

УДК 159.9.075

Анастасия Анатольевна Сорокина*аспирант 3-го года обучения, преподаватель каф. социальной и организационной психологии
Белорусского государственного университета***Anastasia Sorokina***3-d Year Postgraduate Student, Lecturer of the Department of Social and Organizational Psychology
of Belarusian State University**e-mail: evilovastasya@gmail.com*

ОЦЕНКА ОРГАНИЗАЦИОННОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ СОТРУДНИКОВ

Организационная идентификация – психологическая связь между индивидом и организацией, посредством которой индивид чувствует глубокую, самоопределяющую аффективную и когнитивную связь с организацией. В статье приводятся результаты эмпирического исследования организационной идентификации в зависимости от их заработной платы, стажа работы, карьерного роста, семейного статуса, наличия детей, возраста и количества детей, должности. Анализ позволит расширить существующие представления об определенных аспектах организационной идентификации и определить направления дальнейших исследований.

Ключевые слова: *сотрудники организации, организационная идентификация, социальная идентичность.*

Assessment of Organizational Identification of Employees

Organizational identification is a psychological connection between an individual and characteristics, whereby the individual is given a deep, self-determining affective and cognitive bond with signs. The article presents the results of an empirical study of organizational identification depending on their salary, length of service, career growth, marital status, presence of children, age and number of children, position. The analysis will expand existing ideas about certain aspects of organizational identification and identify areas for further research.

Key words: *organization employees, organizational identification, social identity.*

Введение

Значительную часть времени человек проводит на работе, поэтому одной из проблем, интересующих исследователей организационного поведения, являются взаимоотношения между сотрудником и организацией. Организация является социальной группой, поэтому актуальность набирают исследования принадлежности работника к организации и его привязанности к ней. Изучение данной темы происходит с помощью такого феномена, как организационная идентификация. В данном исследовании рассматриваются результаты эмпирического исследования организационной идентификации сотрудников предприятий Республики Беларусь в сопоставлении с рядом параметров (заработная плата, стаж работы, карьерный рост, семейный статус, наличие детей, возраст и количество детей, должность).

Научный руководитель – Галина Александровна Фофанова, кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры социальной и организационной психологии Белорусского государственного университета

Основная часть

Теории социальной идентичности Н. Tajfel и самокатегоризации J. C. Turner в большей степени повлияли на исследования организационной идентификации. Так, Н. Tajfel подчеркивает, что мотивы, связанные с принадлежностью, лежат в основе понимания готовности и силы, с которой люди отождествляют себя с коллективами [1]. Согласно теории социальной идентичности, склонность людей отождествлять себя с коллективами основана на их фундаментальной потребности в принадлежности [2–4]. Люди идентифицируют себя с коллективами, чтобы удовлетворить свое стремление к включению в группу, что впоследствии позволяет им развивать и поддерживать позитивную самооценку [4].

Социальная идентификация может выполнять и другие функции, которые также связаны с проблемами групповой принадлежности. По мнению М. А. Hogg и D. Abrams, социальная идентификация может удовлетворить потребность людей справляться с неопределенностью [5; 6], т. к. принадлежность к группе может обес-

печить чувство безопасности в быстро меняющихся условиях. Однако для выполнения данной групповой функции члены группы должны чувствовать себя привязанными к ней. Если участники сомневаются в принадлежности к группе, они вряд ли смогут ощущать безопасность и определенность.

Традиционно исследователи фокусировались на анализе межгруппового взаимодействия, но в последнее десятилетие перешли к анализу внутригруппового поведения [8]. Этот сдвиг привел к признанию того, что идентифицированные члены не могут полностью «потерять» себя в группе [8]. Скорее при взаимодействии внутри своей группы члены с высокой идентификацией могут по-прежнему находиться под влиянием своего индивидуального «я». Эта точка зрения позволяет рассматривать идентификацию как более сложное явление, чем традиционное представление о том, что идентификация вызывает переход от «я» к «мы» [9]. Исследования Т. Postmes, W. B. Swann и R. Van Veenen показали, что идентификация и вытекающее из нее поведение могут отражать сложное взаимодействие между коллективной и личной идентичностями [10–12].

Первая концепция организационной идентификации была предложена J. G. March и H. A. Simon, далее существовало лишь небольшое количество исследований. L. Roger рассматривал идентификацию как компонент приверженности к организации. Позже феномен рассматривался как практически синонимичный организационной приверженности [13].

В конце 1980-х гг. организационная идентификация рассматривалась как уникальный конструкт. F. Mael и B. F. Ashforth рассматривали феномен как специфическую форму социальной идентификации. По мнению этих авторов, организационная идентификация обязана рассматриваться как когнитивный конструкт, который иллюстрирует процесс восприятия принадлежности сотрудника к своей организационной структуре как социальной категории. Этот процесс тесно связан со специфическими формами эмоционального состояния и поведения. Сотрудник, который отождествляет себя с организацией, обладает наиболее четко выраженным стремлением к ее поддержке, стимулирует процесс достижения

целей и интересов компании [9]. Иными словами, сотрудник ощущает свою эмоциональную привязанность к ней. Таким образом, не существует единого термина, который способен раскрыть понятие организационной идентификации.

А. В. Ловаков и С. А. Липатов разделяют понятия организационной идентификации и организационной приверженности, определяя организационную идентификацию как воспринимаемое работником единство себя и компании, которое преобразуется в часть я-концепции. Организационная идентификация и организационная приверженность включают в свою внутреннюю структуру различные предикторы. В то же время они сами являются предикторами для различных переменных. Отсюда можно сделать вывод: эти два конструкта необходимо рассматривать как самостоятельные [14].

На основе разработок других авторов G. E. Kreiner и B. F. Ashforth предложили расширенную модель организационной идентификации, имеющей четыре вида: идентификацию, дезидентификацию, нейтральную идентификацию и амбивалентную идентификацию. Модель завоевала признание и часто используется в научных работах, поэтому следует подробнее на ней остановиться.

Идентификация возникает, когда есть потребность быть включенным и не отделять себя от организации. Сотрудник принимает цели, ценности и миссию как соответствующие своей жизненной позиции [15].

Дезидентификация. При таком виде идентификации сотрудник определяет себя как не обладающего теми качествами или принципами, которые, по его мнению, определяют организацию. Дезидентификация – это активное отделение от организации, а не просто случайное несоответствие признаков. Дезидентификация может повлечь за собой отторжение сотрудником миссии, культуры или центральных определяющих аспектов организации до такой степени, что человек сознательно или активно отделяет свою личность и репутацию от репутации организации. Это может заключаться в сокрытии работником от других сведений о месте его трудоустройства; сотрудник способен критиковать аспекты организации, которые считает нежелательными [15].

Нейтральная идентификация. Сотрудник не идентифицирует себя с организацией и не разотождествляется с ней. При этом стоит отметить, что принадлежность сотрудника к данной организации все еще является значимой и даже заметной. То есть нейтральное отождествление может быть не просто отсутствием привязанностей, а когнитивным состоянием и способом восприятия. Такие сотрудники могут сознательно избегать положительных и отрицательных привязанностей из-за прошлого опыта работы в другой организации, личностных особенностей («Я одиночка», «Я сам по себе») или отношения к работе («Я не принимаю ничьей стороны, Я просто делаю мою работу»). В большинстве случаев нейтральная идентификация будет считаться неоптимальной. Сотрудник, определяющий себя нейтральным по отношению к организации (и ее целям, ценностям, миссии), с меньшей вероятностью будет чувствовать себя вовлеченным в организацию и вносить свой вклад в нее, чем тот, кто так не делает [15].

Амбивалентная идентификация характеризуется способностью одновременно идентифицироваться и растождествляться с определенными аспектами работы организации. В компании происходит множество сложных процессов, которые способны приводить к слабо связанным ценностям, целям и убеждениям сотрудников. Чем выше уровень абстракции в организации, тем больше вероятность амбивалентности. В той мере, в какой сотрудники испытывают амбивалентность, они используют когнитивные и эмоциональные ресурсы, которые могли бы быть потрачены на полезные для организации занятия, но при этом не хотят выходить за рамки уровня производительности труда. Компонент амбивалентности, отражающий положительные ассоциации, будет поощряться большинством организаций, тогда как негативный компонент не будет поощряться. Амбивалентность способна привести к изоляции и стрессу для человека с амбивалентной идентификацией [15].

Методологическими основами проведенного исследования являются:

1. Концепция самокатегоризации J. C. Turner, согласно которой процесс самокатегоризации описан через три уровня: высший уровень категоризации относится к определению индивида как человеческого

существа, обладающего общими чертами со всеми представителями человеческого вида; низший уровень относится к личностной самокатегоризации, основанной на отличии человека как уникального индивида от других членов группы; промежуточный уровень интрупповой и аутгрупповой категоризации, основанный на сходстве и различии между людьми как представителями определенных социальных групп [16].

2. Теория социальной идентичности Н. Tajfel, в основе которой лежит континуум межгрупповых-межличностных отношений. Самовосприятие себя на определенном участке данного континуума либо как уникального индивида, либо как представителя определенной группы во многом определяет результаты процесса познания. Теория социальной идентичности делает акцент на том, что процесс социальной категоризации обогащает и уточняет результаты социального восприятия [17].

3. Расширенная модель идентификации G. E. Kreiner и B. F. Ashforth, согласно которой существует четыре вида организационной идентификации: идентификация, амбивалентность, нейтральная идентификация и дезидентификация [15].

4. Концепция M. R. Edwards и R. Pессеi, согласно которой организационная идентификация является психологической связью между индивидом и организацией, посредством которой индивид чувствует глубокую, самоопределяющую аффективную и когнитивную связь с организацией [18].

Организация и методики исследования

В исследовании приняли участие 254 сотрудника одного из холдингов Республики Беларусь. Выборка – 104 мужчины и 150 женщин в возрасте от 21 до 63 лет (средний возраст – 37 лет). Трудовой стаж сотрудников в компании варьировался в диапазоне от 1 года до 30 лет; 148 респондентов – специалисты, 69 – руководители и 37 – топ-менеджеры.

В исследовании использовалась методика оценки организационной идентификации, разработанная G. E. Kreiner и B. F. Ashforth, в адаптации О. Н. Бурмистровой [19]. Применялась также авторская анкета, содержащая вопросы о возрасте, стаже, семейном статусе, наличии детей.

Статистическая обработка данных предполагала использование критерия Манна – Уитни. Расчеты осуществлялись при помощи SPSS 23.0 for Windows.

Результаты и их обсуждение

В целом по выборке можно отметить высокую степень идентификации. Первые различия были получены по критерию «*удовлетворенность заработной платой*». Идентификация в большей степени характерна для сотрудников, которые удовлетворены заработной платой ($p = 0,00$). Дезидентификация характерна для тех сотрудников, которые не удовлетворены заработной платой ($p = 0,00$). Анализ показывает, что удовлетворенность заработной платой характерна для сотрудников, работающих в должности от 5 до 10 лет, а неудовлетворенность – для молодых специалистов. Для точной интерпретации полученных данных был проведен анализ положения об оплате труда организации, согласно которому у молодых специалистов оплата труда значительно возрасти не может. Если сравнить молодого специалиста и специалиста, который проработал больше 5–10 лет, то заработная плата отличается в полтора раза. У молодых специалистов нет доплаты за стаж работы, они не имеет категории. У молодого специалиста контрактная надбавка 10 %, а у ведущего специалиста – 50 %. Таким образом, заработная плата отличается в два раза.

Следующий критерий, по которому были выявлены различия, – *стаж работы* в данной организации. Амбивалентность и дезидентификация в большей степени характерны для сотрудников, которые работают в организации от 1 до 5 лет ($p = 0,00$). Такие результаты могут быть связаны с тем, что в первые годы работы молодые специалисты сталкиваются со множеством сложных организационных процессов, которые способны приводить к слабому пониманию ценностей и целей, что вызывает амбивалентность. Дезидентификация также является активным отделением от организации, а не просто случайным несоответствием признаков. Вероятно, молодые специалисты планируют в скором времени поменять место работы. Идентификация характерна для тех сотрудников, которые работают в организации от 5 до 10 лет ($p = 0,00$).

С *нейтральной идентификацией* значимых различий выявлено не было.

Различия были также получены при разделении выборки по *важности карьерного роста*. Амбивалентность, дезидентификация и нейтральная идентификация характерны для сотрудников, которые оценили карьерный рост как не очень важный фактор ($p = 0,00$). С *идентификацией* значимых различий выявлено не было. Предположительно, такие результаты могут быть связаны с тем, что жизненные цели сотрудников не связаны с развитием организации.

Следующий критерий, по которому выявлены различия, – это *семейный статус*. Нейтральная идентификация в большей степени характерна для сотрудников, потерявших супругов ($p = 0,00$). Как было отмечено Г. Е. Kreiner и В. F. Ashforth, нейтральная идентификация может быть не просто отсутствием привязанностей в организации, а когнитивным состоянием и способом восприятия. У таких сотрудников фокус внимания переключен на внутреннее состояние. Идентификация в большей степени характерна для сотрудников, состоящих в официально зарегистрированных отношениях ($p \leq 0,01$). Амбивалентность и дезидентификация в большей степени появляется у сотрудников, которые не состоят в отношениях ($p = 0,00$).

Различия были выявлены по *наличию детей*. Амбивалентность и дезидентификация характерны для сотрудников, которые не имеют детей ($p = 0,00$).

Идентификация же характерна для сотрудников, имеющих детей ($p = 0,00$). С *нейтральной идентификацией* значимых различий выявлено не было.

Различия были выявлены по *возрасту детей* сотрудников. Идентификация с организацией в большей степени характерна для тех сотрудников, у которых детям от 19 до 24 лет ($p = 0,00$). Можно предположить, что такие результаты связаны с тем, что за взрослыми детьми не нужен постоянный контроль, т. к. многие либо работают сами, либо учатся в других городах. Сотрудник способен еще больше уделять времени работе.

Нейтральная идентификация характерна для сотрудников, детям которых меньше 5 лет ($p = 0,00$). Предположительно, такие результаты объясняются тем, что со-

трудники находятся в отпуске по уходу за ребенком. Сотрудник не идентифицирует себя с организацией, но при этом и не разотождествляется с ней, т. к. ключевую позицию занимает новый член семьи. Принадлежность сотрудника к данной организации все еще является значимой и даже заметной.

Дезидентификация характерна для сотрудников, которые имеют детей в возрастной категории от 5 до 13 лет ($p = 0,00$). Различия также были выявлены по *количеству детей*. *Дезидентификация* характерна для тех, кто имеет двух и более детей ($p \leq 0,04$). Исследование показывает, что эти результаты характерны для женщин. Можно предположить, что такие результаты связаны с недавним выходом на работу из отпуска по уходу за ребенком. Вполне вероятно, что из-за долгого отсутствия на рабочем месте начало происходить активное отделение от организации. Такие сотрудницы определяют себя как не обладающие теми качествами или принципами, которые, по их мнению, определяют организацию.

Различия были получены также при разделении выборки по *занимаемым должностям*. *Амбивалентность* в большей степени характерна для специалистов, чем для руководителей ($p = 0,00$). Можно предположить, что такие результаты связаны с тем, что у специалистов узконаправленная специализация и стратегического видения они не имеют, поскольку не обладают полнотой информации (не посещают совещания, планерки и т. д.), что приводит к сложности принятия решений. *Идентификация* более характерна для начальников отделов, нежели для генеральных директоров ($p = 0,00$). В данном исследовании была проанализирована продолжительность работы на должности генерального директора, которая в среднем не превысила 6 лет. Так как высшее руководство нацелено на результат, генеральных директоров снимают с должности чаще (большое влияние внешних факторов). В это же время началь-

ники отделов остаются на должности длительное время и в меньшей мере зависят от внешних факторов. С *дезидентификацией* и *нейтральной идентификацией* значимых различий выявлено не было.

Заключение

В целом для выборки в большей степени характерна идентификация с организацией. Исследование показало, что существуют значимые различия в организационной идентификации сотрудников по различным признакам. Идентификация наблюдается у сотрудников, работающих в организации от 5 до 10 лет; удовлетворенных заработной платой; состоящих в официально зарегистрированных отношениях; имеющих детей в возрасте от 19 до 24 лет; занимающих руководящие должности.

Амбивалентность характерна для сотрудников в возрасте от 21 до 27 лет, работающих в организации от 1 до 5 лет, считающих, что карьера не является крайне важным фактором; не состоящих в отношениях; не имеющих детей; занимающих должность специалиста.

Дезидентификация характерна для сотрудников со стажем работы от 1 до 5 лет; не удовлетворенных заработной платой; не считающих карьеру крайне важным фактором; не состоящих в отношениях; имеющих двух и более детей в возрасте от 5 до 13 лет. Нейтральная идентификация характерна для сотрудников, которым не важен карьерный рост; которые потеряли супругов; имеют детей в возрасте менее 5 лет.

Организационная идентификация – одна из важнейших характеристик внутриорганизационной среды и стоящих перед сотрудниками задач профессиональной деятельности. Полученные результаты исследования позволят проанализировать, насколько сотрудник принимает цели, ценности и миссию организации. От этого во многом зависит умение справляться с ситуацией неопределенности, часто возникающей в профессиональной деятельности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Tajfel, H. An integrative theory of intergroup conflict / H. Tajfel, J. C. Turner. – Monterey : Brooks : The social psychology of intergroup relations, 1979. – P. 33–47.
2. Baumeister, R. F. The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motive / R. F. Baumeister, M. R. Leary // Psychological Bulletin. – 1995. – Vol. 117. – P. 497–529.

3. Tyler, T. R. The group engagement model: Procedural justice, social identity, and cooperative behavior / T. R. Tyler, S. L. Blader // *Personality and Social Psychology Review*. – 2003. – Vol. 7. – P. 349–361
4. Tajfel, H. *Differentiation between social groups* / H. Tajfel. – London : Academic Press. – 1978. – Vol. 14. – 474 p.
5. Hogg, M. A. Subjective uncertainty reduction through selfcategorization: A motivational theory of social identity processes / M. A. Hogg // *European Review of Social Psychology*. – 2000. – Vol. 11. – P. 223–255.
6. Hogg, M. A. Towards a single-process uncertainty reduction model of social motivation in groups / M. A. Hogg, D. Abrams // *Group motivation: Social psychological perspectives*. – 1993. – P. 173–190.
7. Intragroup and intergroup evaluation effects on group behavior / N. R. Branscombe [et al.] // *Personality and Social Psychology Bulletin*. – 2002. – Vol. 28. – P. 744–753.
8. Deaux, K. Reconstructing social identity / K. Deaux // *Personality and Social Psychology Bulletin*. – 1993. – Vol. 19. – P. 4–12.
9. Mael, F. Alumni and their alma mater: a partial test of the reformulated model of organizational identification / F. Mael, B. F. Ashforth // *Journal of Organizational Behavior*. – 1992. – Vol. 13. – P. 103–123.
10. Individuality and Social Influence in Groups: Inductive and Deductive Routes to Group Identity / T. Postmes [et al.] // *Journal of Personality and Social Psychology*. – 2005. – Vol. 89. – P. 747–763.
11. When group membership gets personal: A theory of identity fusion / W. B. Swann [et al.]. – *Psychological Review*. – 2012. – Vol. 119. – P. 441.
12. An integrative model of social identification self-stereotyping and self-anchoring as two cognitive pathways / R. Van Veelen [et al.] // *Personality and Social Psychology Review*. – 2015. – Vol. 20. – P. 3–26.
13. Наумцева, Е. А. Роль организационной идентификации в ситуации организационных изменений / Е. А. Наумцева // *Организац. психология*. – 2019. – Т. 9, № 2. – С. 106–128.
14. Ловаков, А. В. Организационная идентификация и приверженность персонала: сходство и различие / А. В. Ловаков, С. А. Липатов // *Психология. Журн. Высш. шк. экономики*. – 2011. – Т. 8, № 2. – С. 69–80.
15. Kreiner, G. E. Evidence toward an expanded model of organizational identification / G. E. Kreiner, B. F. Ashforth // *Journal of Organizational Behavior*. – 2004. – Vol. 25. – P. 1–27.
16. Turner, J. C. *Self-categorization theory and social influence* / J. C. Turner, P. J. Oakes. – Hillsday : Psychology of group influence, 1989. – P. 233–275.
17. Tajfel, H. The social identity theory of group behavior / H. Tajfel, J. C. Turner // *Psychology of Intergroup Relations*, 2004. – P. 276–293.
18. Edwards, M. R. Organizational identification: Development and testing of a conceptually grounded measure / M. R. Edwards, R. Peccei // *European Journal of Work and Organizational Psychology*. – 2007. – Vol. 16. – P. 25–57.
19. Бурмистрова, О. Н. Организационная идентификация и оценка сотрудниками эффективности деятельности руководителя : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05 / О. Н. Бурмистрова. – М., 2010. – 160 л.

REFERENCES

1. Tajfel, H. An integrative theory of intergroup conflict / H. Tajfel, J. C. Turner. – Monterey : Brooks : The social psychology of intergroup relations, 1979. – P. 33–47.
2. Baumeister, R. F. The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motive / R. F. Baumeister, M. R. Leary // *Psychological Bulletin*. – 1995. – Vol. 117. – P. 497–529.
3. Tyler, T. R. The group engagement model: Procedural justice, social identity, and cooperative behavior / T. R. Tyler, S. L. Blader // *Personality and Social Psychology Review*. – 2003. – Vol. 7. – P. 349–361

4. Tajfel, H. Differentiation between social groups / H. Tajfel. – London : Academic Press. – 1978. – Vol. 14. – 474 p.
5. Hogg, M. A. Subjective uncertainty reduction through selfcategorization: A motivational theory of social identity processes / M. A. Hogg // *European Review of Social Psychology*. – 2000. – Vol. 11. – P. 223–255.
6. Hogg, M. A. Towards a single-process uncertainty reduction model of social motivation in groups / M. A. Hogg, D. Abrams // *Group motivation: Social psychological perspectives*. – 1993. – P. 173–190.
7. Intragroup and intergroup evaluation effects on group behavior / N. R. Branscombe [et al.] // *Personality and Social Psychology Bulletin*. – 2002. – Vol. 28. – P. 744–753.
8. Deaux, K. Reconstructing social identity / K. Deaux // *Personality and Social Psychology Bulletin*. – 1993. – Vol. 19. – P. 4–12.
9. Mael, F. Alumni and their alma mater: a partial test of the reformulated model of organizational identification / F. Mael, B. F. Ashforth // *Journal of Organizational Behavior*. – 1992. – Vol. 13. – P. 103–123.
10. Individuality and Social Influence in Groups: Inductive and Deductive Routes to Group Identity / T. Postmes [et al.] // *Journal of Personality and Social Psychology*. – 2005. – Vol. 89. – P. 747–763.
11. When group membership gets personal: A theory of identity fusion / W. B. Swann [et al.]. – *Psychological Review*. – 2012. – Vol. 119. – P. 441.
12. An integrative model of social identification self-stereotyping and self-anchoring as two cognitive pathways / R. Van Veelen [et al.] // *Personality and Social Psychology Review*. – 2015. – Vol. 20. – P. 3–26.
13. Naumceva, Ye. A. Rol' organizacionnoj identifikacii v situacii organizacionnykh izmijenienij / Ye. A. Naumceva // *Organizac. psihologija*. 2019. – T. 9, № 2. – S. 106–128.
14. Lovakov, A. V. Organizacionnaja identifikacija i privierzhennost' piersonala: skhodstvo i razlichije / A. V. Lovakov, S. A. Lipatov // *Psikhologija. Zhurn. Vyssh. shk. ekonomiki*. – 2011. – T. 8, № 2. – С. 69–80.
15. Kreiner, G. E. Evidence toward an expanded model of organizational identification / G. E. Kreiner, B. F. Ashforth // *Journal of Organizational Behavior*. – 2004. – Vol. 25. – P. 1–27.
16. Turner, J. C. Self-categorization theory and social influence / J. C. Turner, P. J. Oakes. – Hillsday : Psychology of group influence, 1989. – P. 233–275.
17. Tajfel, H. The social identity theory of group behavior / H. Tajfel, J. C. Turner // *Psychology of Intergroup Relations*, 2004. – P. 276–293.
18. Edwards, M. R. Organizational identification: Development and testing of a conceptually grounded measure / M. R. Edwards, R. Peccei // *European Journal of Work and Organizational Psychology*. – 2007. – Vol. 16. – P. 25–57.
29. Burmistrova, O. N. Organizacionnaja identifikacija i ocnka sotrudnikami effiektivnosti diejatiel'nosti rukovoditeliia : dis. ... kand. psihol. nauk : 19.00.05 / O. N. Burmistrova. – M., 2010. – 160 l.