представленный работой экспертов, показал, что оценка корпоративной безопасности может проводиться с привлечением значительного массива социально-психологических феноменов. Наряду с феноменами, широко используемыми на сегодняшний день при анализе проблем корпоративной безопасности (Бусыгина, 2009а; Яковлев, 2018), были названы социально-психологические феномены, которые ранее не были связаны с нею. Решая задачу формирования совокупности феноменов, отражающих состояние корпоративной безопасности, эксперты включили в итоговый список наименования, не только характеризующие различные стороны функционирования организации, но и имеющие окраску, начиная от однозначно позитивной (в частности, преданность, лояльность, креативность персонала и т.д.) и негативной (конфликтность персонала, корпоративный моббинг и др.) до неочевидной применительно к корпоративной безопасности (рекрутинговая политика организации, традиции временного распорядка организации). Тем самым была подтверждена неоднородность корпоративной безопасности как социально-психологического явления, оценка которого требует изучения различных аспектов деятельности организации.

На основе анализа эмпирических данных установлено, что преданность персонала в наибольшей степени связана с изучаемым массивом феноменов корпоративной безопасности: имеет от 17 до 20 (в зависимости от рассматриваемой выборки) из 24 возможных среди них связей (табл. 3). Функциональность преданности персонала с точки зрения решения задач корпоративной безопасности позволяет позиционировать этот социально-психологический феномен как ведущий маркер корпоративной безопасности.

Значимыми маркерами корпоративной безопасности по сравнению с остальными рассматриваемыми организационными феноменами нам представляется целесообразным считать феномены, обладающие значительным

(не менее 50,0% от общей численности) количеством интеркорреляционных связей: идентификацию персонала с организацией, конфликтность персонала, инновационную открытость организации, корпоративную приверженность (лояльность) персонала, традиции коммуникационной открытости организации, структурную устойчивость организации, традиции организации свободного времени персонала и моббинг в организации (табл. 3). Устанавливая иерархию применительно к оценке корпоративной безопасности, обозначим их маркерами корпоративной безопасности второго уровня вслед за преданностью персонала как ведущим маркером.

Идентификация персонала с организацией является феноменом, обладающим, по нашим данным, от 12-ти до 14-ти (в зависимости от выборки) из 24-х возможных связей с другими феноменами, рассматриваемыми при оценке корпоративной безопасности. В частности, она связана с конфликтностью персонала, его преданностью, корпоративной приверженностью, креативностью, организационной культурой дресс-кода и рекрутинговой политикой организации.

По данным исследования, конфликтность персонала обладает от 14-ти до 17-ти (в зависимости от выборки) из 24-х возможных связей с другими рассматриваемыми организационными феноменами. Так, статистической значимостью обладают связи конфликтности с преданностью персонала, его идентификацией с организацией, корпоративной приверженностью, креативностью, культурой организации рабочих мест, традицией организации свободного времени. Нахождение в центре многих причинно-следственных связей, определяющих состояние корпоративной безопасности, позволяет относить конфликтность к ее маркерам.

Согласно нашему исследованию, корпоративная приверженность имеет от 12-ти до 17-ти (в зависимости от выборки) из 24-х возможных связей с феноменами, рассмотренными в контексте оценки корпоративной

безопасности. Среди них обозначим, в частности, связь с идентификацией персонала с организацией, его конфликтностью, преданностью, инновационной открытостью организации, ее структурной устойчивостью, традицией организации свободного времени и моббингом. Наши результаты согласуются с данными других исследований, согласно которым корпоративная приверженность увязывается с честностью, верностью в отношении организации, готовностью идти ради нее на жертвы, предупреждать об опасности, открыто демонстрировать свою лояльность и т.п. (Оболонская, 2015). Подобное поведение содержит информацию о состоянии корпоративной безопасности, позволяя относить феномен корпоративной приверженности к ее маркерам.

Согласно эмпирическим данным, традиции коммуникативной открытости организации формируют от 12-ти до 17-ти из 24-х возможных связей с феноменами, рассмотренными при оценке корпоративной безопасности. Значимые со статистической точки зрения связи с ней среди прочих обнаружили: идентификация персонала с организацией, преданность персонала, инновационная открытость организации, культура организации рабочих мест и традиции организации свободного времени. Это позволяет нам предполагать, что традиции коммуникационной открытости организации поддерживают корпоративную безопасность на внешнем и внутреннем уровне.

Исходя из полученных результатов, структурная устойчивость организации, имея от 13-ти до 16-ти из 24-х возможных связей с другими феноменами (например, с конфликтностью персонала, его преданностью, корпоративной приверженностью, культурой организации рабочих мест), также может рассматриваться маркером корпоративной безопасности. Эту позицию можно обосновать тем, что устойчивость структуры в основном присуща организациям, преодолевшим этап поиска оптимального для них построения, благодаря подтверждению результативности сложившегося порядка работы.

Стабильность как одно из важнейших проявлений защищенности характеризует безопасность. Соответственно, структурная устойчивость организации также перспективна для привлечения к оценке ее безопасности.

Установлено, что традиции организации свободного времени образуют от 11-ти до 14-ти из 24-х возможных связей с феноменами корпоративной безопасности, в частности: с идентификацией персонала с организацией, его преданностью, корпоративной приверженностью, креативностью, системой карьерного роста, внутрикорпоративными слухами, моббингом. Данные традиции могут рассматриваться маркером ее безопасности в качестве характеристики сплоченности коллектива работников и показателя стабильности функционирования организационной структуры (Рычкова, 2011). Первое в свою очередь свидетельствует о лояльности персонала, единстве его ценностей и устремлений, позитивности сложившегося в организации микроклимата, второе – о проверке временем конкретных организационных норм и правил, обеспечивающих необходимый уровень корпоративной безопасности.

В соответствии с результатами проведенного исследования, маркером корпоративной безопасности может также рассматриваться моббинг в организации, который имеет от 11-ти до 14-ти из 24-х возможных связей с остальными рассматриваемыми организационными феноменами. Среди них отметим связи моббинга с преданностью персонала, его конфликтностью, корпоративной приверженностью, традицией коммуникативной открытости персонала, директивным стилем управления организацией и системой карьерного роста.

Все рассматриваемые нами в связи с корпоративной безопасностью социально-психологические феномены по результатам факторного анализа были разбиты по трем группам, обозначенным как «Феномены персонала», «Феномены корпорации» и «Феномены управления» (табл. 4). Обращает на

себя внимание то, что преданность персонала как ведущий маркер корпоративной безопасности, а также большая часть ее маркеров, отнесенных ко второму уровню (идентификация с организацией, конфликтность, корпоративная приверженность, традиции свободного времени и моббинг), по результатам факторизации, оказались объединенными в группу феноменов персонала, меньшая часть (инновационная открытость организации, традиции коммуникационной открытости организации, структурная устойчивость организации) – в группу феноменов корпорации. Соответственно, при оценке корпоративной безопасности заинтересованному субъекту наиболее перспективно обращаться к изучению особенностей персонала организации, как поставляющему наибольший объем наиболее информативных для нее маркеров.

Сделанный вывод подтверждается также результатами, согласно которым средние оценки информативности феноменов персонала выше средних оценок феноменов двух остальных групп (табл. 5). Феномены корпорации и феномены управления оказываются в этом аспекте не только менее доступными для внешнего наблюдателя, но и менее информативными с точки зрения верификации состояния корпоративной безопасности. Однако, при необходимости использования разных ракурсов оценки корпоративной безопасности, в группе феноменов персонала наибольшая приемлемость прослеживается в отношении преданности персонала, в группе феноменов корпорации – традиций коммуникативной открытости организации, в группе феноменов управления – либерального стиля управления. Заданный ракурс информативности феномена либерального стиля управления однозначно ассоциируется с отсутствием контроля, беспорядком, нестабильностью, непредсказуемостью и т.д., что несовместимо с пониманием корпоративной безопасности.

Основываясь на полученных результатах (табл. 5), можно также

утверждать, что субъекты рынка труда в качестве маркеров корпоративной безопасности используют на преимущественной основе определенные социально-психологические феномены. Так, в подвыборке рядового персонала более высокие оценки получили феномены группы персонала (средняя оценка – 6,2), управленческого персонала – феномены группы персонала (средняя оценка – 6,3) и управления организацией (средняя оценка 6,3), сотрудников отделов по работе с персоналом – феномены группы персонала (средняя оценка – 6,2) и управления организацией (средняя оценка 6,2). Наряду с этим, по данным табл. 5, в число наиболее значимых при оценке корпоративной безопасности феноменов для рядового персонала вошли преданность персонала, корпоративная приверженность (лояльность) персонала и моббинг в организации, для управленцев – либеральный и директивный стиль управления, преданность персонала и его корпоративная приверженность (лояльность), для сотрудников отделов по работе с персоналом – преданность персонала и его конфликтность, либеральный и директивный стиль управления. Таким образом, нами была подтверждена гипотеза о наличии склонности субъектов рынка труда, различающихся местом в корпоративной структуре, к использованию определенных социально-психологических феноменов в качестве маркеров корпоративной безопасности.

Итак, проведенное исследование способствовало выявлению массива социально-психологических феноменов, информативных для оценки корпоративной безопасности субъектами рынка труда. В его рамках были решены все поставленные задачи, что позволило подтвердить выдвинутые гипотезы.

В рамках поисковой работы были предприняты усилия по преодолению пробелов в разработке исследовательского инструментария для изучения особенностей корпоративной безопасности. Предложенная методика построена по принципу многомерного шкалирования: оцениванию подлежит возможность

составить представление о корпоративной безопасности через рассмотрение комплекса социально-психологических феноменов в некотором диапазоне организационных ситуаций.

## ВЫВОДЫ

Полученные результаты позволяют сделать вывод о том, что корпоративная безопасность может оцениваться на основе массива социально-психологических феноменов, выступающих в качестве маркеров ее состояния.

При этом:

1. Оценка состояния корпоративной безопасности может осуществляться на основе анализа трех групп феноменов, которые обозначаются как «Феномены персонала», «Феномены корпорации» и «Феномены управления».

2. Ведущим маркером корпоративной безопасности выступает корпоративная преданность персонала. В качестве маркеров корпоративной безопасности могут также использоваться феномены идентификации персонала с организацией, конфликтности персонала, инновационной открытости организации, корпоративной приверженности (лояльности) персонала, традиции коммуникационной открытости организации, структурной устойчивости организации, традиции организации свободного времени персонала и моббинга в организации.

3. Субъекты рынка труда, различающиеся местом в корпоративной структуре, в качестве маркеров корпоративной безопасности склонны использовать определенные социально-психологические феномены. Для рядового персонала в качестве маркеров корпоративной безопасности наиболее значимы феномены группы персонала, для управленческого персонала и сотрудников отделов по работе с персоналом – феномены группы персонала и управления организацией.

Исследование может получить продолжение как на материале

организационной психологии для детализации практической ценности выявленных маркеров корпоративной безопасности, так и в рамках педагогической психологии для разработки подходов к формированию профессиональной компетентности будущих специалистов.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

*Белова С.И.* Психологическая безопасность сотрудников международных организаций и корпоративная культура // Глобальный научный потенциал. 2012. № 1(10). С. 8-12.

*Бусыгина И.С.* Социально-коммуникативные аспекты корпоративной безопасности в организации // Акмеология. 2009 (а). № 2. С. 53-62.

*Бусыгина И.С.* Аксиологические основания корпоративной безопасности // Акмеология. 2009 (б). № 3. С. 80-87.

*Диденко В.С.* Лучшие «практики» урегулирования корпоративных конфликтов на примере российских компаний // Грани науки. 2014. № 1. С. 5-8.

*Евченко О.С.* Дискриминация как моральная проблема корпоративных отношений // Концепт. 2015. № 4 (апрель). URL: <http://e-koncept.ru/2015/15103.htm> (дата обращения: 20.05.2019).

*Журавлев А.Л., Вахин А.А.* Психологические особенности разных типов конфликтов: личностные и социальные детерминанты // Проблемы социальных конфликтов в современной психологии: Сущность, детерминанты, регулирование. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2018. С. 30-39.

*Журавлев А.Л., Жалагина Т.А., Журавлева Е.А.* Взаимодействие субъекта труда и организационной среды как предмет психологического исследования в условиях глобальных изменений (вместо введения) // Субъект труда и организационная среда: проблемы взаимодействия в условиях глобализации. Тверь: Тверской гос. ун-т, 2019. С. 4-10.

*Журавлёв А.Л., Занковский А.Н.* Современная организационная психология: основные тенденции развития // *Фундаментальные и прикладные исследования современной психологии: Результаты и перспективы развития.* М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2017. С. 2585-2593.

*Журавлев А.Л., Юревич А.В.* Коллективные смыслы как предпосылка личного счастья // *Психологические исследования глобальных процессов: предпосылки, тенденции, перспективы.* М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2018. С. 135-147.

*Звездина А.А.* Отношение к безопасности как профессиональный аспект в деятельности сотрудника полиции // *Международный журнал психологии и педагогики в служебной деятельности.* 2019. № 1. С. 16-18.

*Краснянская Т.М., Тылец В.Г.* Проблемно-предметное поле психологического аудита безопасности организации // *Прикладная психология и психоанализ.* 2011. № 1. С. 2.

*Краснянская Т.М., Тылец В.Г.* Симулякры психологической безопасности в деятельности организации // *Человек. Сообщество. Управление.* 2015. № 1. С. 18-30.

*Оболонская Н.Ю.* Корпоративная безопасность // *Живая психология.* 2015. № 1. С. 53-76.

*Оттич К.В.* Психопрофилактика межличностных конфликтов у менеджеров по продажам строительных материалов как фактор корпоративной безопасности // *Education sciences and psychology.* 2015. № 5. С. 47-63.

*Родионова М.Е.* Корпоративное поведение в представлениях бизнес-сообщества // *Высшее образование в России.* 2011. № 6. С. 140-143.

*Рычкова А.А.* Мифы, легенды, ритуалы и праздники как составляющие корпоративной индивидуальности компании // *Дискуссия.* 2011. № 6. С. 54-58.

*Сидорская И.В., Альшевская С.О.* Понятие корпоративной репутации и

основные инструменты ее формирования // *Веснік БДУ*. 2015. № 1. С. 71-74.

*Тылец В.Г., Краснянская Т.М.* Субъектные маркеры безопасности при разном уровне рефлексии информационной войны // *Вестник Московского государственного областного университета*. 2018. № 4. DOI: 10.18384/2224-0209-2018-4-929.

*Яковлев В.А.* Психологическая готовность к инновационной деятельности сотрудников организации как фактор корпоративной безопасности // *Психология, образование: актуальные и приоритетные направления исследований: Материалы международной научно-практической конференции студентов, магистров, аспирантов, молодых ученых и их наставников*. Тверь: Твер. гос. ун-т, 2018. С. 317-321.

*Davenport N., Distler Schwartz R., Pursell Elliott G.* *Mobbing: Emotional abuse in the American workplace*. Ames, IA., 1999.

*George J.M., Jones G.* *Understanding and managing organizational behavior*. New Jersey: Prentice Hall, 2012.

*Ovidiu-Iliuta D.* Employee motivation and organizational performance // *Review of Applied Socio-Economic Research*. 2013. № 5 (1). P. 53-60.

*Psychology in Organizations: integrating science and practice* psychology press / Ed. by *Murphy R.K., Saal E.F.* Psychology Press; 1 edition (July 1, 1990).

*Rumasukun S.F., Rante Y., Wambrauw O.* The Influence of Human Resource Management Strategy and Competence on Employee Performance with the Mediation of Work Motivation, Organizational Commitment and Work Culture // *International Journal of Business and Management Invention*. 2015. № 4 (8). P. 15-27.

*Walker T.L., Tracey T.J.G.* The role of future time perspective in career decision-making // *Journal of Vocational Behavior*. 2012. № 81 (2). P. 150-158.

#### BIBLIOGRAFICHESKIJ SPISOK

- Belova S.I.* Psihologicheskaya bezopasnost' sotrudnikov mezhdunarodnyh organizacij i korporativnaya kul'tura // Global'nyj nauchnyj potencial. 2012. № 1(10). S. 8-12.
- Busygina I.C.* Social'no-kommunikativnye aspekty korporativnoj bezopasnosti v organizacii // Akmeologiya. 2009 (a). № 2. S. 53-62.
- Busygina I.S.* Aksiologicheskie osnovaniya korporativnoj bezopasnosti // Akmeologiya. 2009 (b). № 3. S. 80-87.
- Didenko V.S.* Luchshie «praktiki» uregulirovaniya korporativnyh konfliktov na primere rossijskih kompanij // Grani nauki. 2014. № 1. S. 5-8.
- Evchenko O.S.* Diskriminaciya kak moral'naya problema korporativnyh otnoshenij // Koncept. 2015. № 4 (aprel'). URL: <http://e-koncept.ru/2015/15103.htm> (data obrashcheniya: 20.05.2019).
- Zhuravlev A.L., Vahin A.A.* Psihologicheskie osobennosti raznyh tipov konfliktov: lichnostnye i social'nye determinanty // Problemy social'nyh konfliktov v sovremennoj psihologii sushchnost', determinanty, regulirovanie. M.: Izd-vo «Institut psihologii RAN», 2018. S. 30-39.
- Zhuravlev A.L., Zhalagina T.A., Zhuravleva E.A.* Vzaimodejstvie sub"ekta truda i organizacionnoj sredy kak predmet psihologicheskogo issledovaniya v usloviyah global'nyh izmenenij (vmesto vvedeniya) // Sub"ekt truda i organizacionnaya sreda: problemy vzaimodejstviya v usloviyah globalizacii. Tver': Tverskoj gos. un-t, 2019. S. 4-10.
- Zhuravlyov A.L., Zankovskij A.N.* Sovremennaya organizacionnaya psihologiya: osnovnye tendencii razvitiya // Fundamental'nye i prikladnye issledovaniya sovremennoj psihologii. Rezul'taty i perspektivy razvitiya. M.: Izd-vo «Institut psihologii RAN», 2017. S. 2585-2593.
- Zhuravlev A.L., Yurevich A.V.* Kollektivnye smysly kak predposylka lichnogo schast'ya // Psihologicheskie issledovaniya global'nyh processov: predposylki,

tendencii, perspektivy. M.: Izd-vo «Institut psihologii RAN», 2018. S. 135-147.

*Zvezdina A.A.* Otnoshenie k bezopasnosti kak professional'nyj aspekt v deyatel'nosti sotrudnika policii // *Mezhdunarodnyj zhurnal psihologii i pedagogiki v sluzhebnoj deyatel'nosti.* 2019. № 1. S. 16-18.

*Krasnyanskaya T.M., Tylec V.G.* Problemno-predmetnoe pole psihologicheskogo audita bezopasnosti organizacii // *Prikladnaya psihologiya i psihoanaliz.* 2011. № 1. S. 2.

*Krasnyanskaya T.M., Tylec V.G.* Simulyakry psihologicheskoy bezopasnosti v deyatel'nosti organizacii // *CHelovek. Soobshchestvo. Upravlenie.* 2015. № 1. S. 18-30.u

*Obolonskaya N.Y.* Korporativnaya bezopasnost' // *Zhivaya psihologiya.* 2015. № 1. S. 53-76.

*Ottich K.V.* Psihoprofilaktika mezhlichnostnyh konfliktov u menedzherov po prodazham stroitel'nyh materialov kak faktor korporativnoj bezopasnosti // *Education sciences and psychology.* 2015. № 5. S. 47-63.

*Rodionova M.E.* Korporativnoe povedenie v predstavleniyah biznes-soobshchestva // *Vysshee obrazovanie v Rossii.* 2011. № 6. S. 140-143.

*Rychkova A.A.* Mify, legendy, ritualy i prazdniki kak sostavlyayushchie korporativnoj individual'nosti kompanii // *Diskussiya.* 2011. № 6. S. 54-58.

*Sidorskaya I.V., Al'shevskaya S.O.* Ponyatie korporativnoj reputacii i osnovnye instrumenty ee formirovaniya // *Vesnik BDU.* 2015. № 1. S. 71-74.

*Tylec V.G., Krasnyanskaya T.M.* Sub"ektnye markery bezopasnosti pri raznom urovne refleksii informacionnoj vojny // *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta.* 2018. № 4. DOI: 10.18384/2224-0209-2018-4-929.

*Yakovlev V.A.* Psihologicheskaya gotovnost' k innovacionnoj deyatel'nosti sotrudnikov organizacii kak faktor korporativnoj bezopasnosti // *Psihologiya,*

obrazovanie: aktual'nye i prioritetnye napravleniya issledovanij: Materialy mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii studentov, magistrov, aspirantov, molodyh uchenyh i ih nastavnikov. Tver': Tver. gos. un-t, 2018. S. 317-321.

*Davenport N., Distler Schwartz R., Pursell Elliott G.* Mobbing: Emotional abuse in the American workplace. Ames, IA., 1999.

*George J.M., Jones G.* Understanding and managing organizational behavior. New Jersey: Prentice Hall, 2012.

*Ovidiu-Iliuta D.* Employee motivation and organizational performance // Review of Applied Socio-Economic Research. 2013. № 5 (1). P. 53-60.

Psychology in Organizations: integrating science and practice psychology press / Ed. by Murphy R.K., Saal E.F. Psychology Press; 1 edition (July 1, 1990).

*Rumasukun S.F., Rante Y., Wambrauw O.* The Influence of Human Resource Management Strategy and Competence on Employee Performance with the Mediation of Work Motivation, Organizational Commitment and Work Culture // International Journal of Business and Management Invention. 2015. № 4 (8). P. 15-27.

*Walker T.L., Tracey T.J.G.* The role of future time perspective in career decision-making // Journal of Vocational Behavior. 2012. № 81 (2). P. 150-158.

## **SOCIO-PSYCHOLOGICAL MARKERS OF CORPORATE SECURITY**

**T.M. Krasnyanskaya\*, V.G. Tylets\*\***

\* Sc.D. (psychology), professor, professor of the department of social and ethnic psychology, ANO HE «Moscow university for the humanities»; 5, Yunosti str., Moscow, 111395; e-mail: ktm8@yandex.ru

\*\* Sc.D. (psychology), professor, head of the international department of Vatel-RIAT, PEE HE «Russian international academy of tourism»; 71/4, bld. 5, Izmailovskoe road, Moscow, 105613; professor of the department of psychology and pedagogical anthropology, FSFEE HE «Moscow state linguistic university»; 38, Ostozhenka str., Moscow, 119034; e-mail: tyletsvalery@yandex.ru

*Summary.* The article presents the results of an empirical study of socio-psychological means of identifying the security of the organization. The hypothesis of the study was the assumption of the existence of an array of socio-psychological phenomena that can act as markers of corporate security. It was assumed that this array could be structured based on grouping these phenomena related to the characteristics of the staff, the organization, and its management; regardless of the place occupied by labor subjects in the corporate structure, the leading marker of corporate security for them may be the phenomenon of loyalty of staff; labor market subjects, differing place in the organizational structure, tend to use certain socio-psychological phenomena as markers of corporate security. The study was conducted on a sample of 120 subjects. The study used an expert evaluation method and a method based on the method of subjective scaling. The results of the survey confirmed that corporate security could be evaluated based on an array of socio-psychological phenomena that act as its markers. The assessment of corporate security can be carried out based on the analysis of the phenomena forming groups “personnel phenomena,” “corporate phenomena,” and “management phenomena.” The leading phenomenon of corporate security is the corporate loyalty of the staff. The following phenomena can be used as its markers – identification of personnel with the organization, conflict of personnel, innovative openness of the organization, corporate commitment of the personnel, traditions of communication openness of the organization, structural stability of the organization, traditions of organization of free time of the staff and mobbing in the organization. The subjects of the labor market, which differ in their place in the corporate structure, use the following socio-psychological phenomena as markers of corporate security: ordinary personnel – phenomena of a group of staff, managerial personnel and employees of human resources departments – phenomena of a group of personnel and management of the organization.

*Keywords:* corporate security, assessment, organization, personnel, management, staff loyalty, staff identification, staff conflict, innovative openness, corporate commitment, traditions of communication openness, structural stability of the organization, traditions of free time organization, mobbing.