



Социально-психологический климат организации: опыт диагностики

А. В. Саблуков

*Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия,
asablukov@mail.ru*

Аннотация. В статье продемонстрирована возможность применения модифицированной методики «Диагностика температуры социально-психологического климата финансовой организации». В качестве основных направлений социальных изменений на основе результатов диагностики были рекомендованы следующие: обеспечение двусторонних вертикальных коммуникативных потоков; разработка миссии и организационной культуры, проводимая совместно с рядовыми работниками.

Ключевые слова: социально-психологический климат организации, диагностика, уровень неудовлетворенности, факторы социально-психологического климата

Для цитирования: Саблуков А. В. Социально-психологический климат организации: опыт диагностики // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. 2023. Вып. 3 (852). С. 103–109. DOI 10.52070/2500-347X_2023_3_852_103

Original article

Socio-Psychological Climate of the Organization: Experience in the Diagnostics

Alexander V. Sablukov

*Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia,
asablukov@mail.ru*

Abstract. The purpose of the article is to show the possibilities of using the modified “Diagnostics of the temperature of the socio-psychological climate of a financial institution” methodology. As the main directions of social change based on the results of diagnostics, the author recommends the management of the next fields: provision of bilateral vertical communication flows; development of mission and organizational culture together with ordinary workers. The work will be of interest to specialists and a wide range of readers.

Keywords: temperature of socio-psychological climate, organizations, diagnostics, level of dissatisfaction, factors of socio-psychological climate

For citation: Sablukov, A. V. (2023). Socio-Psychological Climate of the Organization: Experience in the Diagnostics. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Social Sciences, 3(852), 103–109. 10.52070/2500-347X_2023_3_852_103

ВВЕДЕНИЕ

В период расцвета научно-технической революции (60–80-е годы XX века) получили распространение теоретические и эмпирические исследования, направленные на изучение групповых феноменов (настроений, сплоченности, социально-психологического климата) и возможности их корректировки для решения управленческих задач. Данные процессы происходили одновременно как в российских, так и в зарубежных науках, объектом которых является человек. Проблематика, связанная с изучением социально-психологического климата организации, по-прежнему является актуальной, чему способствует целый ряд факторов.

Во-первых, наблюдается обострение экономической конкуренции на различных рынках внутри одной страны, между странами, внутри отраслей. Означенная конкуренция вызвана ежесекундной борьбой производителей за потребителя.

Во-вторых, наблюдается рост конкуренции в финансовой сфере между традиционными организациями и инновационными финансово-технологическими компаниями. Конкуренция обостряется в связи с предложениями продуктов новых финансовых технологий на основе цифровизации («финтех») [Филиппов, 2019]. Следовательно, создание социально-психологического климата (далее СПК), благоприятного для эффективной деятельности финансовых организаций, является важным аспектом управления ими. Тем более что отрасль, созданная заново после реформ 90-х годов, заметно выросла за последние 30 лет. По данным Росстата, в 2021 году в сфере «Финансы и страхование» трудились 1316 тыс. человек [Труд и занятость в России, 2021]. Однако СПК в организациях, оказывающих финансовые услуги, изучен очень мало, а методик диагностики его состояния – еще меньше, опубликованы буквально единичные работы [Щербакова, 2010].

В работах отечественных исследователей – В. И. Антонюк, И. П. Волков, А. Л. Журавлев, Е. С. Кузьмин, Н. И. Лапин, А. Н. Лутошкин, Г. А. Моченов, В. Б. Ольшанский, Б. Д. Парыгин, К. К. Платонов, А. А. Русалинова, А. Л. Свенцицкий, Л. И. Уманский, В. М. Шепель, Е. В. Шорохова и др. – представлено теоретическое объяснение сущности социально-психологического климата, его структуры, факторов, влияющих на его формирование, его функций. В этих работах СПК общности понимается как отражение условий, в которых находится малая или средняя производственная структура (т. е. первичный или вторичный коллектив). СПК выражается в форме различных социально-психологических явлений, например, эмоциональный настрой или

настроение, удовлетворенность или неудовлетворенность условиями жизнедеятельности коллектива, неформальные межличностные отношения субъектов профессиональной деятельности и т. д. Различия в подходах, дискуссия вокруг терминов подробно проанализированы в работах В. И. Антонюк и соавторов, Ж. И. Кана, В. В. Жовтоножко [Антонюк, 1979; Кан, 2012; Жовтоножко, 2016]. Оригинальные теоретические подходы и методики измерения социально-психологического климата предложены в работах таких зарубежных исследователей, как Н. Андерсон, С. Г. Айзексен, М. Вест, Х. Гилмор, Д. Гэвин, Р. Лайкерт, Ф. Лутенс, Р. Л. Симс, Р. А. Снайдер, К. Р. Томпсон, Б. Шнайдер, А. Фернхэм, Г. Эквэлл, М. Экхарт, Т. М. Эмэбили и др.

С. К. Рошин отмечает, что разброс во мнениях западных ученых доходит до того, что рассматриваются либо «люди без организаций», либо «организации без людей» [Рошин, 1979, с. 104]. Особого внимания, с его точки зрения, заслуживают теоретические разработки СПК Д. Катца, Р. Л. Кана, Р. Пейна и Д. С. Пью, сделанные в рамках системного подхода [там же, с. 115]. На основе сравнительного анализа Д. Д. Демидова, И. Н. Дубина и А. А. Попель выделяют достоинства опросников, разработанных Г. Эквэллом (ССQ), Т. Эмэбили (KEYS), адекватных для измерения организационного климата, способствующего (или не способствующего) социальному творчеству сотрудников [Демидова, 2019; Попель, 2016]. Социально-психологический климат, безусловно, относится к явлениям общественной психологии, которые характеризуют ту или иную общность как нечто целостное, возникающее в результате взаимодействия и общения людей в ходе совместной деятельности [Дудина, 1986; Каширин, 2015]. СПК представляет собой систему, содержащую в себе различные слои, компоненты и выполняющую различные регулятивные функции.

МЕТОДИКА

Методологической основой исследования СПК организации в теории выступают принципы отражения, детерминизма, принцип единства сознания и деятельности, структурно-функциональный подход к предмету. В исследовании также использовались методы интервьюирования, анкетирования, традиционного анализа документов, наблюдения (невключенного). Разработанная методика «Диагностика температуры СПК финансовой организации» является модификацией методики «Диагностика температуры СПК», использованной ранее при изучении профессиональных коллективов, занятых высококвалифицированным умственным трудом [Антонюк, 1979; Моченов, 1980]. Означенная методика

содержит в себе элементы исследовательского и диагностического подхода. Последний включает в себя дополнительные по отношению к исследованию этапы: 1) определение должного или эталонного состояния социального объекта; 2) сравнение реального и должного состояния социального объекта 3) идентификация состояния объекта исследования с определенным классом или типом социальных явлений [Сурмин, 2004; Щербина, 2004].

РЕЗУЛЬТАТЫ

Исследования показывают, что состояние СПК в малой производственной группе (первичный коллектив) и в организации в целом (вторичный коллектив, средняя производственная группа) оказывает непосредственное влияние на процесс и результаты совместной деятельности, на экономические показатели труда (производительность труда, эффективность), на способность людей к новаторским разработкам, на их желание придумывать новое.

В статье рассматривается лишь часть СПК организации, включающая в себя только отрицательные эмоциональные переживания. Они связаны с непосредственными условиями жизнедеятельности общности. Следовательно, под СПК малой производственной группы (первичного коллектива), или организации (вторичного коллектива, средней группы) мы будем понимать довольно стойкий, длительно действующий, отрицательный эмоциональный настрой (настроение), общий для многих членов общности. Он возникает в условиях совместной деятельности и непосредственного общения людей путем взаимодействия и взаимовлияния, а также механизмов передачи эмоций, в частности, заражение, подражание, внушение [Дудина, 1995].

При решении конкретных управленческих задач данные, характеризующие неудовлетворенность членов коллектива условиями их жизнедеятельности, оказываются более информативными, чем данные, характеризующие их удовлетворенность [Антонюк, 1979].

При анализе СПК организации с помощью экспертов были отобраны 28 факторов, которые действуют непосредственно на выполнение функций финансовой организации, например: численность работников, их квалификация, качество обслуживания клиентов, рекламная деятельность компании, своевременность выпуска новых услуг и др. Они отражали состояние менеджмента, маркетинга, системы стимулирования, взаимоотношений между руководством и подчиненными, взаимоотношений между рядовыми сотрудниками. Критериями отбора выступали: 1) характер

труда (умственный); 2) специфика предметной деятельности данной организации.

По каждому фактору–условию СПК рассчитывалась степень неудовлетворенности, как индивидуальной, так и групповой. Она измеряется в условных единицах и может варьировать от 0 до 1. Чем ближе уровень неудовлетворенности фактором к 1, тем хуже обстоят дела по данному фактору и тем сильнее люди стремятся изменить ситуацию с этим фактором [Дудина, 1995; Моченов, 1980]. На основе степени неудовлетворенности по каждому из выявленных факторов–условий была рассчитана общая неудовлетворенность финансовой организации по всему набору из 28 факторов.

Этот показатель называется в методике «температурой СПК». Она измеряется в условных единицах от 0 до 1. При этом за 1 принята температура, при которой все работники высказали крайнюю неудовлетворенность всеми основными условиями профессиональной деятельности. Температура СПК равна 0, когда ни один из работников не высказал никакой неудовлетворенности ни по одному из основных условий деятельности. Показатель «Температура СПК» является достаточно обобщенным и характеризует: 1) комфортность условий, в которых осуществляется основная производственная деятельность коллектива; 2) характер взаимоотношений между членами коллектива (частота конфликтов и наличие их реальных носителей).

Температура СПК может быть низкой, средней и высокой, интерпретация каждого диапазона с точки зрения характера его благоприятности для деятельности организации представлена в работах О. М. Дудиной, Г. А. Моченова [Дудина, 1995; Моченов, 1980]. Наиболее неблагоприятным для выполнения основных производственных функций коллектива является такое состояние СПК коллектива, которое характеризуется высокой температурой.

Эмпирическим объектом исследования стала развивающаяся финансовая организация на этапе формирования – инвестиционная компания, оказывающая брокерские услуги с помощью информационно-коммуникативных технологий. По просьбе заказчика мы сохраняем анонимность и назовем компанию «А-Инвест».

При интерпретации результатов исследования следует иметь в виду, что качество менеджмента большинства российских финансовых компаний, включая «А-Инвест», адекватно требованиям рынка и в среднем выше качества менеджмента в других отраслях. Данные показатели обусловлены высокой конкурентностью финансовой отрасли, высокими барьерами для входа на рынок.

Расчеты показали, что температура СПК организации составляет 0,21. Это означает, что сотрудники стремятся к существенным изменениям в основных факторах-условиях своей деятельности. Отвечая на наши вопросы в ходе интервьюирования и анкетирования, они говорили о том, что эти изменения очень желательны. Во взаимоотношениях между сотрудниками иногда возникают разногласия и трения, но в коллективе отсутствуют сотрудники, которые сознательно провоцируют конфликты.

В организации были обнаружены факторы, вызывающие различную степень неудовлетворенности. Они были выявлены по уровню неудовлетворенности, начиная от максимального к минимальному. Те факторы, которые занимают в ранжированном списке с 1-го по 10-е место, требуют первоочередных мер от руководства.

Изменения в сфере этих факторов-условий дают весьма значительный эффект при решении управленческих задач. Учет всех показателей СПК дает возможность руководителю определить наилучший порядок принятия решений по улучшению выявленных факторов-условий (опираясь на практические рекомендации социологов). Эти факторы приведены ниже (см. табл. 1).

На основе материалов исследования были предложены основные направления оптимизации: 1) обеспечение двусторонних вертикальных коммуникативных потоков между руководством и рядовыми сотрудниками в направлении как сверху-вниз, так и снизу-вверх; 2) разработка миссии / стратегии компании и осознанное формирование организационной культуры; 3) оптимизация организационной структуры компании; 4) оптимизация маркетинговой деятельности

Таблица 1

**РАНЖИРОВАННЫЙ СПИСОК ФАКТОРОВ-УСЛОВИЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ,
ВЛИЯЮЩИХ НА ФОРМИРОВАНИЕ СПК «А-ИНВЕСТ»**

Ранг фактора в наборе	Факторы	Уровень неудовлетворенности по фактору-условию	Характеристика зоны неудовлетворенности
1	Критерии премирования и формы и способы объяснения причин и размеров премирования	0,69	Сверхвысокая
2	Информированность сотрудников о перспективах развития компании	0,64	Сверхвысокая
3	Размеры и состояние помещений для работников	0,61	Сверхвысокая
4	Соответствие размера базового оклада и личного вклада в работу отдела	0,60	Высокая
5	Порядок взаимодействия сотрудников компании	0,54	Высокая
6	Организация информирования сотрудников при выполнении текущей работы	0,50	Высокая
7	Информирование официальным непосредственным руководителем подчиненных о делах, проблемах, перспективах развития отдела	0,41	Высокая
8	Перспективы повышения базового оклада в рамках занимаемой должности	0,39	Средняя
9	Рекламная деятельность компании	0,38	Средняя
10	Организационная деятельность официального непосредственного руководителя	0,33	Средняя

компании. Руководству компании были изложены подробные рекомендации по осуществлению названных мер. В первую очередь, порядок направлений совершенствования СПК обусловлен тем, что компания переходит от первых этапов «выживания» и «младенчества» к этапу «юности». Он сопровождается резким ростом объема услуг и направлений профессиональной деятельности [Ивашковская, 2004].

Обеспечение каналов обратной связи между руководством и рядовыми сотрудниками позволит коллективу совместно выработать общее понимание миссии компании. Последняя связана с отбором ценностей, которые организация собирается культивировать, и с формированием организационной культуры как наиболее мощного и долгосрочного ресурса конкурентоспособности, фактора устойчивости к риску. Финансовые организации нуждаются в высокоразвитой культуре, так как они, с одной стороны, работают в условиях высоких рисков, а с другой – должны быть достаточно гибкими и инновативными. Предложенная нами программа оптимизации менеджмента компании «А-Инвест» была поддержана руководством и реализована в дальнейшем.

ОБСУЖДЕНИЕ

Одним из трендов в исследовании СПК коллективов является переход к анализу коллективов, занятых высококвалифицированным умственным трудом не только в сфере научно-технического творчества, но и в сфере услуг, в частности, в финансово-банковской сфере. Потребление ее услуг несет повышенные риски для клиентов. Они связаны как с «неосвязаемостью» услуги вообще (выражение Ф. Котлера), так и с особенностью услуги финансовой. Ее качество зависит от высокой изменчивости рынка, от асимметрии информации в финансовой сфере, от личности сотрудника финансовой организации (от таких ее качеств, как компетентность, интеллект, ценностные ориентации и т. д.). Исследование СПК финансовых организаций представляется актуальным, но такие работы пока единичны. Так, в работе В. П. Щербаковой было установлено, что на деловой климат коммерческого банка влияют новые традиции, позитивное общение, внимание со стороны руководства банка, возможность карьерного роста, отношения ответственной зависимости, а также целеполагающие, индивидуализирующие и стимулирующие условия [Щербакова, 2010].

По-прежнему дискуссионными являются определения «климата» малой и средней производственной групп, сохраняется разноречивой

в терминологии. Представляется, что понимание (организационного) климата как совокупности различных условий, предлагаемое Д. Д. Демидовым и И. Н. Дубиной [Демидова, 2019] не отражает сущности этого явления. Ведь условия, которые создает организация для работников, взятые сами по себе, без отражения в той или иной форме людьми, не могут определяться как «климат» (все равно какой термин употребляет тот или иной автор: организационный, социально-психологический, психологический).

Представленная нами методика «Диагностика температуры СПК финансовой организации» продемонстрировала свои возможности, позволив:

- 1) диагностировать зависимость состояния климата от этапа жизненного цикла организации;
- 2) обратить внимание руководства на необходимость работы с миссией организации, ее профессиональной культурой;
- 3) разработать практические рекомендации, направленные на решение проблем организации.

При анкетировании в организации необходимо обеспечить анонимность ответов респондентов. Поэтому нужны дальнейшие методические исследования, которые позволили бы выявить, возможна ли анонимность в режиме онлайн.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основе проведенного исследования можно заключить, что использование модифицированной методики «Диагностика температуры СПК финансовой организации», оправдало себя. Расчет показал, что температура СПК инвестиционной компании «А-Инвест» составляет 0,21 и находится в диапазоне средней температуры. Данные показатели свидетельствуют о том, что сотрудники инвестиционной компании стремятся к заметным изменениям некоторых факторов, ухудшающих состояние СПК и мешающих работе. Были выявлены 10 факторов, требующих первоочередных управленческих решений.

В качестве долгосрочных направлений деятельности компании были рекомендованы 4 направления, в том числе обеспечение двусторонних вертикальных коммуникативных потоков между руководством и рядовыми сотрудниками, а также разработка миссии / стратегии компании и осознанное формирование организационной культуры совместно с трудовым коллективом. Предложенная нами программа оптимизации менеджмента компании «А-Инвест» была поддержана ее руководством и реализуется в настоящее время.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Филиппов Д. И. Финансовые инновации в условиях развития цифровой экономики // Креативная экономика. 2019. Т. 13. № 8. С. 1503–1520.
2. Труд и занятость в России – 2021: стат. сб. Росстат. 2021. URL: https://gks.ru/bgd/regl/b21_36/Main.htm
3. Щербакова В. П. Социально-психологические особенности формирования делового климата в коллективе банка: автореф. дис. ... канд. психол. наук. Тамбов, 2010.
4. Антонюк В. И. [и др.]. Проблема социально-психологического климата в советской социальной психологии / В. И. Антонюк, О. И. Зотова, Г. А. Моченов, Е. В. Шорохова // Социально-психологический климат коллектива. Теория и методы изучения. М.: Наука 1979. С. 5–25.
5. Кан Ж. И. Анализ теоретических подходов к проблеме социально-психологического климата // Вестник Костанайского государственного педагогического института. 2012. № 2. С. 45–48.
6. Жовтоножко В. В. Исторический анализ термина «социально-психологический климат» в отечественной науке // Власть. 2016. №3. С. 163–166.
7. Рошин С. К. Об исследованиях социально-психологического климата в США // Социально-психологический климат коллектива. Теория и методы изучения. 1979. С. 103–117.
8. Дубина И. Н., Демидова Д. Д. Оценка организационного климата для креативно-инновационной деятельности предприятий: методика и инструментарий // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2019. Т. 4. № 2. С. 184–190.
9. Попель А. А. Основные инструменты измерения комфортности организационного климата для социальной креативности // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2016. № 3 (43). С. 125–130.
10. Дудина О. М. Социально-психологический факт: философско-методологический анализ: автореф. дис. ... канд. филос. наук. М., 1986.
11. Каширин В. П. Тренды современной науки: проблемное поле социально-психологических исследований // Акмеология. 2015. № 1 (53). С. 50–56.
12. Антонюк В. И., Моченов Г. А. Исследование социально-психологического климата научных и инженерных коллективов // Социально-психологический климат коллектива. Теория и методы изучения. М.: Наука, 1979. С. 146–155.
13. Моченов Г. А. Роль социально-психологического климата в процессах нововведений // Социальные факторы нововведений в организационных системах. М.: ВНИИСИ, 1980.
14. Сурмин Ю. П., Туленков Н. В. Теория социальных технологий: учебное пособие. К.: МАУП, 2004.
15. Щербина В. В. Социолого-диагностические технологии // Управление человеческими ресурсами: менеджмент и консультирование. М.: Независимый институт гражданского общества, 2004.
16. Дудина О. М. Психология бизнеса. М.: Профиздат, 1995.
17. Ивашковская И. В., Константинов Г. Н., Филонович С. Р. Становление корпорации в контексте жизненного цикла организации // Российский журнал менеджмента. 2004. Т. 2. № 4. С. 19–34.

REFERENCES

1. Filippov, D. I. (2019). Financial innovations in terms of development of digital economy. *Kreativnaya ekonomika*. 8 (13), 1503–1520. (In Russ.)
2. *Trud i zanyatost' v Rossii – 2021* (2021). Rosstat. (In Russ.)
3. Shcherbakova, V. P. (2010). *Sotsial'no-psikhologicheskiye osobennosti formirovaniya delovogo klimata v kollektive banka* = Socio-psychological features of the formation of the business climate in the bank team: PhD in Psychology. Tambov. (In Russ.)
4. Antonyuk, V. I., Zotova, O. I., Mochenov, G. A., Shorohova, E. V. (1979). *Problema sotsial'no-psikhologicheskogo klimata v sovetskoy sotsial'noy psikhologii* = The Problem of the Socio-Psychological Climate in Soviet Social Psychology. Moscow: Nauka. (In Russ.)
5. Kan, Zh. I. (2012). *Analiz teoreticheskikh podkhodov k probleme sotsial'no-psikhologicheskogo klimata* = Analysis of theoretical approaches to the problem of socio-psychological climate. *Vestnik Kostanayskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo instituta*. 2, 45–48. (In Russ.)
6. Zhovtonozhko, V. V. (2016). A historical analysis of the term of socio-psychological climate in Russian science. *Vlast'*. 3, 163–166. (In Russ.)
7. Roshchin, S. K. (1979). *Ob issledovaniyakh sotsial'no-psikhologicheskogo klimata v SSHA* = About the studies of the socio-psychological climate in the USA. *Sotsial'no-psikhologicheskii klimat kollektiva. Teoriya i metody izucheniya* (pp. 103–117). (In Russ.)
8. Demidova, D. D., Dubina, I. N. (2019). Methods and tools for the assessment of an organizational climate for creative and innovative activity of firms. *Bulletin of Kemerovo State University Series Political Sociological and Economic sciences*, 4(2), 184–190. (In Russ.)

9. Popel', A. A. (2016). Main tools for measuring comfort in organizational climate for social creativity. *Vestnik of Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod*, 3 (43), 125–130. (In Russ.)
10. Dudina, O. M. (1986). *Sotsial'no-psikhologicheskii fakt: filosofsko-metodologicheskii analiz* = Socio-psychological fact: philosophical and methodological analysis. PhD. Moscow. (In Russ.)
11. Kashirin, V. P. (2015). Trends of modern science: the socio-psychological research problem. *Akmeologiya*, 1(53), 50–56. (In Russ.)
12. Antonyuk, V. I., Mochenov, G. A. (1979). *Issledovaniye sotsial'no-psikhologicheskogo klimata nauchnykh i inzhenernykh kolektivov* = Study of the socio-psychological climate of scientific and engineering teams. *Sotsial'no-psikhologicheskii klimat kolektiva. Teoriya i metody izucheniya* (pp. 146–155). Moscow: Nauka. (In Russ.)
13. Mochenov, G. A. (1980). *Rol' sotsial'no-psikhologicheskogo klimata v protsessakh novovvedeniy* = The role of the socio-psychological climate in the processes of innovation. *Sotsial'nyye faktory novovvedeniy v organizatsionnykh sistemakh*. Moscow: VNIISI. (In Russ.)
14. Surmin, YU. P., Tulenkov, N. V. (2004). *Teoriya sotsial'nykh tekhnologiy* = Theory of social technologies: textbook. Kiev: MAUP. (In Russ.)
15. Shcherbina, V. V. (2004). *Sotsiologo-dagnosticheskiye tekhnologii* = Sociological and diagnostic technologies. *Upravleniye chelovecheskimi resursami: menedzhment i konsul'tirovaniye*. Moscow: Nezavisimyy institut grazhdanskogo obshchestva. (In Russ.)
16. Dudina, O. M. (1995). *Psikhologiya biznesa* = Psychology of business. Moscow: Profizdat. (In Russ.)
17. Ivashkovskaya, I. V., Konstantinov, G. N., Filonovich, S. R. (2004). *Stanovleniye korporatsii v kontekste zhiznennogo tsikla organizatsii* = The formation of a corporation in the context of the life cycle of an organization. *Rossiyskiy zhurnal menedzhmenta*, 4(2), 19–34. (In Russ.)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Саблуков Александр Валентинович

доктор социологических наук, доцент
профессор кафедры социологии Института международных отношений и социально-политических наук
Московского государственного лингвистического университета

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Sablukov Alexander Valentinovich

Doctor of Sociology (Dr. habil), Associate Professor
Professor of the Department of Sociology of the Institute of International Relations
and Social and Political Sciences, Moscow State Linguistic University

Статья поступила в редакцию	16.03.2023	The article was submitted
одобрена после рецензирования	23.03.2023	approved after reviewing
принята к публикации	06.04.2023	accepted for publication