



# SLOŽENOST ORGANIZACIONE IDENTIFIKACIJE

## COMPLEXITY OF ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION

---

**Vesna Milanović**

Poslovni i pravni fakultet, „Union – Nikola Tesla“ Univerzitet, Beograd, Srbija

**Milanka Bogavac**

Poslovni i pravni fakultet, „Union – Nikola Tesla“ Univerzitet, Beograd, Srbija

**Jelena Golubović**

Nezavisni ekspert, Beograd, Srbija

©MESTE

JEL Category: **M10, M12, D23, M39**

### **Apstrakt**

*Identifikacija je veoma složen koncept. Kao psihološka varijabla, ona je tema istraživanja u oblasti organizacionog ponašanja. Istovremeno, tema je istraživanja u oblasti društvene psihologije. U oba slučaja, identifikacija se posmatra sa stanovišta društvenog identiteta. Tako su socijalni (društveni) psiholozi zaslužni za uvođenje pristupa društvenog identiteta u organizacioni kontekst. Za razliku od drugih psiholoških varijabli, kao što su zadovoljstvo poslom, radna motivacija i dr., organizacionoj identifikaciji, kao jedinstvenoj temi, prilično malo pažnje je posvećeno u relevantnoj literaturi tokom druge polovine 20. veka. Zbog toga su, u ovom radu, koncizno prezentovani organizaciona identifikacija, njen razvoj i sličnost s drugim konceptima, kao i njene komponente, nivoi i vrste. Obavljen je uvid u relevantnu literaturu. Pregled literature je pokazao da se organizaciona identifikacija razlikuje od organizacione posvećenosti. Komponente (organizacione) identifikacije su kognitivna, afektivna, evaluaciona i bihevioralna (konativna). Neki autori razlikuju fokusne tačke (organizacione) identifikacije kao što su identifikacija s karijerom, s grupom ili drugom organizacionom jedinicom (na primer radnom jedinicom), identifikacija s organizacijom i identifikacija sa zanimanjem. Istovremeno, različite komponente i fokusi organizacione identifikacije različito su povezani s različitim stavovima koji se odnose na rad i ponašanje u vezi sa radom. Iz toga sledi da je organizaciona identifikacija jedinstven koncept i multidimenzionalan konstrukt. Stoga je potrebno i dalje podsticati istraživačke napore kojima bi se više pažnje posvetilo organizacionoj identifikaciji kao jedinstvenoj temi.*

**Ključne reči:** organizaciona identifikacija, koncept, društveni identitet.

Adresa autora zaduženog za korespondenciju:

**Vesna Milanović**

[✉ vmilanovic555@gmail.com](mailto:vmilanovic555@gmail.com)

## Abstract

Identification is a very complex concept. As a psychological variable, identification is the topic of research in the field of organizational behavior. At the same time, identification is the topic of research in the field of social psychology. In both cases, identification is viewed from social identity perspective. Thus, social psychologists are credited with introducing social identity approach to organizational context. Rather little attention has been paid to organizational identification as a unique topic in the relevant literature during the second half of the 20th century unlike other psychological variables such as job satisfaction, work motivation, etc. Therefore, in this paper, organizational identification, its development, and similarity to other concepts, as well as its components, levels, and types are concisely presented. A review of the relevant literature was done. The literature review showed that organizational identification is different from organizational commitment. The components of (organizational) identification are the cognitive component, the affective component, the evaluative component and the behavioral (the conative) component. Some authors distinguish between the foci of (organizational) identification such as identification with the career, identification with the group or other organizational unit (for example the working unit), identification with the organization, and identification with the occupation. At the same time, the different components and foci of organizational identification are differentially associated with different work-related attitudes as well as work-related behaviors. It follows that organizational identification is a unique concept and a multidimensional construct. Therefore, it is necessary to further encourage research efforts in which more attention will be devoted to organizational identification as a unique topic.

**Keywords:** organizational identification, concept, social identity.

## 1 UVOD

Za razliku od drugih psiholoških varijabli koje su relevantne za ponašanje zaposlenih, organizacionoj identifikaciji kao jedinstvenoj temi nije posvećeno dovoljne pažnje u relevantnoj literaturi tokom druge polovine 20. veka (Riketta, 2005). Zbog toga su u ovom radu, autori pokušali da daju sažet prikaz organizacione identifikacije na osnovu pregleda relevantne literature, uglavnom visoko citiranih članaka i studija.

Uvid u literaturu omogućio je da se prezentuju važniji nalazi dosadašnjih istraživanja o organizacionoj identifikaciji, njenom razvoju, komponentama, nivoima posmatranja, vrstama, te sličnostima s drugim organizacionim konceptima. U navedenom se nazire cilj ovog rada.

## 2 KRATAK OSVRT NA RAZVOJ ORGANIZACIONE IDENTIFIKACIJE I NJENU SLIČNOST S DRUGIM ORGANIZACIONIM KONCEPTIMA

Riketa navodi da je još 1958. godine predložen prvi detaljni model organizacione identifikacije – model Marča i Simona, ali je do 1970. godine, samo nekoliko studija (npr. Brown, 1969; Lee, 1969; Patchen, 1970) bilo posvećeno isključivo organizacionoj identifikaciji (Riketta, 2005). Jedan

od razloga što organizaciona identifikacija nije posmatrana kao zaseban koncept je što je ona, u začetku svog razvoja, bila vrlo slična konceptu organizacione posvećenosti i konceptu namere napuštanja organizacije. Iz tog razloga je dugo posmatrana kao komponenta organizacione posvećenosti, a posebno njen afektivni aspekt (Allen & Meyer, 1990). Zato ne iznenađuje što su termini „organizaciona identifikacija” i „organizaciona posvećenost” korišćeni kao sinonimi.

Istovremeno, tokom 70-ih godina 20. veka, teorija društvenog identiteta - *Social Identity Theory* (Tajfel, 1974) i teorija samo-kategorizacije - *Self-categorization theory* (Turner, Hogg, Oakes, Reicher, & Wetherell, 1987) doprinele su pojašnjenju razlike između organizacione identifikacije i njoj sličnih koncepata - stavova i ponašanja u organizaciji (Ashforth & Mael, 1989); (Mael & Ashforth, 1992). U tom kontekstu, značajan doprinos konceptualnom uobličavanju i razgraničenju identifikacije i posvećenosti dao je Prat (Pratt, 2001).

Prat navodi da se identifikacija i organizaciona posvećenost razvijaju na različitim osnovama, jer su im različiti izvori. Takođe, naglašava da se zaposleni identifikuje s organizacijom, kao grupom, u situaciji kada nadjača njegova sličnost

s organizacijom (odnosno grupom), dok se posvećenost organizaciji zasniva na faktorima razmene tj. na odnosu pojedinac – organizacija (Pratt, 2001).

Prema Van Diku, značaj pristupa društvenog identiteta odnosima među grupama je izuzetan, naročito što je ovaj pristup najpre uticao na proširenje koncepta organizacione posvećenosti, a potom je omogućio bolje razumevanje procesa koji se dešavaju u odnosu organizaciona identifikacija - stavovi i ponašanja zaposlenih (Van Dick, 2001).

Da je organizaciona identifikacija složen koncept i da je snažno povezan s drugim sličnim konceptima potvrđuju i nalazi do kojih je došao Edvards (Edwards, 2005). Edvards navodi da su pojedini autori posmatrali koncept organizacione identifikacije kroz:

- pripadnost pojedinca grupi, odnosno zaposlenog organizaciji (Lee, 1971; Patchen, 1970);
- lojalnost organizaciji ili njenom delu (Brown, 1969; Lee, 1971; Patchen, 1970);
- uključenost zaposlenih u organizaciju (Brown, 1969);
- atraktivnost organizacije (Brown, 1969);
- konzistentnost organizacionih i individualnih ciljeva, odnosno ciljeva zaposlenog (Brown, 1969);
- članstvo u organizaciji (Brown, 1969);
- zajedničke karakteristike članova, odnosno zaposlenih (Brown, 1969; Lee, 1971; Patchen, 1970);
- uočenu sličnost s karakteristikama organizacije (Dutton et al., 1994);
- prihvatanje ciljeva i vrednosti organizacije kao svojih (Schneider et al., 1971);
- integraciju organizacionih ciljeva i vrednosti kao individualnih (Hall et al., 1970);
- emocionalnu posvećenost organizaciji (Schneider et al., 1971);
- emocionalnu vezanost za organizaciju (Van Dick, 2001);
- samo-kategorizaciju odnosno društvenu identifikaciju (Ashforth & Mael, 1989);
- self koncept (Pratt, 1998);
- spoznaju o sebi u odnosu na organizaciju (Rousseau, 1998);
- osećaj solidarnosti (Patchen, 1970; Rotondi, 1975).

Na osnovu pregleda literature o konceptu organizacione identifikacije koju je sistematizovao Edvards (Edwards, 2005), autori u ovom radu su uočili da je već početkom 70-ih godina 20. veka organizaciona identifikacija posmatrana sa stanovišta organizacionog identiteta. S ovog stanovišta, Pačen smatra da organizacionu identifikaciju čine (Patchen, 1970):

- a. percepcija zajedničkih karakteristika, odnosno zajedničkih interesa i ciljeva pojedinca s drugim pojedincima – članovima organizacije;
- b. osećaj solidarnosti, odnosno pripadnosti organizaciji;
- c. podrška organizaciji, kao i njenim ciljevima i politici – lojalnost organizaciji.

Analizirajući nalaze Pačena, Edvards (Edwards, 2005) primećuje da posmatranje organizacione identifikacije sa stanovišta organizacionog identiteta naglašava sličnost pojedinca – člana organizacije s drugim članovima, a ne s organizacijom u celini kao što su to zagovarali Daton i saradnici (Dutton, Dukerich, & Harquail, 1994). Sledi da, ukoliko se organizaciona identifikacija posmatra sa stanovišta organizacionog identiteta, onda pojedinci svojom sličnošću mogu reflektovati novi identitet organizacije. Ovim se naglašava veza između koncepta društvene (organizacione) identifikacije i koncepta društvenog (organizacionog) identiteta.

I kasniji nalazi ukazuju da je u većini istraživanja o organizacionoj identifikaciji u fokusu bilo ispitivanje odnosa između organizacione identifikacije i stavova zaposlenih (kao što su zadovoljstvo poslom, uključenost u posao i afektivna organizaciona posvećenost), te ispitivanje odnosa između organizacione identifikacije i ponašanja u organizaciji, odnosno performansi koje zaposleni ostvaruju unutar i izvan njihove uloge (He & Brown, 2013); (Lee, Park, & Koo, 2015). Osim toga, ispitivani su odnosi između organizacione identifikacije i motivacije, kao i komunikacije i organizacione identifikacije, te posredna uloga organizacione identifikacije u odnosu komunikacija – motivacija (Milanović & Radosavljević Njegić, 2019).

Ovaj kratak osvrt na razvoj organizacione identifikacije je potvrdio da je organizaciona identifikacija složen koncept koji se nalazi u isprepletanim odnosima s drugim organizacionim konceptima, ali i psihološkim varijablama koje su relevantne za ponašanje zaposlenih (kao što je motivacija, primera radi).

### 3 KOMPONENTE, NIVOI I VRSTE ORGANIZACIONE IDENTIFIKACIJE

Kada se identifikacija posmatra kroz članstvo pojedinaca (zaposlenih) i kada se oni samoodređuju, odnosno samokategorizuju kao njihovi članovi, onda se govori o kognitivnoj komponenti ili dimenziji organizacione identifikacije (Ashforth & Mael, 1989); (Bergami & Bagozzi, 2000); (Dutton, Dukerich, & Harquail, 1994); (Pratt, 1998); (Turner, 1985); (Van Knippenberg, 2000); (Van Knippenberg & Van Schie, 2000).

Članstvo odražava jedinstvo pojedinca s organizacijom kao društvenom grupom (Ashforth & Mael, 1989). Otuda uticaj članstva u društvenoj grupi odnosno identifikacije zaposlenog s organizacijom na poimanje samog sebe tj. na self-koncept (Dutton, Dukerich, & Harquail, 1994). Zaposleni koji je identifikovan s odeljenjem ne mora da znači da je identifikovan s organizacijom u celini, i slično. Zbog toga je neophodno razlikovati nivoe identifikacije i njene podvrste.

Posmatranje organizacione identifikacije samo kroz članstvo čini organizacionu identifikaciju jednodimenzionalnim konceptom. Međutim, ona je više od toga. Tako, kognitivna komponenta, odnosno spoznaja članstva, ne ukazuje koliko je ono važno za pojedinca i njegov self-koncept (Van Dick, 2001). Važnost članstva za zaposlenog kao pojedinca odražava afektivna komponenta organizacione identifikacije. Ova komponenta iskazuje jačinu emocionalne veze pojedinca s organizacijom kao grupom. Na osnovu navedenog, jasno je zašto je neophodno da identifikaciju čini kako kognitivna, tako i afektivna komponenta, odnosno kako svest o članstvu, tako i osećanja koja se imaju prema datom članstvu. Grupa autora smatra da je ovo najbolje pojasnio Harkvel (Harquail, 1998, str. 225) koji navodi da identifikacija „angažuje više od naše kognitivne samokategorizacije i našeg mozga, ona uključuje naša srca“ (Ashforth, Harrison, & Corley, 2008, str. 329). U ovome se upravo pronalazi objašnjenje da su emocionalno vezani zaposleni za svoje organizacije više zadovoljni poslom, više motivisani, da ostvaruju bolje performanse i da manje napuštaju organizaciju, što potvrđuju istraživanja u organizacionoj psihologiji (Van Dick & Wagner, 2002). Razumljivo je onda kada se

kaže da afektivna komponenta identifikacije, na nivou organizacije kao društvene grupe, najviše odražava organizacionu posvećenost (Ashforth, Harrison, & Corley, 2008); (Van Dick & Wagner, 2002).

Evaluativna komponenta organizacione identifikacije iskazuje kako pojedinac procenjuje vrednost članstva (Van Dick, 2001) koja se sagledava iz eksternog okruženja organizacije kao što je, primera radi, društveno okruženje (Van Dick & Wagner, 2002). Van Dik je zabeležio da su kognitivni i evaluativni aspekti identifikacije često bili zanemarivani od strane organizacionih struktura (Van Dick, 2001). Osim toga, afektivna i evaluativna komponenta su češće bile predmet empirijskih istraživanja nego kognitivna komponenta (Mael & Ashforth, 1992); (Mael & Ashforth, 1995) a što je naišlo na kritike (Bergami & Bagozzi, 2000); (Van Dick, 2001).

Šire određenje identifikacije podrazumeva i četvrtu komponentu – bihevioralnu. S ovom komponentom uglavnom je povezano ponašanje zaposlenih. Tako da psihološka povezanost s grupom ili organizacijom čini da se pojedinac samo-poima iz perspektive grupe ili organizacije, i da njene ciljeve i interese vidi kao svoje (Dutton, Dukerich, & Harquail, 1994). Na taj način, zaposleni koji je identifikovan s organizacijom ispoljava ponašanje koje je u interesu organizacije, a nije determinisano njegovom ulogom (npr. radnim zadacima) u organizaciji (Bergami & Bagozzi, 2000); (Dutton, Dukerich, & Harquail, 1994); (Riketta, 2005); (Riketta & Van Dick, 2005); (Van Dick, 2004).

Na osnovu svega navedenog, može se zaključiti da se uže posmatranje organizacione identifikacije zasniva na njene tri komponente i to kognitivnoj, afektivnoj i evaluativnoj. Kada se istim priključi i četvrta komponenta – bihevioralna, onda je reč o širem posmatranju organizacione identifikacije. U ovom kontekstu, pozivajući se na stavove grupe autora (Snape, Redman, & Chan, 2000), Van Dik i Vagner navode četiri vrste identifikacije zaposlenih a to su:

- identifikacija zaposlenih s karijerom;
- identifikacija zaposlenih s delom organizacije (radnom jedinicom ili grupom);
- identifikacija zaposlenih s organizacijom u celini;
- identifikacija zaposlenih sa zanimanjem ili profesijom (Van Dick & Wagner, 2002).

One mogu da isključe jedna drugu, odnosno zaposleni koji je identifikovan sa sopstvenom karijerom ne mora da bude identifikovan s organizacijom u kojoj je zaposlen.

Osim toga, Van Dik i saradnici razlikuju dva nivoa društvene identifikacije i to: identifikaciju s timom ili s radnom grupom (niži nivo) i identifikaciju s odeljenjem ili s organizacijom u celini (viši nivo), dok je lični nivo identifikacije u stvari identifikacija s karijerom (Van Dick, Wagner, Stellmacher, & Christ, 2004). U vezi s tim, utvrđeno je da identifikacija s grupom ima jače veze s ponašanjem u organizaciji (zadovoljstvom poslom, namerom napuštanja organizacije, uključenošću u posao i radnom motivacijom zaposlenog) od identifikacije s organizacijom u celini (Van Knippenberg & Van Schie, 2000). Ovo je naročito značajno za velike organizacije.

U duhu teorije društvenog identiteta, Van Dik i saradnici navode da različite vrste identifikacije (identifikacija s grupom, sa zanimanjem, s karijerom i s organizacijom) i njene različite komponente (kognitivna, afektivna, evaluativna i bihevioralna) ne moraju biti kompatibilne (Van Dick, Wagner, Stellmacher, & Christ, 2004, str. 171). Primera radi, percepcija klime u grupi ili timu je najjače povezana s kognitivnom komponentom identifikacije na nivou grupe ili tima odnosno sa nivoom svesti o članstvu, dok su namere napuštanja organizacije najjače povezane s afektivnom komponentom identifikacije (osećanjem u vezi članstva). Zadovoljstvo poslom i namere napuštanja organizacije imaju najjaču vezu s identifikacijom na nivou organizacije.

Težeći daljem razvoju koncepta, dat je prošireni model organizacione identifikacije (Kreiner & Ashforth, 2004). Ovaj model je obogaćen odnosima između varijabli na različitim nivoima (organizacionom nivou, nivou posla i nivou pojedinca) i dimenzija samog modela (identifikacije, disidentifikacije, ambivalentne identifikacije i neutralne identifikacije). Tako, pozitivan ugled, kao varijabla na organizacionom nivou, može da spreči ili umanjí disidentifikaciju i

ambivalentnu identifikaciju (Kreiner & Ashforth, 2004, str. 20).

Imajući u vidu sve napred navedeno, uočava se da je organizaciona identifikacija ne samo jedinstven koncept već i multidimenzionalan konstrukt koga čine različiti nivoi i dimenzije.

Teorija društvenog identiteta (koja se i dalje razvija kroz svoje podteorije) će i dalje biti značajna u pojašnjenju mnogih organizacionih pojava (Hogg, 2016), među kojim je i organizaciona identifikacija, pa je opravdano da se dalja istraživanja identifikacije, kao psihološke varijable u organizacionom kontekstu, temelje na njenim osnovama. Tome treba dodati i dalju aktuelizaciju njene povezanosti s ključnim stavovima i ponašanjem u organizaciji.

## 4 ZAKLJUČAK

U ovom radu dat je sažet pregled važnijih nalaza dosadašnjih istraživanja u oblasti organizacione identifikacije. Uočeno je da je literatura o organizacionoj identifikaciji raznovrsna, čemu su doprinela istraživanja i konceptualizacija organizacione identifikacije koja traju više od pola veka. Međutim, i pored toga, i dalje je malo studija koje se eksplicitno bave organizacionom identifikacijom.

Pregled literature omogućio je i sticanje saznanja da je organizaciona identifikacija jedinstvena psihološka varijabla koju treba jasno razgraničiti od drugih, i da je treba posmatrati kao jedinstven koncept. Takođe, organizaciona identifikacija je i multidimenzionalan konstrukt, pa prema svemu navedenom, predstavlja plodno područje za dalja teorijska uobličavanja i empirijska testiranja. U vezi s tim, u ovom radu se zaključuje da je potrebno podsticati dalje istraživačke napore kojima bi se više pažnje posvetilo organizacionoj identifikaciji kao jedinstvenoj temi.

Od ovog rada se očekuje da skromno doprinese razumevanju organizacione identifikacije kako u području organizacionog ponašanja, tako i drugih srodnih disciplina u oblasti organizacije, kao i da podstakne diskusije na ovu temu.

## CITIRANA DELA

Allen, N., & Meyer, J. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63(1), 1-18.

- Ashforth, B., & Mael, F. (1989). „Social identity theory and the organization“. *Academy of Management Review*, 14(1), 20-39.
- Ashforth, B., Harrison, H., & Corley, G. (2008). Identification in Organizations: An Examination of Four Fundamental Questions. *Journal of Management*, 34(3), 325–374.
- Bergami, M., & Bagozzi, R. (2000). Self-categorization, affective commitment and group self-esteem as distinct aspects of social identity in the organization. *British Journal of Social Psychology*, 39(4), 555–577.
- Dutton, J., Dukerich, J., & Harquail, C. (1994). Organizational images and member identification. *Administrative Science Quarterly*, 39(2), 239-263.
- Edwards, R. (2005). Organizational identification: A conceptual and operational review. *International Journal of Management Reviews*, 7(4), 207-230.
- He, H., & Brown, A. (2013). Organizational identity and organizational identification: A review of the literature and suggestions for future research. *Group & Organization Management*, 38(1), 3-35.
- Hogg, M. (2016). Social Identity Theory. U S. McKeown, R. Haji, & N. Ferguson, *Understanding Peace and Conflict Through Social Identity Theory* (str. 3-10). Cham: Springer.
- Kreiner, G., & Ashforth, B. (2004). Evidence toward an expanded model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 25(1), 1–27.
- Lee, E., Park, T., & Koo, B. (2015). Identifying organizational identification as a basis for attitudes and behaviors: A meta-analytic review. *Psychological bulletin*, 141(5), 1049–1080.
- Mael, F., & Ashforth, B. (1992). „Alumni and their Alma matter: a partial test of the reformulated model of organizational identification“. *Journal of Organizational Behavior*, 13(2), 103–123.
- Mael, F., & Ashforth, B. (1995). „Loyal from day one: Biodata, organizational identification, and turnover among newcomers“. *Personnel Psychology*, 48(2), 309–333.
- Milanović, V., & Radosavljević Njegić, K. (2019). „The impact of internal communication and employees' identification with the organization on motivation“. *Matica Srpska Journal of Social Sciences*, 70(170), 213–227.
- Patchen, M. (1970). *Participation, achievement, and involvement on the job*. NJ: Prentice- Hall.
- Pratt, M. (1998). To Be or Not to Be? Central Questions in Organizational Identification. U D. Whetten, & P. Godfrey, *Identity in Organizations: Building Theory Through Conversations* (str. 171-207). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Pratt, M. (2001). Social identity dynamics in modern organizations: An organizational psychology/organizational behaviour perspective. In M. Hogg, & D. Terry, *Social identity processes in organizational contexts* (s. 13-30). NY: Psychology Press.
- Riketta, M. (2005). Organizational identification: A meta-analysis. *Journal of Vocational Behavior*, 66(2), 358–384.
- Riketta, M., & Van Dick, R. (2005). Foci of attachment in organizations: A meta analytic comparison of the strength and correlates of workgroup versus organizational identification and commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 67(3), 490–510.
- Tajfel, H. (1974). Social Identity and Intergroup behaviour. *Social Science Information*, 1(2), 65–93.
- Turner, J. (1985). Social categorization and the self-concept: A social cognitive theory of group behavior. U E. Lawler, *Advances in Group Processes - Theory and Research* (str. 77–122). Greenwich, CT: JAI Press.
- Turner, J., Hogg, M., Oakes, P., Reicher, S., & Wetherell, M. (1987). *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*. Blackwell, Oxford.

- Van Dick, R. (2001). Identification in organizational contexts: Linking theory and research from social and organizational psychology. *International Journal of Management Reviews*, 3(4), 265–283.
- Van Dick, R. (2004). My job is my castle: Identification in organizational contexts. *International Review of Industrial & Organizational Psychology*(19), 171–203.
- Van Dick, R., & Wagner, U. (2002). Social identification among school teachers: Dimensions, foci, and correlates. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 11(2), 129–149.
- Van Dick, R., Wagner, U., Stellmacher, J., & Christ, O. (2004). The utility of a broader conceptualization of organizational identification: Which aspects really matter? *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 77(2), 171–191.
- Van Knippenberg, D. (2000). Work motivation and performance: A social identity perspective. *Applied Psychology*, 49(3), 357–371.
- Van Knippenberg, D., & Van Schie, E. (2000). Foci and correlates of organizational identification. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73(2), 137–147.

### NAPOMENA

Ovaj rad je podržan od strane Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije (projekat III45003).