

Proefschrift: 'Flipping the identity coin'

Mirdita Elstak stelt in haar proefschrift dat ten aanzien van het concept 'organisatie-identiteit' er twee benaderingen zijn te onderscheiden:

- Bottom-up (de inductieve benadering): een organisatie-identiteit wordt door medewerkers gevormd; de zogenoemde *gepercipieerde* organisatie-identiteit.
- Top-down (de deductieve benadering): de identiteit van een organisatie wordt door het topmanagement bepaald. Hier onderscheidt Elstak nog:
 - de *geprojecteerde* identiteit; de identiteit zoals die door het management wordt geclaimd en gecommuniceerd, en:
 - de *gewenste* identiteit; de identiteit die het management in de toekomst voor ogen staat.

Elstak constateert dat onderzoekers vaak een van de bovengenoemde benaderingen aanhangen. In haar proefschrift heeft zij deze benaderingen simultaan onderzocht.

Een belangrijke conclusie/ implicatie van het onderzoek is dat de tweezijdige benadering van het begrip organisatie-identiteit meer inzicht verschaft in de rol die het speelt in organisatieprocessen. Zo blijkt bijvoorbeeld dat niet zozeer de aantrekkelijkheid van de zogenoemde *gepercipieerde* organisatie-identiteit van belang is voor organisatie-identificatie en gewenst gedrag, maar veel meer hoe de *gepercipieerde* identiteit zich verhoudt tot de – door het management – *geprojecteerde* en *gewenste* identiteit. Het draait, met andere woorden, dus veel meer om het bewerkstelligen van een juiste verhouding/ balans tussen de drie identiteitstypen dan om het optimaliseren van één van de drie identiteitstypen.

Bovengenoemde bevinding komt sterk overeen met het belang dat sociaalpsychologen hechten aan het begrip 'identity congruence'. *Identity congruence* (lees: organisatie-identificatie) treedt op als er een hoge mate van consistentie is tussen de organisatie-identiteitsperceptie van medewerkers, de organisatie-identiteit die het topmanagement claimt en de gewenste organisatie-identiteit die het topmanagement voor ogen heeft. Uit deze bevinding kan worden afgeleid dat er een belangrijke rol voor het management van een organisatie is weggelegd voor wat betreft organisatie-identificatie en gewenst gedrag van medewerkers.

Referentie(s)

Elstak, M.N. (2007), Flipping the identity coin (the comparative effect of perceived, projected and desired organizational identity on organizational identification and desired behavior). ERIM/ Erasmus Institute of Management, RSM Erasmus University, Rotterdam. *

* : Aanwezig in de EURIB-bibliotheek.