

**В.В. Латынов**

**РЕЧЕВЫЕ ПРИЕМЫ АПОЛОГИЗАЦИИ  
НЕЭТИЧНОГО ПОВЕДЕНИЯ**

Исследовалось влияние различных типов объяснений – извинений и оправданий – на оценку неэтичного поступка, а также моральных качеств лица, его совершившего. Выявлены наиболее эффективные и, напротив, недейственные в плане формирования позитивного впечатления о человеке и его поступке типы апологизации.

**Ключевые слова:** неэтичное поведение, апологизация, извинение, оправдание.

**Vladislav V. Latynov**

**SPEECH TECHNIQUES OF APOLOGIZATION  
OF UNETHICAL BEHAVIOR**

The paper deals with the influence of different types of explanations – justifications and excuses – on the assessment of unethical act, as well as moral character of a person who committed it. There have been revealed most effective and, conversely, least of effective types of apologization in terms of creating a positive impression of the man and his action.

**Key words:** unethical behavior, excuse, justification, apologization.

Неэтичное поведение, т.е. поведение, нарушающее общепринятые моральные нормы и имеющее негативные последствия для других людей, к сожалению, достаточно широко распространено в современном обществе. Большой вклад в изучение неэтичного поведения вносит психология. В психологических исследованиях рассматриваются различные стороны данного феномена: детерминанты, структура, последствия, способы выявления.

Имеет проблема неэтичного поведения и важный коммуникативный аспект, поскольку речь нередко сопровождает или реализует подобное поведение. Кроме того, речь используется и для того, чтобы придать иной смысл осуществляемым неэтичным действиям. Особенно активно применяются разного рода объяснения и оправдания в случае совершения поступков, которых либо не ожидают от совершившего их лица, либо эти поступки выходят за рамки социально принятых стандартов поведения. Цель подобных дискурсов – ввести поступки в круг социально ожидаемых и культурно приемлемых форм поведения.

Исследования показывают, что, совершив неэтичный поступок, человек может использовать различные речевые приемы для того, чтобы подобное поведение не повредило его репутации. Нередко люди просто отрицают сам факт аморального поступка. Подобный способ реагирования не лишен эффективности. К.Риордан с соавторами [1987] продемонстрировали, что в случае обвинения ученого в плагиате или фабрикации результатов отрицание факта совершения этих проступков позволило снизить обвинительный настрой коллег. Аналогичным образом реагируют многие политики в ответ на появление в средствах массовой информации различных обвинений в их адрес. Лучшим вариантом защиты от скандальных разоблачений считается игнорирование, либо полное отрицание высказываемых в адрес политика обвинений, поскольку установлено, что даже частичное признание политиком факта совершения проступка в

финансовой или семейной сфере приводит к падению его популярности [Sigal et al. 1988].

Существуют, очевидно, и более сложные, включающие выраженный речевой компонент способы представления неэтичного поступка в приемлемом свете. Принято выделять два основных способа объяснения ненормативных поступков: извинения и оправдания [Felson, Ribner 1981]. Извинение (excuse) – речевое высказывание, в котором лицо, совершившее неожиданный или неэтичный поступок, признает его неверность или неадекватность, однако, отрицает (полностью или частично) свою ответственность за данное поведение. Примерами извинений могут служить следующие фразы: *«У меня не было намерения совершить подобное действие, это произошло случайно»*, *«Я действовал под принуждением»*, *«Я не предвидел отрицательных последствий своего поведения»*. При помощи извинений обычно удается вызвать у окружающих более позитивную оценку ненормативного поступка [Riordan et al. 1983].

В случае оправдания (justification) человек, совершивший неожиданный или неэтичный поступок, признает свою ответственность за него, но стремится представить поступок или его последствия в более выгодном для себя свете. В свое оправдание человек может заявлять, что его действие не имело негативных последствий, либо апеллировать к высшим целям, ценностям или авторитетным фигурам. Оправдания позволяют улучшить впечатление скорее о лице, совершившем проступок, нежели о самом проступке [Riordan et al. 1983].

Следует отметить, что оправдание как способ апологизации достаточно сложно реализуемо на практике, требует творчества и оригинальности мышления. Найти в неэтичном поступке позитивную сторону гораздо труднее, чем просто извиниться за его совершение. Поэтому неслучайно отмечается, что использование оправданий связано с определенным риском [Tedeschi et al. 1983]. «Хорошо построенное» оправдание способно успешно защитить позитивный имидж человека, нарушившего моральные нормы,

однако, «неудачно сконструированное» может привести к выраженным негативным оценкам поступка и лица, его совершившего.

Эмпирические исследования и жизненный опыт свидетельствуют о том, что люди нередко сопровождают неожиданные или ненормативные поступки разного рода речевым «оформлением», направленным на формирование более благоприятного впечатления о поступке и его авторе. Возникает вопрос, насколько успешно подобный постсобытийный дискурс облегчает межличностное взаимодействие? В какой мере те или иные варианты объяснения поступка позволяют нивелировать негативное впечатление от аморального поступка?

Обращаясь к этим вопросам, мы провели специальное исследование, целью которого было изучение влияния различных способов объяснения неэтичного поступка на оценку окружающими самого поступка и лица, его совершившего.

В исследовании участвовало 125 студентов московских вузов. Участникам предлагалась оригинальная методика «Поведение в этически неоднозначных ситуациях», включающая описание различных ситуаций из жизни предпринимателей (всего 7 ситуаций). Ситуации различались тем, оправдывался ли и, если оправдывался, то каким образом, совершенный поступок – невозврат долга.

Ситуация 1. Один предприниматель занял у другого крупную сумму денег, однако, в положенный срок долг не вернул. Оправданий не последовало.

Ситуация 2. Один предприниматель занял у другого крупную сумму денег, однако, в положенный срок долг не вернул. В качестве оправдания своего поступка предприниматель заявил: *«Во всем виноват мой бухгалтер, который занимается всеми финансовыми вопросами, в том числе и отслеживанием сроков возвращения долгов».*

В других ситуациях использовались следующие варианты объяснения причин невозвращения долга:

*«Я был вынужден отдать эти деньги своему другу, который оказался в сложной*

*финансовой ситуации, чреватой для него самыми серьезными последствиями.»* (ситуация 3).

*«В последнее время я был сильно загружен на работе и просто забыл вернуть долг.»* (ситуация 4).

*«В мире бизнеса мало кто вовремя отдает долги, и я лично знаю немало бизнесменов, задерживающих возврат занятых денег.»* (ситуация 5).

*«Я хотел вернуть долг вовремя, но дела у меня пошли плохо, и я оказался не в состоянии вернуть занятые деньги.»* (ситуация 6).

*«Я знаю, что предприниматель, у которого я занял деньги, сам никогда долги в срок не отдает.»* (ситуация 7).

Участники исследования должны были ответить на ряд вопросов, касающихся оценки предпринимателя и его поступка:

- Какой оценки заслуживает поступок? Варианты ответов: Самой негативной (1 балл), Негативной (2), Скорее негативной, чем позитивной (3), Скорее позитивной, чем негативной (4), Позитивной (5), Самой позитивной (6).

- Насколько склонен предприниматель совершать подобные действия? Варианты ответов: Совершенно не склонен (1 балл), Не склонен (2), Скорее не склонен, чем склонен (3), Скорее склонен, чем не склонен (4), Склонен (5), Очень склонен (6).

- Как часто предприниматель будет совершать подобные поступки в будущем? Варианты ответов: Никогда не будет (1), Крайне редко (2), Редко (3), Время от времени (4), Часто (5), Очень часто (6).

- Насколько порядочен этот предприниматель? Варианты ответов: Совершенно не порядочный (1), Не порядочный (2), Скорее не порядочный, чем порядочный (3), Скорее порядочный, чем не порядочный (4), Порядочный (5), Очень порядочный (6).

Собранные данные были подвергнуты статистическому анализу. Рассмотрим, насколько эффективно воздействовали на респондентов различные виды объяснения неэтичного поведения, связанного с невозвратом долга. Для этого усредненные оцен-

ки поступка предпринимателя и его качеств в ситуации, когда поступок не сопровождался ни какими объяснениями (ситуация 1), сравним с соответствующими оценками в ситуациях, предусматривающих различные способы объяснения совершенного.

Прежде всего, выясним, каким образом различные варианты объяснения влияли на **оценку поступка**. Наиболее эффективными в плане формирования позитивного восприятия совершенного поступка были такие виды апологизации, как просоциальное оправдание («отдал занятые деньги другу, который оказался в сложном финансовом положении») и оправдание, касающиеся затруднения в делах («дела пошли плохо и я оказался не в состоянии вернуть занятые деньги») (Табл. 1). В этих случаях поступок чаще всего расценивался как «заслуживающий скорее негативной оценки, чем позитивной», либо как «заслуживающий скорее позитивной оценки, чем негативной». Самыми неэффективными оказались объяснения типа: «в мире бизнеса мало кто вовремя отдает долги», «виноват бухгалтер», «забыл», «лицо, у которого заняты деньги, сам не отдает долги». При использовании такого рода объяснений оценки поступка были, главным образом, следующие: «заслуживает самой негативной оценки», «заслуживает негативной оценки».

Если сравнить действенность извинений («виноват бухгалтер, который занимается всеми финансовыми вопросами», «забыл», «у меня плохо пошли дела») и собственно оправданий («отдал деньги другу,

который оказался в сложной финансовой ситуации», «в мире бизнеса мало кто вовремя отдает долги», «человек, у которого были заняты деньги, сам долги никогда в срок не отдает»), то обнаруживается следующее. На оценки неэтичного поступка два указанных класса объяснений влияли сходным образом: средний балл для извинений – 2,45, средний балл для оправданий – 2,37, то есть различия в эффективности минимальны.

В рамках данного исследования мы стремились также выяснить, как воздействовал способ оправдания неэтичного поступка на **оценку моральных качеств предпринимателя**. Обратимся к данным второй части анкеты, касающейся оценки респондентом того, насколько склонен предприниматель совершать неэтичные действия, как часто он будет совершать подобные поступки в будущем, насколько он порядочен.

Согласно полученным данным (Табл. 2), склонность бизнесмена к совершению рассматриваемых поступков признавалась максимальной в тех случаях, когда он оправдывал свой поступок аморальностью бизнеса в целом («редко кто отдает долги вовремя») и аморальностью лица, у которого были взяты деньги («сам долги не отдает»). Наиболее благоприятное впечатление (т.е. минимальная оценка склонности к совершению аналогичных поступков) достигалось при указании на трудности в бизнесе, с которыми столкнулся предприниматель, а также на необходимость помочь попавшему в трудное положение другу.

Табл. 1. Оценки неэтичного поступка при различных способах его апологизации

Способ апологизации поступка	Оценки поступка (средний балл)
«отдал занятые деньги другу, оказавшемуся в сложной ситуации»	3,38
«мои дела пошли плохо»	3,12
Без объяснений	2,33
«забыл»	2,23
«лицо, у которого заняты деньги, сам не отдает долги»	2,06
«виноват бухгалтер»	2,01
«в мире бизнеса мало кто вовремя отдает долги»	1,68

Табл. 2. Оценки моральных качеств предпринимателя при различных способах аполлогизации неэтичного поступка

Способ аполлогизации поступка	Оценки моральных качеств предпринимателя (средний балл)		
	Склонность к совершению неэтичных поступков	Возможность совершения неэтичных поступков в будущем	Порядочность
<i>«отдал занятые деньги другу, оказавшемуся в сложной ситуации»</i>	3,12	3,09	3,74
<i>«мои дела пошли плохо»</i>	3,10	3,45	3,78
<i>«забыл»</i>	4,12	4,45	2,65
<i>«лицо, у которого заняты деньги, сам не отдает долги»</i>	4,52	4,74	2,25
<i>«виноват бухгалтер»</i>	4,04	4,29	2,46
<i>«в мире бизнеса мало кто вовремя отдает долги»</i>	5,20	5,33	1,90
Без объяснений	3,84	3,57	2,96

Иную картину обнаруживают оценки, касающиеся склонности совершать неэтичные поступки в будущем. Эта склонность признавалась максимальной в тех случаях, когда предприниматель оправдывал свой поступок аморальностью бизнеса в целом (*«редко кто отдает долги вовремя»*), аморальностью лица, у которого были взяты деньги (*«сам долги не отдает»*) и собственной забывчивостью. Наиболее же благоприятное впечатление (минимальная склонность к совершению аналогичных поступков в будущем) достигалось при указании на трудности в бизнесе, с которыми столкнулся предприниматель, на необходимость помочь попавшему в трудное положение другу, а также при отсутствии каких-либо объяснений.

Знаменательно, что в случае оценки склонности предпринимателя совершать рассматриваемые поступки в принципе такой вариант аполлогизации, как отказ от объяснений демонстрировал среднюю степень эффективности. Однако при оценке склонности предпринимателя совершать подобные поступки в будущем данный вариант реагирования оказался одним из наиболее действенных.

Самыми эффективными приемами в плане формирования представления о порядочности предпринимателя оказались курсы типа: *«помог другу»* и *«плохо пошли дела»*. Самыми неэффективными были: *«в бизнесе долги не отдают»*, *«тот, у кого занимались деньги сам долги не отдает»*, *«виноват бухгалтер»*.

Обобщая рассмотрение собранных данных, сравним эффективность извинений и оправданий для формирования позитивного представления о личных качествах предпринимателя. В случае вынесения суждений о моральных качествах предпринимателя (склонность совершать неэтичные поступки, будущая вероятность их совершения, порядочность) извинения демонстрируют более высокую эффективность с точки зрения создания позитивного, социально приемлемого облика предпринимателя. Например, средний балл извинений при оценке порядочности предпринимателя равен 2,96, средний балл оправданий – 2,63. Подобные результаты соответствуют данным, полученным в предыдущих исследованиях [Riordan et al., 1983; Riordan et al. 1988].

Только пытаясь снять с себя ответственность за совершение аморального поступка («не подумал о последствиях», «не проконтролировал» и т.п.), не отрицая аморальной природы поступка, человеку, как правило, удается сохранить достаточно позитивное впечатление в глазах окружающих. Если же он старается оспаривать аморальность поступка, приводя различные доводы в пользу его обоснованности, то подобная оправдательная стратегия провоцирует у окружающих негативную оценку его морального облика. Конечно, из этого правила есть исключения: умело подобранное оправдание поступка (в нашем случае это ссылка на необходимость помочь другу) способно вызвать у окружающих впечатление моральности совершившего его лица.

Насколько различно влияние типов апологизации на восприятие респондентами самого поступка и морального облика лица, его совершившего? Согласно полученным данным это влияние имеет сходный характер. Наиболее действенными с точки зрения формирования благоприятного впечатления о поступке и его авторе оказались два варианта оправдания неэтичного поступка: ссылка на альтруистическую, просоциальную мотивацию поступка («помогал другу, который попал в сложное положение») и указание на объективный ход событий (ухудшение финансового положения биз-

несмена). К наименее действенным относятся декларирование тотальной аморальности бизнеса («мало кто вовремя отдает долги») и дискредитация лица, которому надо было отдавать долг («он сам никогда долги в срок не отдает»). В отдельных случаях более выгодным оказалось просто не давать никаких объяснений совершенному поступку, нежели пытаться оправдываться.

Исследование продемонстрировало роль коммуникации в интерпретации этически неоднозначных ситуаций. Изучено влияние различных типов объяснений - извинений и оправданий – на оценку поступка, а также моральных и деловых качеств лица, его совершившего. Выявлены наиболее эффективные и, напротив, недейственные в плане формирования позитивного впечатления о предпринимателе и его поступке типы апологизации.

Было показано, что дискурс, следующий за совершением аморального поступка, способен скорректировать негативное впечатление от этого поступка и позволяет сохранить позитивный имидж субъекта поступка. Однако не всякий способ объяснения проступка обеспечивает такой эффект. При использовании способов оправдания, не учитывающих возможные реакции окружающих, нередко возникают ситуации, когда лучше было бы вообще воздержаться от попыток апологизации поступка.

## Литература

- Felson, R.B., Ribner, S.A.* An attributional approach to accounts and sanctions for criminal violence // *Social Psychology Quarterly*, 1981, Vol. 44. – P. 137–142.
- Riordan, C.A., Marlin, N.A., Kellogg R.T.* The effectiveness of accounts following transgression // *Social Psychology Quarterly*, 1983, Vol. 46. – P. 213–219.
- Riordan, C.A., Marlin, N.A., Gidwani, C.* Accounts for unethical research practices: Effects on the evaluations of acts and actors // *Journal of Social Psychology*, 1988, Vol. 128. – P. 495–505.
- Sigal, J., Hsu, L., Foodim, S., Betman, J.* Factors affections perceptions of political candidates accused of sexual and financial misconduct // *Political Psychology*, 1988, Vol. 9. – P. 273–280.
- Tedeschi, J.T., Riordan, C.A., Gaes, G.G., Kane, T.* Verbal accounts and attributions of social motives // *Journal of Research in Personality*, 1983, Vol. 17. – P. 218–225.