

Альманах «Дискурсы этики» 4 (9) 2014 / 1 (10) 2015: 55–72

УДК 17.025

## СПОСОБЫ ЛЕГИТИМАЦИИ ЦЕННОСТЕЙ В СОЦИАЛЬНЫХ СООБЩЕСТВАХ

Артёмов Георгий Петрович\*

Кафедра этики Института философии Санкт-Петербургского государственного университета, Менделеевская линия, 5, Санкт-Петербург 199034, Россия

Электронный адрес: [g\\_artemov@hotmail.com](mailto:g_artemov@hotmail.com)

Статья подана 10.11.2014

**Аннотация** — В статье ценности рассматриваются как устойчивые убеждения людей в приоритетности одних жизненных целей перед другими, противоположными жизненными целями. Члены сообществ так или иначе идентифицируют свои индивидуальные убеждения с групповыми убеждениями. Идентификация проявляется в приверженности индивидов ценностям сообщества. Она сопровождается легитимацией ценностей, которая заключается в обосновании человеком его приверженности определенным жизненным целям, складывающейся на основе персонального выбора. Можно выделить три способа легитимации: традиционный, эмоциональный и рациональный, которые отличаются типом обоснования личных убеждений. Традиционная легитимация заключается в обосновании убеждений ссылкой на их соответствие обычаям, привычному укладу жизни, воспитанию и т. д. Эмоциональная легитимация основана на ощущении близости, симпатии, уважения и доверия к их носителям. Рациональная легитимация обосновывает убеждения с помощью суждений об их значении для личной и общественной жизни. Эти типы легитимации являются теоретическими конструкциями, в той или иной степени отражающими различные аспекты реального обоснования убеждений. Обычно люди используют различные сочетания перечисленных способов легитимации. Анализ данных качественного эмпирического исследования способов обоснования приверженности жизненным целям свидетельствует о правомерности приведенных выше утверждений.

**Ключевые слова:** ценностные приоритеты, социальное сообщество, легитимация ценностей, способ легитимации.

Статья подготовлена в рамках гранта РГНФ № 12-03-00420

---

\* © Артёмов Г. П. — доктор философских наук, профессор кафедры этики, Санкт-Петербургский государственный университет.

## METHODS OF THE VALUES LEGITIMATION IN SOCIAL COMMUNITIES

*Artyomov Georgy Petrovich\**

Department of Ethics, St. Petersburg State University,  
Mendeleevskaya Liniya, 5, St. Petersburg 199034, Russian Federation

*e-mail:* g\_artemov@hotmail.com

Received November 10, 2014

**Abstract** — In the article values are considered as stable beliefs of people in priority of one vital purpose before other, opposite vital purposes. Members of social communities to some extent identify the individual beliefs with group beliefs. Identification is shown in individuals' adherence to values of community. It is accompanied with legitimating values which consists in substantiation the person of its adherence to the certain vital purposes developing on the basis of a personal choice. It is possible to allocate three methods of legitimation: traditional, emotional and rational, which differ in the types of a substantiation of personal beliefs. Traditional legitimation it is justification of beliefs according to their conformity to the customs, a habitual way of life, education etc. Emotional legitimation it is based on sensation of affinity, liking, respect and trust to their carriers. Rational legitimation proves beliefs by means of judgments about their value for a personal and public life. These methods of legitimation are the theoretical designs to some extent reflecting various aspects of a real substantiation of beliefs. Usually people use different combinations of these methods of legitimation. Data analysis of the qualitative empirical research devoted to the methods of the commitment life goals justification proves the legality of the above statements.

**Key words:** value priorities, social community, values legitimation, method of legitimation.

The paper was funded by RSFH grant № 12-03-00420

---

\* © *Artyomov G. P.* — Doctor of Philosophy, Professor, Department of Ethics, St. Petersburg State University.

Статья основана на обобщении материалов проведенного в 2013–2014 гг. лабораторией прикладной этики эмпирического исследования по теме: «Легитимация ценностей в социальных сообществах», а также результатов статистической обработки российской части базы данных Европейского социального исследования (ESS) за 2008 г.

Ценности рассматриваются в статье как устойчивые убеждения людей в приоритетности одних жизненных целей перед другими, противоположными жизненными целями. Это определение ценностей — модификация определения, сформулированного М. Рокичем (Rokeach 1973: 3). Члены социальных сообществ в той или иной степени идентифицируют свои индивидуальные убеждения с групповыми убеждениями. Идентификация проявляется в приверженности индивидов ценностям сообщества. Она сопровождается легитимацией ценностей, которая заключается в обосновании человеком его приверженности определенным жизненным целям, складывающейся на основе персонального выбора.

Можно выделить три способа легитимации: традиционный, эмоциональный и рациональный, которые отличаются видом обоснования личных убеждений. Эти способы представляют собой модификацию предложенных М. Вебером «трех видов внутренних оправданий, т. е. оснований легитимности» господства: традиционного (основанного на «авторитете нравов»), харизматического (основанного на «личном доверии»), легального (основанного на подчинении «рационально созданным правилам») (Вебер 1990: 646–647). Традиционная легитимация проявляется в обосновании

убеждений ссылкой на их соответствие обычаям и воспитанию. Эмоциональная легитимация убеждений раскрывается в ощущении симпатии и доверия к их носителям. Рациональная легитимация обнаруживается в суждениях о значении убеждений для личной и общественной жизни.

Для изучения ценностных приоритетов социальных обществ в докладе используется авторская интерпретация теоретической модели, разработанной Ш. Шварцем (Schwartz 2003: 270). Модель включает 10 мотивационных типов ценностей, которые образуют два биполярных измерения: самообновление — самосохранение; самоутверждение — самоограничение<sup>1</sup>. В данной статье приводится перевод названий мотивационных типов, предложенный В. Н. Карандашевым (Карандашев 2004: 31). В ходе национальных опросов в рамках Европейского социального исследования, в соответствии с методикой Шварца, респондентам предлагалось определить степень своего сходства с описаниями людей с различными видами мотивации поведения. В ESS использовалось 21 описание. В данном докладе анализируются только десять описаний, которые сам Шварц считает базовыми для каждого мотивационного типа (Schwartz 2007: 6–7). Распределение сокращенных вариантов этих писаний по мотивационным типам и измерениям представлено в табл. 1.

При сборе данных по описаниям видов мотивации поведения людей в анкетном опросе лаборатории прикладной этики использовался закрытый вопрос<sup>2</sup>: «Ниже приведены описания некоторых людей. Пожалуйста, прочитайте каждое описание и подумайте, насколько каждый из этих людей похож или не похож на Вас?». Ответы фиксировались с помощью шкалы из 6 позиций: от «очень похож на меня» до «совсем не похож на меня».

<sup>1</sup> Обоснование данной трактовки измерений модели Ш. Шварца см.: (Артёмов 2013b: 130).

<sup>2</sup> Эта формулировка вопроса соответствует той, которая используется в Европейском социальном исследовании.

Для выявления позитивной и негативной самоидентификации с различными описаниями мотивации поведения при обработке анкет отобраны ответы только по альтернативам: «очень похож на меня» и «совсем не похож на меня». Первая альтернатива рассматривается как выражение позитивной самоидентификации респондентов с жизненными целями, содержащимися в описаниях. Вторую альтернативу можно считать выражением негативной самоидентификации с жизненными целями, содержащимися в описаниях.

Таблица 1

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОПИСАНИЙ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ МОТИВАЦИИ  
ПОВЕДЕНИЯ ПО МОТИВАЦИОННЫМ ТИПАМ ЦЕННОСТЕЙ И ИЗМЕРЕНИЯМ

<i>Сокращенные формулировки описаний видов мотивации поведения</i>	<i>Мотивационные типы ценностей</i>	<i>Измерения</i>
«Безопасное окружение»	Безопасность	Самосохранение
«Правильное поведение»	Конформность	
«Соблюдение обычаев»	Традиции	
«Независимость принятия решений»	Самостоятельность	Самообновление
«Полнота жизни»	Стимуляция	
«Удовольствие от занятий»	Гедонизм	
«Личный успех»	Достижение	Самоутверждение
«Подчинение окружающих»	Власть	
«Помощь окружающим»	Доброта	Самоограничение
«Одинаковое отношение к каждому человеку»	Универсализм	

*Примечание:* Полный текст описаний содержится в российском варианте анкеты Европейского социального исследования. См.: Европейское социальное исследование. Анкета. Тип 1. Документ ЦЕССИ ас08901. М.: ЦЕССИ, 2008. 50 с. С. 45–46 (URL: [www.ess-ru.ru](http://www.ess-ru.ru)).

В процессе обработки результатов анкетного опроса учитывались принадлежность респондентов к профессиональным, возрастным и статусным сообществам. По данным

всероссийских исследований (Козырева 2008: 29–30),<sup>3</sup> эти три вида сообществ характеризуются наибольшей степенью социальной самоидентификации: «часто ощущают близость, единство» с людьми своего поколения, возраста — 63% респондентов, с людьми своей профессии — 53%, с людьми такого же достатка — 45%. Результаты обработки данных анкетного опроса приводятся в табл. 2.

Таблица 2

ПОЗИТИВНАЯ И НЕГАТИВНАЯ ЦЕННОСТНАЯ САМОИДЕНТИФИКАЦИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ СООБЩЕСТВ\*

<i>Социальные сообщества</i>	<i>Позитивная идентификация с описаниями мотивации поведения. Альтернатива: «Очень похож на меня»</i>	<i>Негативная идентификация с описаниями мотивации поведения. Альтернатива: «Совсем не похож на меня»</i>
1	2	3
Инженеры	Удовольствие от занятий Независимость принятия решений Подчинение окружающих	Помощь окружающим Правильное поведение  Соблюдение обычаев
Продавцы	Удовольствие от занятий  Подчинение окружающих Полнота жизни	Одинаковое отношение к каждому Соблюдение обычаев Правильное поведение
Канторские служащие	Безопасное окружение  Помощь окружающим Правильное поведение	Независимость принятия решений Личный успех Полнота жизни
Операторы	Соблюдение обычаев Безопасное окружение Одинаковое обращение	Подчинение окружающих Полнота жизни Удовольствие от занятий
Руководители	Правильное поведение Личный успех Подчинение окружающих	Удовольствие от занятий Соблюдение обычаев Безопасное окружение

<sup>3</sup> Ответы на вопрос: «Встречая в жизни разных людей, с одними мы легко находим общий язык, понимаем их. Иные же хоть и живут рядом, остаются всегда чужими. Если говорить о вас, то, как часто вы ощущаете близость, единство с перечисленными ниже людьми, о ком вы могли бы сказать “Это — мы?”» (варианты ответов: «Часто», «Иногда», «Никогда»).

Продолжение таблицы 2

1	2	3
Врачи	Полнота жизни Личный успех Правильное поведение	Одинаковое отношение к каждому Безопасное окружение Соблюдение обычаев
Преподаватели	Независимость принятия решений Помощь окружающим Правильное поведение	Безопасное окружение Удовольствие от занятий Соблюдение обычаев
Младшее поколение	Полнота жизни Удовольствие от занятий Личный успех	Правильное поведение Одинаковое отношение к каждому Безопасное окружение
Среднее поколение	Помощь окружающим Безопасное окружение Независимость принятия решений	Правильное поведение Удовольствие от занятий Полнота жизни
Старшее поколение	Правильное поведение Соблюдение обычаев Одинаковое отношение к каждому	Удовольствие от занятий Личный успех Независимость принятия решений
Слой ниже среднего	Соблюдение обычаев Правильное поведение Одинаковое отношение к каждому	Удовольствие от занятий Независимость принятия решений Личный успех
Средний слой	Помощь окружающим Удовольствие от занятий Независимость принятия решений	Правильное поведение Соблюдение обычаев Безопасное окружение
Слой выше среднего	Помощь окружающим Подчинение окружающих Полнота жизни	Правильное поведение Безопасное окружение Соблюдение обычаев

\* При составлении таблицы данные анкетного опроса сопоставлялись с результатами статистического анализа главных ценностных приоритетов социальных сообществ в базе данных ESS-2008. См.: (Артёмов 2013а).

Источник: Лаборатория прикладной этики Института философии СПбГУ. Анкетный целевой опрос. Февраль-апрель 2013–2014 гг.

Для выявления способов обоснования сходства с определенными жизненными целями (позитивная идентификация в табл. 2) респондентам предлагалось ответить не только на упомянутый выше закрытый вопрос, но и на открытый вопрос, который располагался в анкете сразу после закрытого: «Почему Вы отметили Ваше сходство именно с этими людьми?». Для анализа способов обоснования были отобраны анкеты, в которых содержались развернутые ответы на вопрос о причинах выбора определенных описаний мотивации поведения. Тексты этих ответов были сгруппированы с учетом профессиональной, возрастной и статусной принадлежности опрошенных. В обоснованиях каждого из социальных сообществ были выделены элементы традиционного, эмоционального и рационального способов легитимации личных убеждений.

В ходе дальнейшего анализа будут сопоставляться типы позитивной ценностной идентификации и способы их легитимации. При этом будут приводиться типичные обоснования приверженности определенным жизненным целям, используемые представителями различных социальных сообществ.

На основе данных российской части Европейского социального исследования за 2008 г. можно выделить три типа ценностной идентификации:

1. Идентификация с ценностями самообновления и самоутверждения.
2. Идентификация с ценностями самосохранения и самоограничения;
3. Смешанная идентификация на основе сочетания ценностей перечисленных типов (Артёмов 2014: 118–119).

При обосновании позитивной ценностной идентификации первого типа (табл. 3) респонденты используют суждения, соответствующие рациональному способу легитимации. Респонденты, ориентирующиеся на ценности самообновления («независимость принятия решений» «полнота жизни», «удовольствие от занятий»), и ценности самоутверждения («подчинение окружающих», «личный успех») при объяснении причин своего сходства с этими жизненными целями обычно



используют формулировки: «эти качества делают мою жизнь лучше», «это то, что мне нужно для жизни», «эти цели нужны для гармоничной жизни»; «эти черты отражают мое отношение к жизни», «эти качества дают мне возможность развиваться». Приоритеты этих респондентов относятся к ценностным измерениям, которые в модели Шварца расположены рядом и дополняют друг друга. В российском культурно-историческом контексте жизненные цели, входящие в мотивационные типы этих измерений, стали новыми, их породила радикальная трансформация экономики, социальной структуры, политической системы и культуры на рубеже XX–XXI вв. У людей, отдающих приоритет этим новым целям (табл. 2), выявлена негативная идентификация с противоположными (традиционными) жизненными целями: «помощь окружающим», «одинаковое отношение к каждому», «безопасное окружение», «правильное поведение», «соблюдение обычаев».

При обосновании позитивной идентификации второго типа, как правило, используются суждения, соответствующие традиционному и эмоциональному способам легитимации. Респонденты, ориентирующиеся на ценности самосохранения («безопасное окружение», «правильное поведение», «соблюдение обычаев») и ценности самоограничения («помощь окружающим», «одинаковое отношение к каждому»), при объяснении причин сходства с этими целями чаще всего используют формулировки: «я так воспитан», «соответствуют моему воспитанию», «соответствуют моему жизненному опыту», «такие люди вызывают доверие», «мне это ближе».

В российском культурно-историческом контексте жизненные цели, входящие в мотивационные типы этих измерений, являются традиционными, сложившимися в предшествующий период развития. Они противостоят новым жизненным целям, которые у сторонников первого типа идентификации вызывают позитивное отношение.

Получается, что у сообществ с первым типом идентификации приверженность ценностям самообновления и самоутверждения и неприятие ценностей самосохранения и самоограничения обуславливает рациональный способ обоснования

выбора в пользу одних жизненных целей в ущерб другим, противоположным жизненным целям. У сообществ со вторым типом идентификации приверженность ценностям самосохранения и самоограничения и неприятие ценностей самообновления и самоутверждения определяет традиционный и эмоциональный способы обоснования выбора в пользу одних жизненных целей в ущерб другим, противоположным жизненным целям.

Таблица 3

ПОЗИТИВНАЯ ЦЕННОСТНАЯ САМОИДЕНТИФИКАЦИЯ  
И ЕЕ ОБОСНОВАНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СООБЩЕСТВАХ

<i>Однородная целевая самоидентификация</i>	<i>Типичные обоснования целевой самоидентификации</i>
Независимость принятия решений Полнота жизни Удовольствие от занятий Подчинение окружающих Личный успех	Это то, что мне нужно для жизни (инженер, 25 лет, средний слой). Это делает мою жизнь лучше (инженер, 30 лет, слой выше среднего). Эти цели нужны для гармоничной жизни (продавец, 50 лет, слой ниже среднего). Это отражает мое отношение к жизни (продавец, 38 лет, средний слой). Эти цели дают мне возможность развиваться (студент, 21 год, средний слой).
Безопасное окружение Правильное поведение Соблюдение обычаев Помощь окружающим Одинаковое отношение к каждому	Я так воспитана (служащая, 45 лет, средний слой). Такие люди вызывают доверие (служащая, 56 лет, средний слой). Мне это ближе (оператор, 52 года, слой ниже среднего). Соответствуют моему воспитанию (оператор, 49 лет, слой ниже среднего). Соответствуют моему жизненному опыту (75 лет, слой ниже среднего).

Продолжение таблицы 3

<i>Смешанная целевая идентификация</i>	<i>Типичные обоснования целевой самоидентификации</i>
Безопасное окружение Правильное поведение Независимость принятия решений Полнота жизни Удовольствие от занятий Помощь окружающим Личный успех Подчинение окружающих	Мои жизненные позиции схожи с ними (руководитель, 48 лет, средний слой). Для меня важны традиционные ценности (руководитель, 49 лет, средний слой). Это базис современного общества (врач, 42 года, высший слой). Очень удобно жить по правилам (преподаватель, 27 лет, средний слой). Эти черты заложены моими родителями (преподаватель, 48 лет, средний слой). Это дает чувство удовлетворения собой (преподаватель, 57 лет, средний слой).

*Источник:* Лаборатория прикладной этики Института философии СПбГУ. Анкетный целевой опрос. Февраль–апрель 2013–2014 гг.

При обосновании позитивной идентификации третьего типа (смешанной) используются суждения, соответствующие всем трем способам легитимации: рациональному, традиционному и эмоциональному. Респонденты, ориентирующиеся на сочетание ценностей самосохранения («безопасное окружение», «правильное поведение», «соблюдение обычаев») и ценностей самообновления («независимость принятия решений», «полнота жизни», «удовольствие от занятий»), а также ценностей самоограничения («помощь окружающим») и самоутверждения («личный успех» и «подчинение окружающих»), обычно используют суждения традиционного характера: «Для меня важны традиционные ценности», «Эти качества заложены моими родителями»; суждения эмоционального характера: «Эти качества мне наиболее симпатичны», «Это дает чувство удовлетворения собой» и суждения рационального характера: «Я считаю это базисом современного общества», «Очень удобно жить по правилам жизни».

Следует учитывать, что ценности самосохранения и самоограничения традиционны для России, а ценности самообновления и самоутверждения — новые ценности, обусловленные необходимостью адаптации к изменениям условий жизни, вызванных радикальными реформами. Сочетание в структуре позитивной ценностной идентификации новых и старых жизненных целей предполагает сочетание традиционного, эмоционального и рационального способов легитимации ценностного выбора. Следует отметить, что ориентация представителей ряда сообществ на сочетание разнородных жизненных целей обуславливает менее однозначное противопоставление структур позитивной и негативной идентификации. Например, у руководителей и преподавателей оба вида идентификации включают как традиционные, так и новые типы ценностных приоритетов (табл. 2).

Сравнительный анализ структур позитивной и негативной идентификации возрастных и статусных групп (табл. 2) свидетельствует о том, что представители младшего поколения (от 20 до 30 лет), причисляющие себя к среднему слою и к слою выше среднего, ориентируются преимущественно на ценности самообновления и самоутверждения. Представители старшего поколения (50 лет и старше), причисляющие себя к слою ниже среднего, ориентируются преимущественно на ценности самосохранения и самоограничения. Представители среднего поколения (от 31 до 49 лет), причисляющие себя к среднему слою и слою выше среднего, ориентируются на сочетание ценностей самосохранения и самообновления, ценностей самоограничения и самоутверждения.

Профессиональная, возрастная и статусная принадлежность людей в различной степени задают структуры их позитивной и негативной идентификации, а также способы легитимации ценностей. Следует отметить, что во всех случаях речь идет не об абсолютном, а об относительном преобладании определенных типов ценностной идентификации и способов ее обоснования и в различных социальных

сообществах. Относительное преобладание типов как раз и обуславливает специфику отдельных сообществ. Взаимное влияние профессиональной, возрастной и статусной принадлежности людей порождает специфику выбора приоритетных жизненных целей, однако способ обоснования выбора жизненных целей зависит главным образом от характера самих этих целей, заданных их ролью в культурно-исторической трансформации российского общества.

И все же, не преуменьшая влияния перечисленных внешних факторов ценностной идентификации и легитимации, необходимо учитывать, что главную роль в этих процессах играет способность людей *свободно выбирать* между противоположными жизненными целями и способами их обоснования. «Свободный и автономный индивид», который «в состоянии выбирать цели собственной деятельности» представляет собой «основную нравственную ценность» современного общества (Перов 2013: 91). Свобода выбора жизненных целей, предоставляемая современной культурой человеку, приводит к формированию в рамках одного и того же социального сообщества различных структур ценностной идентификации и легитимации.

Приведенные выше типичные способы легитимации ценностей представителями различных социальных сообществ, отражают лишь наиболее часто встречающиеся практики. Среди всех сообществ есть люди, которые делают выбор жизненных целей не столько под давлением окружающей их социокультурной среды, сколько исходя из своих персональных соображений. Поэтому некоторые представители младшего поколения могут использовать элементы рациональной легитимации для обоснования своей ориентации на безопасное окружение, а некоторые представители старшего поколения могут использовать элементы традиционной легитимации для обоснования ориентации на независимость принятия решений. Нужно учитывать, что кроме наиболее значимых жизненных целей («ценностного ядра»),

система ценностных приоритетов человека включает сред-незначимые цели («ценностный резерв»). Кроме того, структура ценностных приоритетов не остается неизменной. Наиболее значимые и среднезначимые ценности могут меняться местами не только под воздействием изменения условий жизни, но и благодаря изменению самих представлений человека о том, какие цели для его собственной жизни имеют большее или меньшее значение.

С этой точки зрения особый интерес представляют структуры ценностных приоритетов студентов вузов, принадлежащих к молодому пополнению среднего класса. Все опрошенные студенты причисляют себя к среднему слою и принадлежат к семьям с доходами на уровне средних. Это значит, что по субъективному и объективному критериям они — выходцы из среднего класса. После завершения высшего профессионального образования они интегрируются в различные слои этого класса. Согласно данным упомянутого анкетного опроса, а также всероссийских опросов, средний класс ориентируется преимущественно на сочетание противоположных жизненных целей. Анализ ценностной самоидентификации студентов свидетельствует о том, что в структуру их ценностных приоритетов входят жизненные цели противоположного характера: независимость принятия решений и безопасное окружение; подчинение окружающих и одинаковое отношение к каждому человеку, личный успех и помощь окружающим, удовольствие от занятий и правильное поведение. Подобные смешанные ценностные ориентации Н. И. Лапин называет «ценностным симбиозом» и считает его «практическим ответом жизненных миров россиян на аксиологический вызов формирующегося общества» (Лапин 2009: 283). Для обоснования своей ориентации на эти разнообразные цели студенты используют элементы рационального и традиционного способов легитимации: «эти ценности полезны для жизни», «придают жизни полноту», «эти ценности привиты родителями», «такое воспитание». Это значит, что

студенты и все представители среднего класса не противопоставляют друг другу перечисленные цели, а считают их в равной степени важными для своей жизни.

## Выводы

Принадлежность людей к различным социальным сообществам оказывает перекрестное воздействие на характер ценностной самоидентификации и способы легитимации ценностей.

Существуют социальные сообщества с преимущественно однородной и преимущественно смешанной ценностной самоидентификацией. В первых преобладают люди, ориентирующиеся на одни жизненные цели в противовес другим, противоположным жизненным целям. Во вторых преобладают люди, ориентирующиеся на сочетание противоположных жизненных целей.

Характер ценностной самоидентификации людей определяет специфику обоснования приверженности определенным жизненным целям.

Наряду с социальной принадлежностью на специфику ценностной самоидентификации и легитимации влияет степень развития у людей способности свободно выбирать между различными жизненными целями и способами обоснования приверженности этим целям.

В современной России социальные сообщества со смешанной ценностной самоидентификацией и легитимацией способствуют преодолению противопоставления унаследованных от прошлого и новых ценностных приоритетов и установлению социокультурного баланса, соответствующего требованиям нового этапа исторической трансформации страны.

## Литература

1. Артёмов, Г. П. (2013а). «Социальные факторы фрагментации ценностных ориентаций профессиональных групп». *Дискурсы этики* 2 (3): 59–77.
2. Артёмов, Г. П. (2013b). «Национальные особенности ценностных приоритетов профессиональных групп (на примере Германии и России)». *Дискурсы этики* 4 (5): 129–149.
3. Артёмов, Г. П. (2014). «Особенности легитимации ценностных приоритетов в профессиональных сообществах». *Вестник Санкт-Петербургского государственного университета*. Серия 17 (4): 113–120.
4. Вебер, М. (1990). «Политика как призвание и профессия». В кн.: Вебер, М. *Избранные произведения*. М.: Прогресс. 808 с.
5. Карандашев, В. Н. (2004). *Методика Шварца для изучения ценностей личности. Концепция и методическое руководство*. СПб.: Речь. 70 с.
6. Козырева, П. М. (2008). «Современная конфигурация идентификаций и роль доверия в ее формировании». *Социологические исследования* 8: 29–39.
7. Лапин, Н. И. (2009). «Ценности экономических макрорегионов России по оси «Открытость переменам — сохранение» [Глава 9]». В кн.: Андрееenkova, А. В., Беляева, Л. А. (ред.). *Россия в Европе: по материалам международного социологического опроса «Европейское социальное исследование»*: 271–284. М.: Academia. 383 с.
8. Перов, В. Ю. (2013). «Проблемы моральной легитимации в современной этике». *Дискурсы этики* 4(5): 90–104.
9. Rokeach, M. (1973). *The Nature of Human Values*. New-York: Free Press. 597 p.
10. Schwartz, S. H. (2003). "A Proposal for Measuring Value Orientations Across Nations [Chapter 7]", in: *The Questionnaire Development Report of the European Social Survey*. URL: [http://www.europeansocial-survey.org/docs/methodology/core\\_ess\\_questionnaire/ESS\\_core\\_questionnaire\\_human\\_values.pdf](http://www.europeansocial-survey.org/docs/methodology/core_ess_questionnaire/ESS_core_questionnaire_human_values.pdf) (дата обращения: 25 января 2015 г.).
11. Schwartz, S. H. (2007). *Basic Personal Values. Report to the National Election Studies Board. Based on the 2006 NES Pilot Study*. URL: <http://www.electionstudies.org/resources/papers/Pilot2006/nes011882.pdf> (дата обращения: 20 января 2015 г.).



## References

1. Artemov, G. P. (2013a). "Sotsial'nye faktory fragmentatsii tsennostnykh orientatsiy professional'nykh grupp" [Social Factors of Fragmentation of Value Orientations of Professional Groups]. *Discourses of Ethics* 2(3): 59–77.
2. Artyomov, G. P. (2013b). "Natsional'nye osobennosti tsennostnykh prioritetov professional'nykh grupp (na primere Germanii i Rossii)" [National characteristics of the Value Priorities of Professional Groups (Germany and Russia)]. *Discourses of Ethics* 4(5): 129–149.
3. Artyomov, G. P. (2014). "Osobennosti legitimacii cennostnykh prioritetov v professional'nykh soobshhestvakh" [Features of Value Legitimation in Professional Communities]. *Bulletin of St. Petersburg State University Series 17*, vol. 4: 113–120.
4. Karandashev, V. N. (2004) *Metodika Shvartza dlja izuchenija zennostej lithnosti. Konceptija i metodicheskoe rukovodstvo* [Schwarz's Technique for Studying the Person Values. The Concept and a Methodical Management]. Saint Petersburg: Rech' Publ. 70 p.
5. Kozyreva, P. M. (2008). "Sovremennaja konfiguracija identifikacij i rol' doverija v ee formirovanii" [Modern Configuration of the Identification and the Role of Trust in its Formation]. *Sociologicheskie issledovanija — Sociological studies* 8: 29–39.
6. Lapin, N. I. (2009). "Cennosti jekonomicheskikh makroregionov Rossii po osi «Otkrytost' peremenam — sohranenie» [Glava 9]" [Values of the Economic Macro-regions of Russia on the Axis "Openness to change — preservation" [Chapter 9]], in: Andreenkova, A. V., Beljaeva, L. A. (eds.). *Rossija v Evrope: po materialam mezhdunarodnogo sociologicheskogo oprosa "Evropejskoe social'noe issledovanie"* [Russia in Europe, Based on a Poll of International "European Social Survey"]: 271–284. Moscow: Academia Publ. 383 p.
7. Perov, V. Yu. (2013). «Problemy moral'noy legitimatsii v sovremennoj etike» [The Problems of Moral Legitimation in Modern Ethics]. *Discourses of Ethics* 4(5): 90–104.
8. Rokeach, M. (1973). *The Nature of Human Values*. New-York: Free Press, 597 p.
9. Schwartz, S. H. (2003). "A Proposal for Measuring Value Orientations Across Nations [Chapter 7]", in: *The Questionnaire Development Report of the European Social Survey*. URL: <http://www.europeansocial->

- survey.org/docs/methodology/core\_ess\_questionnaire/ESS\_core\_questionnaire\_human\_values.pdf (Accessed January 25, 2015).
10. Schwartz, S. H. (2007). *Basic Personal Values. Report to the National Election Studies Board. Based on the 2006 NES Pilot Study*. URL: <http://www.electionstudies.org/resources/papers/Pilot2006/nes011882.pdf> (Accessed January 20, 2015).
  11. Veber, M. (1990). "Politika kak prizvanije I professija" [Politics as Mission and a Trade] in *Izbrannije proizvedenija* [The Selected Works]. Moscow: Progress Publ. 808 p.