

ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛА В ИЗМЕНЯЮЩЕМСЯ МИРЕ

ПОНИМАНИЕ МОЛОДЕЖЬЮ БЛОГИНГА КАК ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

© 2019 г. Л.С. Бурлаченко

*Аспирантка кафедры истории и философии, Кубанский государственный
технологический университет, г. Краснодар;
E-mail: larisa-lulu@yandex.ru*

Постиндустриальная эпоха характеризуется появлением новых видов деятельности, которые со временем обретают все характеристики профессиональной, что делает необходимым их изучение и анализ. Одним из видов такой деятельности является блогинг. Поскольку блогер не является официально признанной в России профессиональной деятельностью, целью статьи стало исследование репрезентации блогинга в массовом сознании. В данной статье изучается понимание блогерства и блогеров студентами высших учебных заведений.

Ключевые слова: блогер, блогинг, профессиональная деятельность, социальные сети, блог, профессия

В мире высокоразвитых технологий будет лишним упоминать о популярности социальных сетей. Современный человек значительную часть своего времени проводит в интернете (примерно 2 часа 20 минут в сутки российские пользователи тратят только на социальные сети), где можно сделать почти всё: купить продукты и одежду, оплатить счета, заказать документы, запланировать путешествие, послушать музыку, почитать не только интересную, но и полезную информации, поработать и отдохнуть (Сенченко, 2015).

Вместе с новыми технологиями появляются новые феномены общественной жизни: новые типы коммуникаций, новые профессии, новые

формы товарно-денежных отношений. Все эти явления требуют научного изучения и исследования для глубокого их понимания, и накопления знаний для последующих поколений.

Современные технологии привели к появлению такой профессии как блогер. Это человек, ведущий блог, где он делится со своими читателями разного рода контентом. В современном мире блоггерство становится профессиональной деятельностью, которая, однако, не имеет официального закрепления в каких-либо документах. В обществе постмодерна и уникальных технологий постоянно появляются новые виды профессиональной деятельности. Блоггерство является одной из них. Данный феномен быстро и широко распространился по сети и в офлайн режиме за относительно небольшой срок.

Согласно большинству словарей, профессиональная деятельность представляет собой род трудовой деятельности (занятий) человека, владеющего комплексом специальных теоретических знаний и практических навыков, приобретенных в результате специальной подготовки, опыта работы (Словари на Академикe, 2018).

В ходе контент-анализа словарей были определены следующие маркеры профессиональной деятельности. Это, прежде всего, деятельность, совокупность действий, выполняя которые можно получить результат.

Обычно профессиональная деятельность требует наличия у субъекта специальных знаний и практических навыков для ее осуществления. Традиционно право на осуществление профессиональной деятельности подтверждается документом об образовании.

Еще одним маркером выступает постоянство такой деятельности. Для индивида его профессия становится основным родом деятельности и средством к существованию.

По всем описанным выше маркерам, за исключением наличия официального документа о полученной профессии, можно отнести

блоггерство к профессиональной деятельности. Появляясь как средство проведения досуга или развлечения, постепенно блог становится постоянной деятельностью индивида и начинает приносить ему доход. Причем вести такой блог возможно, только при наличии определенных знаний и практических умений.

Кроме названных маркеров, можно еще коснуться социальной значимости профессии, поскольку любая профессиональная деятельность так или иначе создает определенный общественный продукт, имеющий ценность. Овладение профессиональной деятельностью является ведущей индивидуальной целью профессионального становления конкретного человека, т.к. она является средством реализации его потенциалов и удовлетворения духовных, социальных и материальных потребностей (Поваренков, 2018).

Хотя официально эта профессиональная деятельность не закреплена в документах, на сегодняшний день блоггингом занимаются достаточное количество пользователей и получают от этого занятия доход. На основе теоретического анализа было выявлено, что исследователи сравнивают блоггинг с профессиональной журналистикой. Причем часть ученых утверждает (Леньков, 2018), что блоггеры – это не профессиональные специалисты, следовательно, их деятельность носит скорее досуговый характер. Другая группа исследователей (Мартьянова, Рубцова, 2018) отмечает, что блоггинг – это новая форма журналистики, отличная от традиционных СМИ.

Пользователи ведут блоги не только на специальных платформах, но на своих страницах в социальных сетях. Несмотря на то, что эти два вида интернет-коммуникации отождествлены и в сознании людей, и в исследованиях некоторых ученых они имеют определенные различия и по-разному влияют на повседневные практики индивида (Королева, 2016; Мирошниченко, 2016). Если в социальных сетях формирование

идентичности идет через аватар, информацию о себе и причастность к виртуальным группам и сообществам, то в блогах этот же процесс реализуется, главным образом, через текст и тот контент, который блогер представляет своей аудитории.

«Для определения идентичности, взята теория Х. Тэджфела и Дж. Тэрнера, потому что в сети прослеживается становление идентичности индивидуальной через социальную. Индивид формирует ее через активной деятельность в виртуальных социальных группах (пабликах, блогах, сообществах и т.д.)

Идентичность предстает как когнитивная система, которая играет роль регуляции поведения. Она включает в себя две подсистемы: личностную идентичность и социальную идентичность. Первая раскрывается через самоопределение в терминах физических, интеллектуальных и нравственных черт. А социальная идентичность складывается из отдельных идентификаций и определяется принадлежностью человека к различным социальным категориям: расе, национальности, полу и т.д.» (Сенченко, 2015, с. 100).

Кроме того, исследователи рассматривают блогинг не только как новый вид профессиональной деятельности, но и как субкультуру, вид коммуникации, инструмент построения идентичности, способ рефлексии.

«Повествовательное конструирование индивидом своего образа в блоге, является важнейшим механизмом формирования идентичности. Блог помогает человеку, обратиться к хранимым в автобиографической памяти отрывкам прошлого для устойчивого формирования образа Я, преодоление травматических событий в жизни, решения психологических проблем. Ведение блога подразумевает рефлексия с расчетом поддержания своей идентичности» (Сенченко, 2015, с. 100).

По мнению Н.А. Сенченко «блог представляет собой веб-сайт, основное содержимое, которого - регулярно добавляемые записи, содержащие текст,

изображения или мультимедиа. На сегодняшний день выделяют следующие модели блогов: 1. Блог-дневник, в нем размещаются записи, фото, аудио, видеоматериалы жизни самого автора. Интересующие его вопросы или волнующие его проблемы. 2. Блог как место размещения, своих произведений. 3. Блог как форум; задачей автора в этом случае выступает организация дискуссий. 4. Рекламный-блог, автор рекламирует рестораны, магазины и т. п., даются ссылки на сайты. 5. Блог как концептуальный проект (Сенченко, 2015).

Социальные сети схожи с блогами, они дают возможность для самопрезентации, самохарактеризации личности. Общим свойством всех социальных сетей, включая блогосферу, является их формирование пользователями, которые вносят в нее свои ценности и нормы. В свою очередь, эти ценности и нормы могут рассматриваться как общие для социальных групп, в которые включен индивид.

Механизмы самопрезентации различаются в блогах и социальных сетях. В социальных сетях самопрезентация происходит через профиль, аватар, информации о себе. В блоге центральное место занимает авторский текст, самопрезентация в нем представляет собой фрагмент текста, характеризующийся целями автора, направленный на самохарактеризацию и воздействие на читателя. Блог оказывает влияние на формирование самоидентичности, как на индивидуальный, так и социокультурный уровень. Социокультурный уровень самоидентификации предполагает идентификацию с определенной общностью, с социальной средой. Влияние блога на уровень идентификации говорит само слово «блогер», означающее человека, ведущего блог (Королева, Тамилев, 2016).

Между тем, многие блогеры ведут свои страницы не на специальных блог-платформах, а прямо в социальных сетях, что создало новую форму интернет-коммуникации.

Блогинг - это скорее микс профессий в одной. Чтобы стать успешным и сделать блог основным доходом необходимо обладать навыками журналиста, писателя, оратора, видео- и фотооператора, иметь знания в области графического дизайна, рекламы и маркетинга, не бояться публики и выступать, постоянно поддерживать контакт с аудиторией. Кроме того, индивид должен обладать харизмой и быть стрессоустойчивым, поскольку он получает от аудитории не только позитивную реакцию, но и негативные отклики. При чем рабочее время приходится организовывать самостоятельно, и зачастую оно выходит за привычные рамки 8-ми часового рабочего дня.

Между тем, профессиональные журналисты неоднозначно отрываются о своих «непрофессиональных» коллегах: «Владимир Соловьев, председатель Союза журналистов России считает, что популярность блогера, как правило, коротка: год – два и все. И в основном они не занимаются ни социальной, ни политической тематикой. 90% блогеров – это такие девочки, которые рассказывают, как они утром проснулись, что на себя надели, что пошли покупать. Блогеры работают по принципу «одна баба сказала». И только профессиональные журналисты несут ответственность за свои слова» (Сенченко, 2015, с. 101). Эти слова только подчеркивают низкую осведомленность автора в функционировании блогосферы. На сегодняшний день существуют крупные блогеры, поднимающие острые темы именно социального характера, вызывающие отклик у аудитории. При чем, социальная сфера общества охватывает широкий круг вопросов и относить туда только лишь «девочек, которые рассказывают, как они утром проснулись», как минимум не компетентно.

«Блогерство представляет собой количественно растущую разновозрастную и полипрофессиональную группу самозанятых людей, которые активно объединяются вокруг профессии, любимого дела, увлечений».

В настоящее время блогинг – это малоизученный с точки зрения науки феномен. Большинство знаний об этом явлении носят житейский характер, они формируются исходя из собственных наблюдений индивидов и их деятельности в сети.

Целью данной статьи является выявление представления о блогинге как профессиональной деятельности в сознании молодых людей - студентов ВУЗа. Для решения поставленной цели были поставлены и решены следующие задачи:

- проанализировать теоретический материал, раскрывающий понятия профессиональной деятельности, блога, блогера как профессии;
- провести эмпирическое исследование, отражающее понимание блогинга как профессиональной деятельности студентами ВУЗа.

В анкетном опросе приняли участие 93 человека в возрасте от 18 до 22 лет, студенты Кубанского Государственного Технологического университета, где 35% женщины и 65% мужчины.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Поскольку профессия блогера не зарегистрирована в качестве официальной, становится интересным и актуальным узнать у респондентов считают ли они деятельность блогеров профессией. 45,2% молодых людей говорят, что блогер - это профессия, и соответственно 54,8% ответили, что блогинг - это не профессия. При этом, среди респондентов, уверенных в том, что блогинг - не профессиональная деятельность, больше мужчин - 56,4%, а женщины составили соответственно – 43,6%. И мужчины, и женщины сходятся во мнении, что блогинг считается профессией, только если блогер тратит много времени на подготовку контента, если он продвигает себя через рекламу у других блогеров и, главное, пишет на одну предельную тему или несколько смежных. Эти данные коррелируются с признаками, отличающими блог от обычного профиля пользователя в социальной сети.

Полезность темы постов выбрали 43% респондентов, а рассказ пользователя о собственной жизни выбрали всего 22%.

Удивительным представляется тот факт, что у респондентов нет ярко выраженного мнения по поводу того, кого можно назвать блогером. Можно ли назвать блогером любого человека, который выкладывает в сеть контент, утвердительно ответили 50,5% и соответственно 49,5% - отрицательно.

При этом респонденты подчеркивают, что блог - это обязательно контент, объединенный одной интересной и полезной для аудитории темой, а «не просто фотки из жизни». Вообще тема полезности является весьма актуальной и ключевой при изучении блогинга. Практически все респонденты отмечают, что читают блоги потому что они наполнены полезной информацией. 98% ответивших подтверждают, что блоги полезны для читателей.

Польза также является ключевым признаком, отличающим блог от обычной страницы пользователя, который постит личные фото и видео. При определении маркеров, которые отличают блог от личного профиля, 35,5% выбирают пользу постов для читателей.

При этом понятие пользы заключается в следующем: получение новых знаний и информации по интересующим вопросам, самообразование, мотивация для достижения целей, отслеживание новостей и трендов, развлечение и отдых, просмотр рекомендации блогера о покупках, путешествиях или услугах. Получение новых знаний занимает лидирующее позицию, ее отмечают 85% опрошенных. Это говорит о том, что в современном мире формы получения знаний все более изменяются, становятся гибкими. Информация окружает нас буквально повсюду и блоги становятся очень объемным, разноплановым и мобильным источником знаний, который всегда под рукой. Этот феномен, однако, поднимает проблему достоверности информации, которую транслируют блогеры. Хорошо, если блогер является профессионалом в той теме, о которой пишет.

Обычно, эти люди дополнительно работают или работали ранее кем-то и пишут об этом в блоге, например, диетологи, фитнес-тренеры, косметологи и т.д. Другое дело, когда подаваемая информация подтверждения не имеет и часто не соответствует действительности. Однако авторитет блогера заставляет читателей принять на веру эти знания. Этот вопрос представляется отдельной актуальной и интересной темой для изучения.

При этом только 15,5% читающих блоги сказали, что информация из них помогает респондентам лучше понять себя. Это заключается в возможности наблюдать за жизнью блогера и потом избегать ошибок в собственной деятельности или решать какие-либо психологические вопросы, беспокоящие его. Возможно, это связано с тем, что молодым людям при формировании собственной личности, необходимы образцы поведения, помогающие решать кризисные ситуации.

Польза для общества является своеобразным продуктом блогинга и одновременно один из маркеров, определяющих деятельность как профессиональную. Кроме очевидной пользы в форме новой информации для пользователей, блоги также становятся новой формой СМИ. Блогеры зачастую намного оперативнее публикуют своё мнение об актуальных событиях и этим, вызывают интерес аудитории, ее реакции на произошедшие события, представляют альтернативу точке зрения, отличающуюся от информации, поданной в официальных источниках. Далее рассмотрим и проанализируем соотношение блогинга и остальных маркеров профессии.

Подтверждение профессии официальным документом об образовании. В настоящее время нет ни одного учебного заведения в России, которое выдало бы выпускнику диплом со специальностью блогер. Самыми близкими профессиями здесь будут журналистика, и, возможно, филология, а смежными будут маркетолог, реклама, продюсирование, связи с общественностью. Респонденты отмечают, что выучится на блогера можно

только путем самообразования или пройдя курсы и вебинары от других уже опытных и крупных блогеров. Интересным является тот факт, что блогеры учат других блогеров, как в прежние времена, когда профессиональные знания передавались от учителя к ученику.

Таким образом, никакого документа о классическом образовании у блогера нет. Однако, как говорилось выше, блогер может быть профессионалом в той области, о которой пишет – кондитером, юристом, диетологом и т.д. В этом случае проверить экспертность блогера также проблематично, поскольку документ о профессиональном образовании в профиле не размещается.

Любой профессиональной труд обычно оплачивается. Как, по мнению респондентов, зарабатывают блогеры? Самым популярным ответом является реклама 100%, это может быть реклама других блогеров, товаров, брендов, услуг. Также респонденты выделили такие виды заработка как количество просмотров, он будет характерен для видео-блогеров на канале Youtube. И популярным является бартер и другие виды сотрудничества, в результате блогер получает какой-либо товар или услугу бесплатно, а взамен рассказывает об этом товаре у себя в блоге. В целом же видно, что большинство респондентов не понимают, откуда блогеры получают доход. Поскольку в качестве его источника указали лишь рекламу. В то время как, исходя из собственных наблюдений, блогеры могут зарабатывать также на личных профессиональных консультациях, продажах своих курсов и вебинаров, товаров собственного производства, разработке рекламных макетов для других блогеров.

При этом 43% опрошенных считают, что блог можно сделать средством постоянного и регулярного заработка индивида. А 43% молодых людей отметили, что размер заработка зависит от размера аудитории блога, 13% выбрали вариант от 30 до 70 тысяч рублей в месяц, 6,5% сказали, что

блогеры зарабатывают от 70 до 100 тыс рублей в месяц, 6,5% - от 100 до 500 тыс рублей в месяц и 4,3% - более 500 тысяч рублей в месяц.

Респондентам так же был предложен адаптированный вариант ассоциативного эксперимента, где им надо было написать любые ассоциации на слово «блогер». Исходя из этих данных можно построить своеобразный портрет блогера, который складывается у молодых людей в возрасте от 18 до 22-х лет.

Блогер это открытый человек, который постоянно постит фото и видео на своей странице, имеет большое количество подписчиков, путешествует, все время проводит «залипая» в телефон. Вообще коммуникативные качества такие как, общительность, открытость, умение заинтересовать и удержать внимание аудитории, лидируют по количеству выборов респондентами. Молодые люди ищут в блогах поддержку и поэтому логично предположить, что они хотят видеть позитивно настроенного человека. Психологически респондентам комфортнее наблюдать за реальными людьми, с которыми они могут ассоциировать собственную личность, что стимулирует следовать рекомендациям блогера. Удивительным кажется тот факт, что при открытости, которая предполагает показ блогером части своей личной жизни, респондентами ценится информативность блога. Более того, они отмечают, что если человек выкладывает в сеть личные фото и рассказы о собственной жизни, то он не является блогером.

Таким образом, можно сделать следующие выводы:

- в представлении молодежи блогер не является профессией. Поскольку молодые люди считают, что не любой контент, выставляемый в сети, может относиться к блогингу. Этот вывод является несколько противоречивым, поскольку респонденты считают, что постинг собственных личных фото и видео не является профессиональным блогингом и в то же время подчеркивают, что блогер должен быть открытым своей аудитории. А также отмечают, что, когда блогер

рассказывает о своей личной жизни, это позволяет его аудитории учиться на примере и разрешать похожие ситуации.

- научиться этой профессии можно только у других блогеров, что также представляется интересным феноменом для дальнейшего изучения. Возможно, что в дальнейшем это станет одной из причин образования новой специальности для обучения в образовательных учреждениях.

Изучение блогинга и блогеров как современного социального явления имеет обширное количество вопросов, которые можно и нужно изучать. Следует отметить, что блоги становясь огромным источником информации оказывают влияние на образование в целом, что тоже является актуальным для дальнейшего изучения.

ЛИТЕРАТУРА

- Королева Д., Тамилев Е.* «Портрет» современного подростка через его самопрезентацию в социальной сети // Современная зарубежная психология. 2016. Т. 5. № 2. С. 55–61.
- Леньков С.Л., Рубцова Н.Е.* Это неуловимое понятие профессии // Институт психологии Российской академии наук. Организационная психология и психология труда. 2018. Т. 3. № 3. С. 9-38.
- Мартыанова Н.А., Рубцова М.В.* Практики управления идентичностью бьюти-блогеров: мультимодальный подход к анализу депрофессионализации // URL: <http://st-hum.ru/en/node/233> (дата обращения: 6.02.2019).
- Мирошниченко И.В.* Формирование идентичности в онлайн-пространстве сетевого общества // Сборник научных статей XIX Объединенной конференции «Интернет и современное общество» IMS-2016, Санкт-Петербург, 22–24 июня 2016 г. С. 101-107.

Наука и технологии: сколько пользователей в Instagram // URL: <https://www.ferra.ru/ru/techlife/news/2018/06/21/instagram-1-billion-users/> (дата обращения: 11.10.2018).

Поварёнков Ю.П. Уточнённая характеристика типов и видов деятельности профессионала // Институт психологии Российской академии наук. Организационная психология и психология труда. 2018. Т. 3. № 2. С. 4-26.

Сенченко Н.А. Блог как способ нарративного конструирования идентичности в условиях сетевой культуры // Евразийский союз ученых. 2015. № 8-4. С. 100-102.

Социальные сети: статистика // URL: <https://ichip.ru/socialnye-seti-zanimatel'naya-statistika.html> (дата обращения: 11.10.2018).

Словари и энциклопедии на Академике // URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/dmitriev/4343/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%84%D0%B5%D1%81%D1%81%D0%B8%D1%8F> (дата обращения: 11.10.2018).

Черняева К.С. Практики формирования идентичности в социальных сетях Интернет // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/praktiki-formirovaniya-identichnosti-v-sotsialnyh-setyah-interneta> (дата обращения: 5.02.2019).

Статья поступила в редакцию: 29.01.2019. Статья опубликована: 30.03.2019.

YOUNG GENERATION INSIGHT INTO BLOGGING AS CAREER

© 2019 Larisa S. Burlachenko*

*Post-graduate student, Kuban State University of Technology, Krasnodar;
e-mail: larisa-lulu@yandex.ru*

The post-industrial era is characterized by the emergence of new types of activity, which eventually acquire all the characteristics of a professional one, which makes it necessary to study and analyze them. One of these activities is blogging. Since a blogger is not an officially recognized professional activity in Russia, the purpose of the article was to study the representation of blogging in the mass consciousness. This article explores the understanding of bloggership and bloggers by university students.

Keywords: blogger, blogging, professional activities, social networks, blog, profession

REFERENCES

- Koroleva, D., Tamilov, E. (2016). Portret sovremennogo podrostka cherez ego samoprezentaziyu v socialnyuh setyah ["Portrait" of a modern teenager through his self-presentation on a social network]. *Sovremennaya Zarubezhnaya Psikhologiya [Modern Foreign Psychology]*, 2, 55-61.
- Lenkov, S.L., Rubtsova, N.E. (2018). Eto neulovimoye ponyatiye professii [This is the elusive concept of the profession]. *Institut Psihologii Rossijskoj Akademii Nauk. Organizacionnaya Psihologiya i Psihologiya Truda [Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences. Organizational Psychology and Psychology of Labor]*, 3 (3), 9-38.
- Martyanova, N.A., Rubtsova, M.V. (2019). Praktiki upravleniya identichnost'yu b'yuti-bloggerov: mul'timodal'nyy podkhod k analizu deprofessionalizatsii [Identity management practices for beauty bloggers: a multimodal approach to the analysis of deprofessionalization]. URL: <http://st-hum.ru/en/node/233> (access date: 02.02.2019).
- Miroshnichenko, I.V. (2016) Formirovanie identichnosti v onlain prostranstve setevogo soobchestva [Formation of identity in the online space of the network society]. Collection of scientific articles of the XIX Joint Conference "The Internet and Modern Society" IMS-2016, St. Petersburg, June 22–24, 101-107.

- Povaryonkov, Yu.P. (2018). Utochnonnaya kharakteristika tipov i vidov deyatel'nosti professionala [Refined characteristics of the types and activities of a professional]. *Institut Psihologii Rossijskoj Akademii Nauk. Organizacionnaya Psihologiya i Psihologiya Truda [Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences. Organizational Psychology and Psychology of Labor]*, 3 (2), 4-26.
- Senchenko, N.A. (2015). Blog kak sponson narrativnogo konstruirovaniya identichnosti v usloviyah setevoy kultura [Blog as a way of narrative construction of identity in a network culture]. *Eurasian Union of Scientists [Eurasian Union of Scientists]*, 8-4, 100-102.
- Social networks: statistics (2018). URL: <https://ichip.ru/socialnye-seti-zanimatel'naya-statistika.html> (access date: 11.10.2018).
- Science and technology: how many users are on Instagram (2018). URL: <https://www.ferra.ru/ru/techlife/news/2018/06/21/instagram-1-billion-users/> (access date: 11.10.2018).
- Dictionaries and Encyclopedias on Academica (2018). URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/dmitriev/4343/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%84%D0%B5%D1%81%D1%81%D0%B8%D1%8F> (access date: 11.10.2018).
- Chernyaeva, K.S. (2019). Praktiki formirovaniya identichnosti v sotsial'nykh setyakh Internet [The practice of identity formation in the social networks of the Internet]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/praktiki-formirovaniya-identichnosti-v-sotsialnyh-setyah-interneta> (access date: 5.02.2019).

The article was received: 29.01.2019. Published online: 03.30.2019

Библиографическая ссылка на статью:

Бурлаченко Л.С. Понимание молодежью блогинга как профессиональной деятельности // Институт психологии Российской академии наук. Организационная психология и психология труда. 2019. Т. 4. № 1. С. 183-198.

Burlachenko, L.S. (2019). Ponimaniye molodezh'yu bloginga kak professional'noy deyatel'nosti [Young generation insight into blogging as career]. *Institut Psikhologii Rossiyskoy Akademii Nauk. Organizatsionnaya Psikhologiya i Psikhologiya Truda* [Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences. Organizational Psychology and Psychology of Labor], 4 (1), 183-198.

Адрес статьи:

<http://work-org-psychology.ru/engine/documents/document443.pdf>