

# СВЯЗЬ ОБЩИХ ЦЕННОСТЕЙ И ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАЦИЙ В ТРУДОВОМ КОЛЛЕКТИВЕ В КОНТЕКСТЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

**Набок Оксана Анатольевна**

Аспирант, НОЧУ ВО «Московский институт  
психоанализа»  
nabok.oxana@gmail.com

## THE RELATIONSHIP BETWEEN SHARED VALUES AND INTERNAL COMMUNICATION IN THE WORKING TEAM IN THE CONTEXT OF INNOVATION

**O. Nabok**

**Summary: Background.** Research on the relationship between shared values and internal communication within an organization in the context of innovation can play an important role in developing recommendations for fostering a strong corporate culture in organizations that are open to improving their processes and enhancing the quality of their products and services. This research can contribute to a deeper understanding of the factors that influence the effectiveness of innovation, which can lead to the development of more effective strategies for managing innovation projects and improving the competitiveness of organizations.

**Objectives.** The study of the hypothesis of the connection between common values in the workforce and the features of internal communication in it in the context of the innovative activity of the organization.

**Study Participants.** The sample of subjects in the practical study consisted of employees from 20 Russian companies in three industries: information technology, media, and logistics (at least 70% of the total staff).

**Methods.** As part of the theoretical research, a review of scientific papers devoted to the analysis of the problem was carried out, and the empirical research was conducted by analyzing correlations (correlation criterion) and conducting a comparative analysis (Kruskal-Wallis criterion).

**Results.** Research has confirmed that fostering shared values within an organization can lead to more effective communication and a more open approach to initiatives.

**Conclusions.** There is a statistically significant relationship between shared values, team cohesion, communication within the team (system of collaboration and teamwork), and openness to innovation.

**Keywords:** organizational culture, value-based management, team communication, innovation culture, and organizational psychology.

**Аннотация: Актуальность.** Исследование гипотезы о связи наличия общих ценностей и внутренних коммуникаций в трудовом коллективе в контексте инновационной деятельности может играть важную роль в разработке рекомендаций по развитию корпоративной культуры в организациях, которые открыты к совершенствованию своих процессов, повышению качества продуктов и услуг. Исследование может способствовать более глубокому пониманию факторов, влияющих на эффективность инновационной деятельности, что, в свою очередь, может привести к разработке более эффективных стратегий по управлению инновационными проектами и повышению конкурентоспособности организаций.

**Цель.** Исследование гипотезы о связи общих ценностей в трудовом коллективе и особенностей внутренней коммуникации в нём в контексте инновационной деятельности организации.

**Выборка.** Выборку испытуемых при проведении практического исследования составили сотрудники 20 российских компаний из 3 отраслей: информационные технологии, медиа, логистика (не менее 70% от общей численности штатного состава).

**Методы.** В рамках теоретического исследования осуществлён обзор научных трудов, посвящённых анализу проблематики, эмпирическое исследование проводилось путём анализа корреляций (критерий корреляции) и сравнительного анализа (критерий Краскала-Уоллеса).

**Результаты.** Исследования подтвердили, что формирование общих ценностей в трудовом коллективе может способствовать более эффективной коммуникации и открытости инициативам.

**Выводы.** Существует статистически значимая связь между наличием общих ценностей, сплочённостью коллектива, коммуникации в нём (системой взаимодействия и работы в команде) и открытостью инновациям.

**Ключевые слова:** организационная культура, управление по ценностям, коммуникации в команде, культура инноваций, социальная психология в организации.

### Введение

В 21 веке эффективность, конкурентоспособность и потенциал развития организаций в большой степени зависят от слаженности и коммуникации в команде (трудовом коллективе). И корпоративная культура (как совокупность ценностей, значимых принципов, подходов и традиций, принятых в организации) является одним из важнейших факторов, от которых это зави-

сит. Согласно многочисленным исследованиям, сильная корпоративная культура организации положительно сказывается на показателях работы, способствует продуктивности и позитивному восприятию инициатив по повышению эффективности [1].

Одним из важных аспектов формирования открытой корпоративной культуры является внутренняя коммуникация. Так, О. А. Гаврилова в своей работе пишет

о том, что она играет значительную роль в создании и поддержании позитивной атмосферы, которая снижает уровень неприятия инноваций [2]. А Я.А. Николаева отмечает, что эффективная внутренняя коммуникация способствует укреплению связей между сотрудниками, повышению их включённости в рабочие процессы и, как следствие, повышению общей результативности при запуске (интеграции) процессов и проектов, связанных с инновациями [6].

Обзор научных работ также показывает, что существует взаимосвязь между характеристиками сотрудников, их идентичностью и эффективностью коммуникации в организации. В частности, было выявлено, что определённые характеристики сотрудников, их паттерны поведения, основанные на внутренних ориентирах и приоритетах, могут оказывать существенное влияние на скорость распространения информации, формирование общих целей и, как следствие, результаты работы организации, её развитие и адаптацию к меняющимся внешним условиям [3]. А такие психологические факторы играют важную роль в создании команды единомышленников — людей, которые смотрят в одну сторону и нацелены на совместное развитие [4].

Представим личность человека как сложную структуру, которая включает три измерения:

1. Личностные особенности. Черты характера, когнитивные особенности, темперамент. Они формируются в первую очередь под влиянием генетических особенностей, воспитания и опыта, приобретённого в течение жизни, и сохраняются сравнительно неизменными, хотя могут претерпеть некоторые изменения под влиянием определённых событий и открытий.
2. Ценности поколений. Связаны с контекстом исторической эпохи и определяют наше поведение в различных ситуациях и особенности построения отношений с людьми, мировоззрение и потребности.
3. Культурные коды. Среда, в которой мы живём, оказывает влияние на то, какие ценности для нас приоритетны, какую стратегию поведения мы выберем в ответ на происходящее [5].

«Стыковка» ценностей людей как важных внутренних ориентиров, приоритетов, помогают найти точки соприкосновения, создать ощущение сопричастности и формируют культуру единомышленников, основанной на доверии, открытости и взаимной поддержке [5].

Обзор научных исследований подтверждают наличие взаимосвязи между наличием в трудовом коллективе общих ценностей и качеством коммуникации. При этом внутренняя коммуникация рассматривается как важный элемент организационной культуры, влияющий на эффективность работы организации и её

инновационной деятельности. А в условиях развития цифровых технологий, когда скорость коммуникации увеличивается, от уровня взаимопонимания, основанного на общности мнений, принципов и ценностей, во многом зависит качество процессов и инициатив в организации [6, 7, 8].

Кроме того, важно отметить, что внутренняя коммуникация и корпоративная культура тесно связаны с удовлетворённостью сотрудников своей работой. Сотрудники, которые чувствуют себя частью команды и понимают цели и ценности организации, более мотивированы и продуктивны, объединяются вокруг общих целей. Это, в свою очередь, положительно влияет на общие результаты инновационной деятельности организации [5].

Исследования также показывают, что организации с сильной корпоративной культурой и эффективной внутренней коммуникацией лучше справляются с кризисами и изменениями. Они способны быстрее адаптироваться к новым условиям и находить инновационные решения возникающих проблем [7].

Связь между изучаемыми явлениями и эффективностью работы организации — вопрос, требующий всестороннего и глубокого изучения. Современные организации сталкиваются с необходимостью постоянного совершенствования своих внутренних процессов, чтобы оставаться конкурентоспособными на рынке. В этом контексте роль эффективной внутренней коммуникации и сильной корпоративной культуры, основанной на общих ценностях, принципах и приоритетах, становится особенно важной. Организации, которые успешно интегрируют эти элементы в свою работу, как правило, демонстрируют более высокие показатели эффективности и устойчивости.

Понимание этой связи и умение использовать её в практике управления организацией являются ключевыми факторами успеха в современных условиях.

Для анализа взаимосвязи между ценностями трудового коллектива и характером внутренней коммуникации в нём в контексте инновационного развития организации эмпирическим путём были проведены ряд опросов среди сотрудников российских организаций из разных сфер (индустрий).

#### Материалы и методы исследований

На этапе формирования выборки объектов эмпирического исследования были проанализированы наиболее актуальные статистические данные об организациях, чья деятельность включала в себя инновационные направления — эти данные были взяты из Российского статистического ежегодника за 2024 год [9].

По результатам анализа на текущий момент 4125 российских организаций в том или ином виде занимаются инновационной деятельностью (таблица 1).

Таблица 1.

Объём инновационных товаров, работ, услуг организаций по видам экономической деятельности в миллионах рублей на 2023 год [9]

Число организаций — всего в том числе:	4125
научно-исследовательские организации	1517
конструкторские организации	236
проектные и проектно-изыскательские организации	15
опытные заводы	30
образовательные организации высшего образования	990
организации промышленности, имеющие научно-исследовательские, проектно-конструкторские подразделения	491
Прочие	846

Уровень инновационной активности этих организаций (их доля от общего числа организаций), согласно данным анализа, составляет 11,3 [9]. Получается, примерно каждая одиннадцатая организация определённым образом вовлечена в инновации.

Так как в анализе не был учтён сектор ИТ, который, как мы предполагали, должен отличаться высокой инновационной активностью, мы также воспользовались данными статистического сборника «Индикаторы цифровой экономики» за 2025 год [10]. Они показали, что уровень инновационной активности в этой отрасли — 23,1, что почти в 2 раза выше, чем согласно данным пре-

дыдущего анализа.

Другой важный сектор, который также не был исследован в статистических данных, представленных выше, — сфера услуг. Для получения данных о нём мы воспользовались статистическим сборником «Индикаторы инновационной деятельности» [11], в котором указано, что в этой отрасли уровень инновационной активности российских организаций варьируется в пределах 3,7-42,5 (рисунок 1).

На основании представленных данных наиболее релевантными для исследования гипотезы о связи ценностей трудового коллектива и внутренних коммуникаций в контексте инновационной деятельности можно считать организации из сферы ИТ и услуг, так как они показывают самые высокие (в сравнении с остальными секторами) показатели инновационной активности.

Формируя выборку организаций вышеуказанных отраслей, мы также опирались на 2 важных фактора, от которых зависел успех исследования:

1. Возможность получить данные для расчётов.
2. Отсутствие сопротивления со стороны коллектива и руководства организаций.

В конечном счёте была сформирована выборка из 20 организаций России из сферы медиа, ИТ и логистики. Объектами проводимого исследования стали мужчины и женщины 27-45 лет, являющиеся сотрудниками организаций. Среди тех, кто согласился участвовать в исследовании, мы случайным образом выбрали в общей сложности порядка 150 человек.

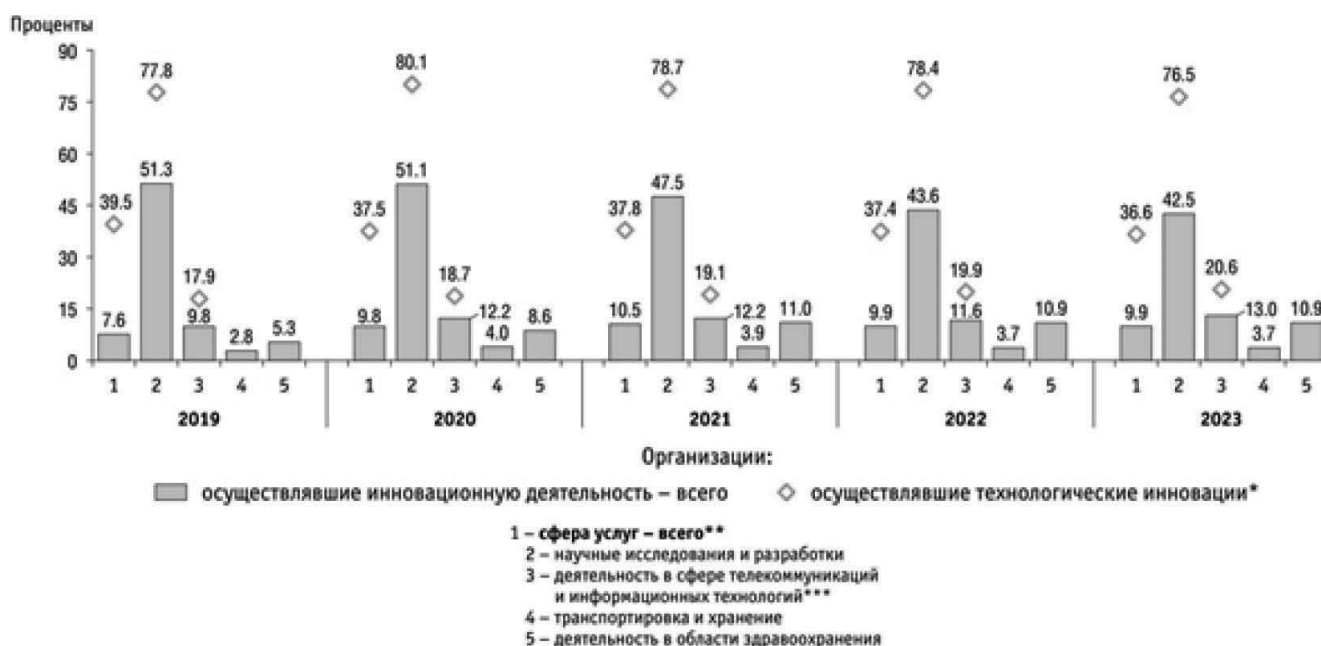


Рис. 1. Сфера услуг. Уровень инновационной активности российских организаций за 2024 год [11]

В рамках исследования был проведен сбор мнений (анкетирование) о текущей ситуации в компаниях, участвующих в исследовании, анализ основных мотивационных факторов, организационной культуры, лояльности персонала и его потребности в обучении. С этой целью этого был разработан опросник для количественного анализа гипотез о взаимосвязи различных компонентов социально-психологического климата и культуры инноваций. Опрос проводился в онлайн-режиме на независимом сайте, с целью обеспечения конфиденциальности информации.

В рамках опроса испытуемые сотрудники получили возможность давать ответы в 2 форматах:

1. Закрытый опрос. Ответы на утверждения согласно предложенной семибалльной шкале, где 1 — абсолютно согласен (согласен на 100%), 2 — согласен (согласен на 80%), 3 — скорее да, чем нет (согласен на 60%), 4 — скорее нет, чем да (согласен на 40%), 6 — абсолютно не согласен (не согласен на 100%), 7 — затрудняюсь ответить.
2. Открытый опрос. Ответы в свободной форме с возможностью написать свои пожелания и рекомендации.

Получив ответы, был посчитан средний балл по перечисленным в опроснике утверждениям (для этого поделили общее количество баллов на количество опрошенных). Так как утверждения отражали исследуемые нами показатели, после систематизации данных были получены средние баллы по 7 показателям: работа в команде (в дальнейшем будет обозначен как ценности и подходы), управление талантами, ясность стратегических целей, сила корпоративной культуры (в дальнейшем будет обозначен как взаимодействие в команде), эффективность управления, качество инноваций (в дальнейшем будет обозначен как открытость к инно-

вациям), лояльность к организации и обучение. Так как для цели описываемого исследования необходимы данные только 3 показателей, представим полученный средний балл по ним:

- ценности и подходы — 3,96;
- взаимодействие в команде — 3,51;
- открытость инновациям — 3,54.

В соответствии со шкалой опросника все 3 показателя означают, что сотрудники выражают согласие с утверждениями на 60% (скорее да, чем нет).

Также в рамках анализа была проведена социально-психологическая самооценка групп как коллективов по методике Р. С. Немова [12]. Сотрудникам испытуемых организаций был зачитан список из 70 рабочих и 5 контрольных суждений, характеризующих отношения, существующие в развитом, сформировавшемся коллективе, и предложено оценить, насколько они соответствуют отношениям в их социальной группе (коллективе), пользуясь при этом предоставленным бланком и шкалой, представленной в его верхней части. Номера суждений были обозначены в бланке вертикальными рядами цифр слева направо (рисунок 2.1). Полный список суждений представлен в приложении.

В соответствии с рекомендациями автора методики порядок работы был следующим:

- испытуемым зачитывали суждение из списка;
- испытуемые оценивали свою социальную группу (коллектив) по зачитанному суждению и выставляли справа от соответствующего ему номера выбранную оценку;
- таким образом оценивались все 75 суждений, а для тех из них, которым кто-то из испытуемых затруднялся дать оценку, он в своём бланке ставил прочерк.

Словесная оценочная шкала							
никто	почти никто	меньшинство	половина	большинство	почти все	все	затрудняюсь сказать
Количественная оценочная шкала							
0	1	2	3	4	5	6	—
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	15.
8.	9.	10.	И.	12.	13.	14.	
16.	17.	18.	19.	20.	21.	22.	30.
23.	24.	25.	26.	27.	28.	29.	
31.	32.	33.	34.	35.	36.	37.	45.
38.	39.	40.	41.	42.	43.	44.	
46.	47.	48.	49.	50.	51.	52.	60.
53.	54.	55.	56.	57.	58.	59.	
61.	62.	63.	64.	65.	66.	67.	75.
68.	69.	70.	71.	72.	73.	74.	

Рис. 2. 1. Бланк испытуемого к методике социально-психологической самооценки групп как коллектива Р.С. Немова [12]

Заполненные бланки (рисунок 2.1) анализировали, оценивая уровень развития 7 показателей отношений в трудовом коллективе: коллективизм, ответственность, контактность, организованность, сплочённость, открытость, информированность.

Для оценки достоверности использовались 5 контрольных суждений (крайний правый столбец в бланке на рисунке 2.1):

- если испытуемые при ответах на них выбирали вариант 0, считалось, что это добросовестный и внимательный ответ, а бланк признавался годным для последующего анализа;
- если один и тот же испытуемый давал правильные (0) и неправильные (другие варианты) ответы на контрольные суждения (но в общей сложности не более 3 разных цифр в ответе), для дальнейшего анализа использовалась только часть с верными ответами;
- если на контрольные суждения давалось более 3 разных ответов (скажем, 4, 1, 3 и 5), его также брали в дальнейшую работу.

Все годные для последующего анализа бланки разрезали на полосы по линиям столбцов. Полосы с одними и теми же показателями наклеивали на чистый лист бумаги рядом друг с другом. После этого для каждого из 70 рабочих суждений высчитывался средний балл (как и при анализе результатов опросника, о котором мы говорили выше). И на основании этих данных определялись средний балл развитости 7 показателей отношений в рабочем коллективе.

Для дальнейшего анализа в соответствии с целью исследования — выявить правдивость гипотезы — был взят показатель «сплочённость».

### Результаты и обсуждения

На первом этапе статистического анализа была осуществлена оценка распределения по критерию Колмогорова-Смирнова (таблица 2).

Данная оценка проведена с целью определить, какой критерий взять за основу при дальнейшем анализе:

- для корреляционного анализа — метод корреляции Пирсона, выявляющий степень и направление линейной взаимосвязи между двумя переменными, или метод корреляции Спирмена, позволяющий измерить силу и направление монотонной связи между двумя переменными, когда измерения не соответствуют требованиям параметрической статистики;
- для сравнительного анализа — критерий различий Краскела-Уоллиса, применяемый для сравнения трёх и более независимых выборок по степени выраженности какого-либо признака при отсутствии нормального распределения данных, или дисперсионный анализ, направленный на поиск зависимостей в экспериментальных данных путём исследования значимости различий в средних значениях.

Существует так называемое эталонное распределение данных, когда преобладающая часть данных, полученных от испытуемых, сосредоточена вокруг определённого среднего значения, и доля отклонений от этого среднего значения невелика.

Оценка распределения по критерию Колмогорова-Смирнова позволяет проверить, соответствует ли распределение полученных от испытуемых данных принятому среднему значению или отличается от них. В данной интерпретации мы опираемся на уровень значимости 0,05 – превышение данного значения позволяет принять статистическую гипотезу о том, что распределение не отличается от нормального. Значение ниже 0,05 является основанием для отклонения данной гипотезы и вывода о том, что распределение отличается от нормального. По показателям сплочённости, ясности целей, открытости инновациям и эффективного управления уровень значимости  $p < 0,05$ , следовательно, мы делаем вывод о том, что распределение по данным шкалам отличается от нормального. Исходя из этого для дальнейшего статисти-

Таблица 2.

Одновыборочный критерий Колмогорова-Смирнова.

Статистики критерия		Сплочённость	Наличие ценностей и подходов	Открытость к инновациям	Взаимодействие (корпоративная культура)
N		150	150	150	150
Нормальные параметры <sup>a,b</sup>	Среднее	3,4000	3,9033	3,5197	3,8531
	Стд. отклонение	,16385	,59839	,57348	,52405
Разности кстремумов	Модуль Положительные	,222	,090	,180	,095
		,222	,057	,151	,044
	Отрицательные	-,222	-,090	-,180	-,095
Статистика Z Колмогорова-Смирнова		2,722	1,102	2,200	1,161
Асимпт. знч. (двухсторонняя)		,000	,176	,000	,135

стического анализа целесообразно применять непараметрические критерии (критерий корреляции Спирмена для корреляционного анализа и критерий различий Краскела-Уоллиса для сравнительного анализа) — то есть, те, в которых мы не опираемся на показатели нормальности (средние значения).

Следующим этапом анализа является поиск связей между выявленными в ходе сбора данных показателями. С этой целью применён анализ корреляций по критерию корреляции Спирмена, выбор которого мы обосновали выше. Результаты применения корреляционного анализа представлены в таблице 3, собранной на основе полученных в рамках исследования данных, которые были обработаны с помощью программы статистической обработки SPSS.

В таблице каждый из показателей проанализирован по 3 критериям:

- N — количество испытуемых, которые приняли участие в исследовании;
- Знч. 2-сторон (p) — двусторонняя значимость, определяющая статистически значимую связь (значение <0,05 говорит о наличии приемлемой статистически значимой связи, значение >0,05 говорит об отсутствии приемлемой статистически значимой связи и вероятности допустимой ошибки);
- Коэффициент корреляции (r) — связь показателей (прямая, выраженная положительным числовым значением, при котором, когда первый из показателей меняется в одну сторону — растёт или падает — второй показатель меняется в ту же сторону; или обратная, выраженная отрицательным числовым значением, при котором, когда первый из показателей меняется в одну сторону, второй

меняется в другую — скажем, если первый растёт, второй падает) и сила этой связи (определяется тем, насколько велика разница между коэффициентами корреляции для различных показателей, и может быть сильной, слабой или умеренной).

Полученные в ходе анализа данные продемонстрировали, что показатель общих ценностей и подходов статистически значимо связан со взаимодействием в команде ( $r=0,938$ ,  $p<0,05$ ). Связь прямая, очень сильная, то есть, чем выше показатели ценностей, тем выше показатели внутренней коммуникации в коллективе.

Также анализ выявил, что показатель открытости инновациям статистически значимо связан с ценностями ( $r=0,640$ ,  $p<0,05$ ), сплочённостью ( $r=0,831$ ,  $p<0,05$ ), взаимодействием в команде ( $r=0,618$ ,  $p<0,05$ ). Связь прямая, сильная и умеренно сильная, то есть, чем выше показатели ценностей, сплочённости и взаимодействия, тем выше показатели открытости инновациям.

### Выводы

На основании обзора научных источников и проведенных эмпирических исследований были сделаны следующие выводы:

1. Эффективная внутренняя коммуникация способствует укреплению связей между сотрудниками, оперативному взаимодействию, повышению их включённости в рабочие процессы и, как следствие, повышению общей результативности при запуске (интеграции) процессов и проектов, связанных с инновациями.
2. Определённые характеристики сотрудников, их паттерны поведения, основанные на внутрен-

Таблица 3.

Корреляции 4 основных связей исследуемых показателей: сплочённость, наличие ценностей и подходов, открытость к инновациям, взаимодействие (корпоративная культура и внутренние коммуникации) по результатам анализа по критерию корреляции Спирмена.

Критерий/Переменные/Статистики критерия		Открытость к инновациям	Взаимодействие (корпоративная культура и внутренние коммуникации)	
ро Спирмена	Сплочённость	Коэффициент корреляции	,831**	,749**
		Знч. (2-сторон)	,000	,000
		N	150	150
	Наличие ценностей и подходов	Коэффициент корреляции	,640**	,938**
		Знч. (2-сторон)	,000	,000
		N	150	150
	Взаимодействие (корпоративная культура и внутренние коммуникации)	Коэффициент корреляции	,618**	
		Знч. (2-сторон)	,000	
		N	150	

\*\* . Корреляция значима на уровне 0,01 (2-сторонняя).

них ориентирах и приоритетах, могут оказывать существенное влияние на взаимодействие, скорость распространения информации, формирование общих целей и, как следствие, результаты работы организации, её развитие и адаптацию к меняющимся внешним условиям

3. Внутренняя коммуникация рассматривается как важный элемент организационной культуры, влияющий на эффективность работы организации и её инновационной деятельности. А в условиях развития цифровых технологий, когда скорость

коммуникации увеличивается, от уровня взаимопонимания и взаимодействия, основанного на общности мнений, принципов и ценностей, во многом зависит качество процессов и внедрения инициатив в организации.

4. Существует статистически значимая связь между наличием общих ценностей, сплочённостью трудового коллектива, коммуникации в нём (системой взаимодействия и работы в команде) и открытостью инновациям. Чем выше один из показателей, тем выше другие.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Аширов, Д.А. Влияние корпоративной культуры на эффективность деятельности организации / Д.А. Аширов, Е.С. Ширяева // Менеджмент в России и за рубежом. – 2015. – №2. – С.73-80.
2. Гаврилова, О.А. Внутренняя коммуникация как фактор формирования корпоративной культуры / О.А. Гаврилова // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2016. – №3. – С.134-139.
3. Иванов, М.А. Анализ взаимосвязи между характеристиками сотрудников и эффективностью работы организации / М.А. Иванов // Управление человеческими ресурсами. – 2017. – №1. – С.45-53.
4. Козлов, В.В. Психологические факторы эффективности командной работы / В.В. Козлов, А.В. Карпов // Психологический журнал. – 2017. – Т.38. – №3. – С.54-65.
5. Набок, О.А. Как «распаковать» потенциал команды: Современные подходы к мотивации на основе анализа мотивов личности и психологических потребностей / О.А. Набок // Управление персоналом. – 2025. – №14. – С. 3-17.
6. Сергеева, А.С. Изучаемые явления: анализ взаимосвязи // Организационная психология и психология менеджмента. – 2019. – Т.6, №2. – С.123-131.
7. Петрова, Е.А. Внутренняя коммуникация в контексте организационной культуры / Е.А. Петрова // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2020. – №3. – С.134-141.
8. Сидорова, А.Н. Влияние цифровых технологий на внутреннюю коммуникацию в организациях / А.Н. Сидорова // Менеджмент и цифровая трансформация. – 2021. – Т.2. – №1. – С.55-63.
9. Российский статистический ежегодник: Стат. сб. [Электронный ресурс] – М.: Росстат, 2024. – С. 491.
10. Индикаторы цифровой экономики: 2025: статистический сборник / В.Л. Абашкин, Г.И. Абдрахманова, К.О. Вишневецкий, Л.М. Гохберг и др. / Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». – М.: ИСИЭЗ ВШЭ, 2025. – С. 73.
11. Индикаторы инновационной деятельности: 2025: статистический сборник / В.В. Власова, Л.М. Гохберг, Г.А. Грачева и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: ИСИЭЗ ВШЭ, 2025. – С. 106.
12. Немов, Р.С. Психология: Учеб. для студ. высш. пед. учеб. заведений: в 3 кн. / Р.С. Немов. – 4-е изд. – М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2001. – Кн. 3: Психодиагностика. Введение в научное психологическое исследование с элементами математической статистики. — С. 389-409.

© Набок Оксана Анатольевна (nabok.oxana@gmail.com).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»