

**УДК: 330.16**

*Статья подготовлена при поддержке Российского гуманитарного научного фонда, грант № 15-02-00441/15 «Экономическая идентичность российских регионов: концептуализация понятия, разработка инструментария измерения и сравнения, включение в систему регионального бренд-менеджмента».*

**Баженов Сергей Витальевич**

Кандидат философских наук  
Президент АНО «Горизонты науки», г. Ростов-на-Дону

**Баженова Елена Юрьевна**

Кандидат экономических наук, доцент  
Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону

## **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ ЮЖНОРОССИЙСКИХ РЕГИОНОВ: РЕЗУЛЬТАТЫ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**

В статье представлены результаты проведённого междисциплинарного экспертного опроса «Снизу-вверх: как экономическая идентичность региона проявляется в социально-экономическом поведении индивидуума», целью которого было обнаружить и зафиксировать проявления экономической идентичности региона в социально-экономическом поведении индивидуумов в различных регионах шести федеральных округов РФ. В статье акцент сделан на результатах данного опроса, полученным в регионах Юга России, в частности в регионах Северного Кавказа.

Приводится методика, описывается технология опроса, а также анализируются полученные результаты. Делаются выводы о межкультурных различиях в моделях экономического поведения исследуемых этнических и культурных групп южнороссийских регионов. Показывается взаимосвязь феноменов экономической идентичности и моделей экономического поведения с социокультурными факторами, при этом характер этих взаимосвязей различен у представителей разных групп, а при определении экономической идентичности фактор конфессиональной принадлежности менее значителен фактора этнической принадлежности.

**Ключевые слова:** экономическая идентичность, регион, региональное развитие, экспертный опрос, междисциплинарный подход, кавказоведение.

**Jel classification codes:** O 018, O 200

**Для цитирования:** Баженов С. В., Баженова Е. Ю. Экономическая идентичность южнороссийских регионов: результаты эмпирического исследования // Крымский научный вестник. — 2016. — №6 (12). — С. 34–49.

**Sergey Bazhenov**

Ph.D. (Philosophy)

President of «Science Horizons Foundation», Rostov-na-Donu

**Elena Bazhenova**

Ph.D. (Economics), Associate Professor

Southern Federal University, Rostov-na-Donu

## **ECONOMIC IDENTITY OF THE SOUTH-RUSSIAN REGIONS: RESULTS OF EMPIRICAL RESEARCH**

The article presents the results of the interdisciplinary expert survey "Bottom-up: how the economic identity of the region is manifested in the socio-economic behavior of the individual." His goal was to detect and record the effects of an economic identity of the region in socio-economic behavior of individuals in various regions of six Federal districts of the Russian Federation. The article focuses on the results of the survey obtained in the regions of the South of Russia, such as the regions of the North Caucasus.

The article presents the methodology, describes the technology survey and analysis of obtained results. The authors also draw conclusions about cross-cultural differences in models of economic behavior of the studied ethnic and cultural groups in the South-Russian regions. They show the relationship of economic phenomena of identity and models of economic behavior with social and cultural factors. The nature of these linkages varies among the representatives of different groups, and when we define economic identity, then the factor of religious affiliation less important than the factor of ethnicity.

**Keywords:** economic identity, region, regional development, expert interviews, interdisciplinary approach.

**Jel classification codes:** O 018, O 200

Феномен идентичности сегодня активно представлен в научном дискурсе психологов, этнологов, социологов. Доминирующая традиция познания социальной реальности экономической наукой во многом явилась одной из причин исключения проблем идентичности из поля зрения экономистов. Вместе с тем особенности современных региональных экономических явлений и процессов, обнаруживаемые как в пределах самого региона на уровне экономического поведения отдельных субъектов, являющихся элементами той или иной социальной группы, так и в пространстве межрегионального и надрегионального взаимодействия, в позиционировании в межрегиональном конкурентном пространстве, привело авторов к необходимости выделения феномена экономической идентичности региона (ЭИР), введения в научный оборот соответствующего понятия и его категоризацию [3] [4].

Поскольку феномен экономической идентичности региона имеет междисциплинарный и многоаспектный характер, он требует адекватного познавательного инструментария, основанного на междисциплинарном научном подходе [23].

В данной статье представлены результаты эмпирических оценок экономической идентичности в регионах РФ, основанных на использовании такого познавательного инструмента, как экспертный опрос, который является наиболее адекватным способом генерации новых знаний [9]. В результате работы была разработана методика междисциплинарного комплексного экспертного опроса учёных *«Снизу-вверх: как экономическая идентичность региона проявляется в социально-экономическом поведении индивидуума»* и были проведены его первая и вторая части в шести федеральных округах Российской Федерации (ПФО, СЗФО, СКФО, УФО, ЦФО и ЮФО) по

направлениям: «Юг России», «Урал», «Центр России», «Север России» и «Поволжье».

*Основной целью* данного экспертного опроса являлась фиксация проявлений экономической идентичности региона в социально-экономическом поведении индивидуумов в крупных регионах России, в частности — регионах Юга России.

Под экономической идентичностью региона (ЭИР) было предложено понимать результат агрегирования взаимно наложенных полей, создаваемых экономической и региональной идентичностями индивидуумов, формирующийся на когнитивном уровне социально-экономической системы региона и проявляющийся в экономическом поведении региональных субъектов и их социальном самочувствии [4].

В качестве *рабочей гипотезы* было принято следующее положение. Феномен ЭИР имеет междисциплинарный и многоаспектный характер, её формирование осуществляется в двух направлениях: «снизу-вверх» от нано- и микросоциального уровня путём агрегирования до уровня региона, и «сверху вниз» от мега- и макросоциального уровня на уровень региона путём определённого позиционирования идентифицируемого региона в различных социально-экономических пространствах [3].

**Методика экспертного опроса.** Для сбора первичной социологической информации был использован экспертный опрос [7]. Основные подходы к логистике опроса были заимствованы из проведённого ранее экспертного опроса учёных «Феномен «экономической идентичности региона»: определение понятия, структура, механизмы формирования» [1] [2].

Опрос проходил в три этапа. На *подготовительном этапе* в рамках рабочей группы был определён статус «эксперт, участвующий в опросе», были сформулированы *основные требования*, которыми должен обладать подобный эксперт, а также были сформулированы основные *принципы участия* эксперта в опросе: вопросы добровольности участия, авторства и персональной

ответственности за всю предоставленную информацию, а также сохранения конфиденциальности.

На *рабочем этапе* рабочей группой был сформирован первоначальный (наиболее общий) список из 194 потенциальных респондентов, который был получен из открытых источников. Подбор экспертов осуществлялся методом первоначальной целевой выборки и обобщения с учётом объективных характеристик экспертов. С каждым из них была проведена подготовительная работа, в ходе которой потенциального респондента ознакомили с целями и тематикой экспертного опроса, процедурой участия, принципами использования полученной от эксперта информации, также с рядом экспертов были обсуждены правовые вопросы. На данном этапе была осуществлена оценка компетентности потенциальных респондентов. Были использованы следующие критерии компетентности: креативность, эвристичность, предложенные Ф. Г. Гурвичем [5], а также информативность, устойчивость мнения, владение семантическим полем проблемы, предложенные Л. А. Панковой [19]. Также были использованы объективные показатели, связанные с опытом профессиональной деятельности эксперта, описанные в работах А. И. Орлова: уровень образования, связь эксперта с предметной областью, опыт работы по специальности, количество и качество выполненных ранее экспертиз [17] [18]. Кроме того, на данном этапе был применён метод «снежного кома» (*snowball sampling*), когда уже самими экспертами для участия в опросе были предложены знакомые им эксперты того же или более высокого уровня компетентности [8].

На *конечном этапе* был сформирован окончательный список из 120 учёных, которые и приняли участие в заключительном этапе исследования. В качестве респондентов в опросе участвовали представители научно-образовательных учреждений и организаций шести федеральных округов Российской Федерации. Критериями для их отбора являлись формальный статус, самооценка экспертом степени своего знакомства с проблематикой, связанной с темой опроса, готовность эксперта к активному общению, его беспристрастность. Также произошла *содержательная и квалитетрическая*

*адаптация* экспертов, было определено проблемное поле опроса, скорректирован его тезаурус, уточнены опросные процедуры и пр. Два эксперта по результатам прохождения опроса были исключены из числа релевантных респондентов.

**Проведение опроса.** Опрос экспертов проводился во втором и начале третьего квартала 2016 года в шести федеральных округах Российской Федерации: 1) *Южном* (Астрахань, Волгоград, Краснодар, Майкоп, Ростов-на-Дону, Симферополь, Сочи); 2) *Северо-Кавказском* (Владикавказ, Грозный, Махачкала, Нальчик, Ставрополь, Пятигорск, Черкесск); 3) *Приволжском* (Ижевск, Казань, Нижний Новгород, Оренбург, Пенза, Пермь, Саратов, Самара, Уфа); 4) *Центральном* (Воронеж, Москва, Ярославль); 5) *Северо-Западном* (Архангельск, Калининград, Санкт-Петербург) и 6) *Уральском* (Екатеринбург, Тюмень, Челябинск).

Общее число респондентов составило 118 человек (71,8 % — мужчины, 28,2 % — женщины), такое количество можно считать достаточным для обобщения и анализа экспертных оценок [16] [22]. Все отобранные эксперты имели высшее образование, учёную степень, учёное звание по специальностям «экономика», «психология», «социология», «философия» и «культурология». Средний стаж работы в связанной с темой экспертного опроса сфере составляет 10,4 лет.

Подготовленная анкета была размещена на глобальном сервисе проведения аналогичных интернет-опросов FormDesigner.ru по прямому адресу <http://formdesigner.ru/form/view/45110>. Респонденты были подробно проинструктированы по всем вопросам прохождения опроса, а также получили прямую ссылку для перехода на страницу опроса. Также все эксперты были проинформированы о том, что участие в опросе является анонимным, полученные оценки и мнения могут быть использованы организаторами только в обобщённом виде, при этом никакие персональные данные экспертов в анализе не фигурируют.

Полученные первичные данные были обработаны методами качественного контент-анализа, для этого были использованы встроенные аналитические средства самого сервиса FormDesigner.ru. Для анализа вторичной информации был применён междисциплинарный теоретический анализ литературы по проблемам исследования, из общенаучных методов был применён логический и сравнительный анализ.

**Методология опроса.** Формально экспертный опрос проводился в рамках четырёх дисциплинарных научных традиций: экономической, социологической, психологической и культурологической. При этом принималось во внимание, что данные научные традиции обладают в значительной степени несопоставимым теоретическим и методологическим аппаратом, различными представлениями об объекте исследования, поэтому обобщающим методологическим основанием была выбрана системная экономическая теория Г. Б. Клейнера [10] [11].

*Объектом* экспертного опроса по направлению «Юг России» являлись две основные группы: «Русские/православные» и «Представители народов Кавказа (кавказцы)/мусульмане».

Методические подходы и инструментарий для исследования экономической идентичности региона должны были явно показать, каким образом ЭИР проявляется в социально-экономическом поведении индивидуума.

Для разработки анкеты были использованы следующие инструменты: 1) авторская методика [1]; 2) опросник «Исследования ценностей Шварца» (The Schwartz Value Survey, SVS) [30] [12]; 3) методика «Оценка удовлетворённости жизнью» [29]; 4) опросник «Шкала сформированности идентичности» (Identity Achieved Scale, IAS) [31]; 5) опросник «Объективное измерение статуса эго-идентичности» (Objective Measure of Status Ego-Identity, OMEIS) [24]; 6) опросник «Выявление стиля идентичности» (Identity Style Inventory, ISI-3) [25]; 7) опросник «Аспекты идентичности» (Aspects of Identity, AIQ-IV) [26]; 8) методика «Who Am I?» [27]; 9) методика «Незаконченные предложения» (Ego Identity Incomplete Sentences Blank, EI-ISB) [28] и др.

Также для разработки анкеты были частично использованы разработки российских учёных: 1) опросник «*Диагностика структуры и статусов эго-идентичности — СЭИ-тест*» [21]; 2) методика, разработанная на основе модификации опросника EI–ISB [15]; 3) опросник, разработанный на основе опросника AIQ-IV [6]; 4) методика «*Кто Я?*», разработанная на основе модификации методики «*Who Am I*» [20]; 5) методика «*Оценка экономических представлений и установок*» [13] [14] и др.

**Результаты опроса.** Полученные по направлению «Юг России» результаты показали, что выбранные для анализа группы «русские/православные» и «кавказцы/мусульмане» имеют различные *ценностные приоритеты*, при этом первые склонны к ценностям «открытости изменениям» и «самоутверждения», вторые склонны к ценностям «сохранения» и «само-преодоления».

Взаимосвязь выраженности *экономической идентичности* с установками на различные виды экономического поведения для православных связана с готовностью воспроизводить в поведении установку на интерес к экономике, с установками на различные виды экономического поведения, а для мусульман связана с эмоциональным предпочтением и готовностью к экономии времени в противоположность экономии денег, с установками на экономический патернализм, расточительность в экономическом поведении.

Было подтверждено существование различий в *индивидуальных ценностях* и выраженности религиозной идентичности у православных и мусульман, при этом выраженность религиозной идентичности значительно выше у мусульман, чем у православных. Также было выявлена определённая взаимосвязь выраженности религиозной идентичности с разными экономическими установками и представлениями у каждой группы. Таким образом, можно говорить о существовании различия взаимосвязи ценностей индивидуального уровня с экономическими установками и представлениями у православных и мусульман.

Существуют различия в механизмах *восприятия денежных средств* у «русских» и «кавказцев». В общем и у «русских», и у «кавказцев» сами деньги вызывают некоторую степень тревоги, беспокойства, но при этом русские боятся скорее их нехватки, а для кавказцев деньги как таковые имеют в большей степени негативную окраску.

Мотивирующим основанием *нерационального расходования денег* для русских является желание получить сиюминутное удовольствие, произвести впечатление, для кавказцев — это отсутствие стремления к рациональной экономии.

Желание *приумножения денежных средств* у русских связано со стремлением к достижению успеха, власти, получению удовольствия от жизни, а также с отрицанием базовых устоев и взаимопомощи, активным стремлением быть не похожими на окружение. У кавказцев отношение к деньгам обусловлено традициями, которые имеют большее значение в традиционном обществе, чем материальное благополучие, но при этом финансовые успехи связаны со стремлением к новизне и активности.

На *макроуровне* (уровне общества) эксперты не отметили значимых различий между «русскими» и «кавказцами» по показателям *социального капитала*, а все выявленные различия лежат в поле стереотипных представлений о типичности поведения представителей своей этнической группы. Показатели социального капитала на макроуровне взаимосвязаны с установками на различные виды экономического поведения.

В целом социальный капитал связан с установками на так называемые «продуктивные» паттерны экономического поведения и для «русских», и для «кавказцев». Для обеих групп он препятствует установкам на приоритет прибыли над законом, приоритет размера вознаграждения над творчеством в работе и пр.

В *индивидуальных ценностях* «русских» и «кавказцев» были выявлены значимые межкультурные и межконфессиональные различия. Так, ценности «сохранения» более значимы для «кавказцев», ценности «открытости

изменениям» — для «русских», что объясняется большей традиционностью кавказских культур в сравнении с более модернизированной русской. Также выявлено наличие значимых различий ценностей православных и мусульман: у православных выше значимость ценностей, способствующих индивидуальным целям, а у мусульман — ценностей, которые способствуют сохранению групповой стабильности.

**Выводы.** Экспертный опрос учёных «Снизу-вверх: как экономическая идентичность региона проявляется в социально-экономическом поведении индивидуума» позволил уточнить подходы к определению понятия «экономическая идентичность региона», её структуры, выявить определённые закономерности её проявления в экономическом поведении на индивидуальном уровне в регионах Юга России.

Следует отметить неоднократно прозвучавшее в ответах экспертов мнение, что сам феномен ЭИР имеет комплексный и многоаспектный характер, что требует его углублённого изучения именно с междисциплинарных позиций различными группами учёных социально-гуманитарного направления.

Были выявлены межкультурные различия в моделях (установках) экономического поведения этнических и культурных групп. В частности, выявлены различия между «русскими» и «кавказцами» (представителями народов Северного Кавказа).

Мнения экспертов подтвердили рабочую гипотезу, что большинство различий лежит в оценках типичности тех или иных моделей экономического поведения. «Кавказцы» демонстрируют большую, по сравнению с русскими, эмоциональную вовлечённость, ориентированную на экономический патернализм, сугубо эмоциональное принятие и готовность к расточительности в типичном экономическом поведении.

Межконфессиональное сопоставление сценариев экономического поведения показало, что фактор конфессиональной принадлежности в России значительно слабее влияет на экономическое поведение, чем фактор этнической

принадлежности. На уровне эмоционального предпочтения мусульмане в отличие от православных ставят закон выше прибыли.

Также было показано, что феномены экономического сознания (установки, экономические представления) и модели экономического поведения взаимосвязаны с социокультурными факторами (ценности, религиозная идентичность, социальный капитал). Характер этих взаимосвязей различен у представителей разных культурных (этнических, конфессиональных) групп.

В целом, проведенное исследование позволило получить весомое подтверждение важности и актуальности исследования ЭИР на современном этапе.

### Литература

1. Баженов С. В. Методология и инструментарий исследования экономической идентичности региона на микросоциальном уровне / С. В. Баженов, Е. Ю. Баженова // Экономика и социум — 2015. — Т. 6–2 — № 19– 158–162с.
2. Баженов С. В. Подходы к изучению концепта «экономическая идентичность региона» (по результатам экспертного опроса) / С. В. Баженов, Е. Ю. Баженова // Фундаментальные исследования — 2015. — № 11–7– 1387–1390с.
3. Баженов С.В. Экономическая идентичность региона: концепция, подходы, оценки / С. В. Баженов, Е. Ю. Баженова, В. М. Белоусов, Н. З. Губнелова, А. О. Дайкер, Н. И. Чернобровкина, С. А. Чернов // Издательство Фонд науки и образования. — 2015.
4. Баженова Е. Ю. Формирование научного концепта «экономическая идентичность региона»: междисциплинарный подход / Е. Ю. Баженова, С. В. Баженов // Крымский научный вестник — 2015. — № 6. — 151–168с.
5. Бешелев С. Д. Экспертные оценки / С. Д. Бешелев, Ф. Г. Гурвич — М.: Наука, 1973. — 79с.

6. Войскунский А. Е. Сетевая и реальная идентичность: сравнительное исследование / А. Е. Войскунский, А. С. Евдокименко, Н. Ю. Федунина // Психология. Журнал Высшей школы экономики — 2013. — Т. 10 — № 2.
7. Горшков М. К. Прикладная социология: методология и методы / М. К. Горшков, Ф. Э. Шереги — М.: Институт социологии РАН, 2011. — 372с.
8. Девятко И. Ф. Методы социологического исследования / И. Ф. Девятко — М.: Книжный дом Университет, 2009. Вып. 5–е, испр. — 296с.
9. Добренъков В. А. Методология и методика социологического исследования: учебник / В. А. Добренъков, А. И. Кравченко — М.: Академический Проект; Альма Матер, 2009. — 537с.
10. Клейнер Г. Б. Стратегия предприятия / Г. Б. Клейнер — М.: Дело АНХ, 2008. — 568с.
11. Клейнер Г. Б. Сущность и структура стратегии предприятия / Г. Б. Клейнер // Современная конкуренция — 2008. — № 6.
12. Лебедева Н. М. Базовые ценности русских на рубеже XXI века / Н. М. Лебедева // Психологический журнал — 2000. — Т. 21 — № 3. — 73–87с.
13. Лебедева Н. М. Ценности культуры и развитие общества / Н. М. Лебедева, А. Н. Татарко — М.: Изд. дом ГУ-ВШЭ, 2007. — 527с.
14. Лебедева Н. М. Ценности культуры и модели экономического поведения: Научная монография / Н. М. Лебедева, А. Н. Татарко / под ред. Н. М. Лебедева, А. Н. Татарко. — М.: Издательство «Спутник+», 2011.
15. Орестова В. Р. Формирование личностной идентичности в старшем подростковом и юношеском возрасте // — 2001.
16. Орлов А. И. Экспертные оценки: Учебное пособие / А. И. Орлов — М.: ИВСТЭ, 2002. — 31с.
17. Орлов А. И. Организационно-экономическое моделирование: учебник. Ч. 2: Экспертные оценки / под ред. А. И. Орлов. М.: Изд-во МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2011. — 486с.
18. Орлов А. И. Теория экспертных оценок в нашей стране / А. И. Орлов // Научный журнал КубГАУ — 2013. — Т. 93 — № 9.

19. Панкова Л. А. Организация экспертиз и анализ экспертной информации / Л. А. Панкова, А. М. Петровский, М. В. Шнейдерман — М.: Наука, 1984. — 120с.
20. Румянцева Т. В. Психологическое консультирование: диагностика отношений в паре. Тест Куна. Тест «Кто Я?» / Т. В. Румянцева — СПб., 2006.
21. Солдатова Е. Л. Взаимосвязь психического выгорания и показателей статусов эго-идентичности / Е. Л. Солдатова, А. А. Шевченко // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Психология — 2013. — Т. 6 — № 4.
22. Шмойлова Р. А. Теория статистики: учебник / Р. А. Шмойлова, В. Г. Минашкин, Н. А. Садовникова, Е. Б. Шувалова — М.: Финансы и статистика, 2008. — 656с.
23. Перспективы развития междисциплинарных социально-экономических и гуманитарных исследований. Доклады и выступления участников круглого стола (24 июня 2015, Ростов-на-Дону). / под ред. Г. Б. Клейнера. Ростов-на-Дону: Изд-во ЮФУ, 2015.
24. Adams G. R. The Objective Measure of Ego Identity Status: A Reference Manual / G. R. Adams —, 1998.
25. Berzonsky M. D. Identity Style and Coping Strategies / M. D. Berzonsky // J. Pers. — 1992. — Т. 60 — № 4— 771–788с.
26. Cheek J. M. Identity orientations and self-interpretation, 1989. — 275–285с.
27. Kuhn M. H. An Empirical Investigation of Self Attitudes / M. H. Kuhn, T. S. McPartland // Am. Sociol. Rev. — 1954. — Т. 19 — № 1. — 68–76с.
28. Marcia J. E. Development and validation of ego-identity status / J. E. Marcia // J. Pers. Soc. Psychol. — 1966. — Т. 3. — 551–558с.
29. Pavot W. Further Validation of the Satisfaction with Life Scale: Evidence for the Cross-Method Convergence of Well-Being Measures / W. Pavot, E. Diener, C. R. Colvin, E. Sandvik // J. Pers. Assess. — 1991. — Т. 57 — № 1. — 149–161с.
30. Schwartz S. H. Refining the theory of basic individual values / S. H. Schwartz, J. Cieciuch, M. Vecchione, E. Davidov, R. Fischer, C. Beierlein,

A. Ramos, M. Verkasalo, J.-E. Lönnqvist, K. Demirutku, O. Dirilen-Gumus, M. Konty // J. Pers. Soc. Psychol. — 2012. — Т. 103 — № 4. — 663–688с.

31. Simmons D. D. Development of an objective measure of identity achievement status / D. D. Simmons // J. Proj. Tech. Pers. Assess. — 1970. — Т. 34. — 241–244с.

### References

1. Bazhenov S. V. Metodologija i instrumentarij issledovanija jekonomicheskoy identichnosti regiona na mikrosocial'nom urovne / S. V. Bazhenov, E. Ju. Bazhenova // Jekonomika i socium — 2015. — Т. 6–2 — № 19– 158–162 p. (*in Russian*)

2. Bazhenov S.V. Podhody k izucheniju koncepta «jekonomicheskaja identichnost' regiona» (po rezul'tatam jekspertnogo oprosa) / S. V. Bazhenov, E. Ju. Bazhenova // Fundamental'nye issledovanija — 2015. — № 11–7– 1387–1390 p. (*in Russian*)

3. Bazhenov S.V. Jekonomicheskaja identichnost' regiona: koncepcija, podhody, ocenki / S. V. Bazhenov, E. Ju. Bazhenova, V. M. Belousov, N. Z. Gubnelova, A. O. Dajker, N. I. Chernobrovkina, S. A. Chernov // Izdatel'stvo Fond nauki i obrazovanija. — 2015. (*in Russian*)

4. Bazhenova E.Ju. Formirovanie nauchnogo koncepta «jekonomicheskaja identichnost' regiona»: mezhdisciplinarnyj podhod / E. Ju. Bazhenova, S. V. Bazhenov // Krymskij nauchnyj vestnik — 2015. — № 6– 151–168 p. (*in Russian*)

5. Beshelev S. D. Jekspertnye ocenki / S. D. Beshelev, F. G. Gurvich — M.: Nauka, 1973. — 79 p. (*in Russian*)

6. Vojskunskij A. E. Setevaja i real'naja identichnost': sravnitel'noe issledovanie / A. E. Vojskunskij, A. S. Evdokimenko, N. Ju. Fedunina // Psihologija. Zhurnal Vysshej shkoly jekonomiki — 2013. — Т. 10 — № 2. (*in Russian*)

7. Gorshkov M.K. Prikladnaja sociologija: metodologija i metody / M. K. Gorshkov, F. Je. Sheregi — M.: Institut sociologii RAN, 2011. — 372 p. (*in Russian*)

8. Devjatko I. F. Metody sociologicheskogo issledovanija / I. F. Devjatko — M.: Knizhnyj dom Universitet, 2009. Issued. 5. — 296 p. (*in Russian*)

9. Dobren'kov V. A. Metodologija i metodika sociologičeskogo issledovanija: uchebnik / V. A. Dobren'kov, A. I. Kravchenko — M.: Akademicheskij Proekt; Al'ma Mater, 2009. — 537 p. (*in Russian*)
10. Klejner G. B. Strategija predprijatija / G. B. Klejner — M.: Delo ANH, 2008. — 568 p. (*in Russian*)
11. Klejner G. B. Sushhnost' i struktura strategii predprijatija / G. B. Klejner // Sovremennaja konkurencija — 2008. — № 6. (*in Russian*)
12. Lebedeva N. M. Bazovye cennosti russkih na rubezhe HHI veka / N. M. Lebedeva // Psihologičeskij zhurnal — 2000. — T. 21 — № 3— 73–87 p. (*in Russian*)
13. Lebedeva N. M. Cennosti kul'tury i razvitie obshhestva / N. M. Lebedeva, A. N. Tatarko — M.: Izd. dom GU-VShJe, 2007. — 527 p. (*in Russian*)
14. Lebedeva N.M. Cennosti kul'tury i modeli jekonomičeskogo povedenija: Nauchnaja monografija / N. M. Lebedeva, A. N. Tatarko / pod red. N.M. Lebedeva, A.N. Tatarko. — M.: Izdatel'stvo «Sputnik+», 2011. (*in Russian*)
15. Orestova V. R. Formirovanie lichnostnoj identičnosti v staršem podrostkovom i junosheskom vozraste // — 2001. (*in Russian*)
16. Orlov A. I. Jekspertnye ocenki: Uchebnoe posobie / A. I. Orlov — M.: IVSTJe, 2002. — 31 p. (*in Russian*)
17. Orlov A. I. Organizacionno-jekonomičeskoe modelirovanie: uchebnik. Ch. 2: Jekspertnye ocenki / pod red. A. I. Orlov. M.: Izd-vo MGTU im. N. Je. Baumana, 2011. — 486 p. (*in Russian*)
18. Orlov A.I. Teorija jekspertnyh ocenok v nashej strane / A. I. Orlov // Nauchnyj zhurnal KubGAU — 2013. — T. 93 — № 9. (*in Russian*)
19. Pankova L. A. Organizacija jekspertiz i analiz jekspertnoj informacii / L. A. Pankova, A. M. Petrovskij, M. V. Shnejderman — M.: Nauka, 1984. — 120 p. (*in Russian*)
20. Rumjanceva T. V. Psihologičeskoe konsul'tirovanie: diagnostika otnoshenij v pare. Test Kuna. Test «Kto Ja?» / T. V. Rumjanceva — SPb., 2006. (*in Russian*)
21. Soldatova E. L. Vzaimosvjaz' psihičeskogo vygoranija i pokazatelej statusov jego-identičnosti / E. L. Soldatova, A. A. Shevchenko // Vestnik Juzhno-

Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Psihologija — 2013. — T. 6 — № 4. (*in Russian*)

22. Shmojlova R. A. Teorija statistiki: uchebnik / R. A. Shmojlova, V. G. Minashkin, N. A. Sadovnikova, E. B. Shuvalova — M.: Finansy i statistika, 2008. — 656 p. (*in Russian*)

23. Perspektivy razvitiya mezhdisciplinarnyh social'no-jekonomicheskikh i gumanitarnyh issledovanij. Doklady i vystuplenija uchastnikov kruglogo stola (24 ijunja 2015, Rostov-na-Donu). / pod red. G.B. Klejner. Rostov-na-Donu: Izd-vo JuFU, 2015. (*in Russian*)

24. Adams G. R. The Objective Measure of Ego Identity Status: A Reference Manual / G. R. Adams —, 1998. (*in Russian*)

25. Berzonsky M. D. Identity Style and Coping Strategies / M. D. Berzonsky // J. Pers. — 1992. — T. 60 — № 4— 771–788 p. (*in Russian*)

26. Cheek J. M. Identity orientations and self-interpretation, 1989. — 275–285 p. (*in Russian*)

27. Kuhn M. H. An Empirical Investigation of Self Attitudes / M. H. Kuhn, T. S. McPartland // Am. Sociol. Rev. — 1954. — T. 19 — № 1— 68–76 p. (*in Russian*)

28. Marcia J. E. Development and validation of ego-identity status / J. E. Marcia // J. Pers. Soc. Psychol. — 1966. — T. 3— 551–558 p. (*in Russian*)

29. Pavot W. Further Validation of the Satisfaction with Life Scale: Evidence for the Cross-Method Convergence of Well-Being Measures / W. Pavot, E. Diener, C. R. Colvin, E. Sandvik // J. Pers. Assess. — 1991. — T. 57 — № 1— 149–161 p. (*in Russian*)

30. Schwartz S. H. Refining the theory of basic individual values / S. H. Schwartz, J. Cieciuch, M. Vecchione, E. Davidov, R. Fischer, C. Beierlein, A. Ramos, M. Verkasalo, J.-E. Lönnqvist, K. Demirutku, O. Dirilen-Gumus, M. Konty // J. Pers. Soc. Psychol. — 2012. — T. 103 — № 4— 663–688 p. (*in Russian*)

31. Simmons D. D. Development of an objective measure of identity achievement status / D. D. Simmons // J. Proj. Tech. Pers. Assess. — 1970. — T. 34— 241–244 p. (*in Russian*)