

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАУК
ИНСТИТУТ ПСИХОЛОГИИ

А. Б. Купрейченко, А. Е. Воробьева

Нравственное самоопределение молодежи



ИЗДАТЕЛЬСТВО
«ИНСТИТУТ ПСИХОЛОГИИ РАН»
МОСКВА – 2013

УДК 159.9
ББК 88
К 92

Все права защищены.

*Любое использование материалов данной книги полностью
или частично без разрешения правообладателя запрещается*

Рецензенты:

доктор психологических наук, профессор *М. И. Воловикова*
доктор психологических наук *Е. Ю. Стрижов*

Купрейченко А. Б., Воробьева А. Е.

К 92 Нравственное самоопределение молодежи. – М.: Изд-во «Институт
психологии РАН», 2013. – 480 с.

ISBN 978-5-

УДК 159.9
ББК 88

Монография посвящена теоретическому и эмпирическому исследованию нравственного самоопределения, которое является одним из наиболее перспективных объектов изучения этической психологии, активно развивающейся в настоящее время. В книге представлены авторские модели содержания и структуры нравственного самоопределения как комплексного феномена нравственного сознания, а также методический инструментарий, созданный на основе этих моделей. Эмпирические исследования посвящены изучению нравственного самоопределения различных групп молодежи – его содержанию, структуре, факторам, личностным типам. Выполнен анализ нравственного самоопределения современной российской молодежи в системе социального взаимодействия и коммуникации, включая такие их виды как отношение к труду, деловое и дружеское взаимодействие, отношение к неэтичным публикациям в СМИ.

Результаты исследования могут быть востребованы при разработке программ формирования нравственности в современном российском обществе и инструментов оценки их эффективности.

*Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ
(проект № 12–36–01099a1)*

© ФГБУН Институт психологии РАН, 2013

ISBN 978-5-

СОДЕРЖАНИЕ

Введение 7

Раздел 1

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ НРАВСТВЕННОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ

Глава 1. Предмет и перспективы

психологических исследований нравственности 17
*Современные представления о предмете психологии
нравственности или этической психологии* 17
*Основные направления современных исследований
нравственности* 22
*Теоретические подходы к структуре и динамике
нравственного сознания личности* 32

Глава 2. Психологическая модель оснований

и детерминации нравственности 43
*Современные представления о происхождении морали
и нравственности* 43
*Авторская модель оснований и детерминации
нравственности* 49
*Основные направления формирования
нравственности в обществе* 56

Глава 3. Нравственное самоопределение

как психологический феномен 63
*Содержание и структура самоопределения
как психологического феномена* 63
*Специфика нравственного самоопределения
и его место в ряду других видов* 67
*Теоретические модели структуры и динамики
нравственного самоопределения* 81

Глава 4. Теоретический анализ детерминации

нравственного самоопределения 96
*Социальная детерминация
нравственного самоопределения* 96
*Личностная детерминация
нравственного самоопределения* 103

Типологический подход к анализу нравственного сознания и самоопределения личности	110
--	-----

Раздел 2

ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ НРАВСТВЕННОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ РАЗЛИЧНЫХ СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ ГРУПП МОЛОДЕЖИ

Глава 5. Программа эмпирического исследования нравственного самоопределения	125
Анализ психологических методик для изучения и коррекции нравственности	125
Авторская программа исследования нравственного самоопределения.	128
Структура методики оценки психологических показателей эффективности рекламы.	133
Методический прием для изучения нравственных идеалов и нравственных ориентиров молодежи.	134
Объект, задачи и гипотезы эмпирического исследования.	135
Глава 6. Эмпирическое исследование содержания и структуры нравственного самоопределения молодежи	141
Общая характеристика нравственного самоопределения молодежи	141
Факторная структура компонентов нравственного самоопределения.	149
Кластерный анализ компонентов нравственного самоопределения.	159
Регрессионный анализ компонентов нравственного самоопределения.	161
Глава 7. Социально-демографические факторы нравственного самоопределения	170
Нравственное самоопределение молодых мужчин и женщин	170
Нравственное самоопределение молодежи разного возраста	172
Нравственное самоопределение молодых людей с разным семейным статусом.	177
Нравственное самоопределение молодых людей с разным типом занятости	181
Глава 8. Личностные факторы нравственного самоопределения	185
Взаимосвязи показателей нравственного самоопределения с личностными факторами по Р. Кеттеллу	185

Нравственное самоопределение молодежи с различным уровнем саморегуляции.	187
Нравственное самоопределение молодежи с различным уровнем эмоционального интеллекта.	197
Типы нравственного самоопределения личности	223

Раздел 3

НРАВСТВЕННОЕ САМООПРЕДЕЛЕНИЕ В СОЦИАЛЬНОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ И КОММУНИКАЦИИ

Глава 9. Нравственное самоопределение в сфере материального самообеспечения и труда у разных групп студентов.	237
Концептуальные основы и программа исследования	237
Общее отношение к труду и трудовые ценности студенческой молодежи	249
Представления о неэтичных профессиях и видах материального самообеспечения у современной студенческой молодежи	251
Типы отношения личности к труду.	257
Нравственные стратегии как детерминанты оценки этичности самообеспечения у разных типов отношения к труду	263
Трудовые ценности и нравственные стратегии студентов- менеджеров экономического и гуманитарного вуза	279
Глава 10. Нравственное самоопределение молодых руководителей в деловой сфере	287
Концептуальные основы и программа исследования	287
Общая характеристика нравственного самоопределения руководителей в деловой сфере	300
Нравственное самоопределение в деловой сфере у различных возрастных групп руководителей.	306
Глава 11. Нравственное самоопределение молодежи в дружеских и деловых отношениях	312
Концептуальные основы и программа исследования	312
Понимание студенческой молодежью этических качеств и этических стратегий	315
Готовность к соблюдению нравственных норм в дружеских и деловых отношениях у разных групп студентов	317
Готовность к соблюдению нравственных норм в дружеских и деловых отношениях у студентов с разным стилем межличностных отношений.	321

Глава 12. Нравственное самоопределение молодежи в системе массовых коммуникаций (на примере отношения к неэтичным формулировкам газетных заголовков)	327
<i>Концептуальные основы и программа исследования</i>	327
<i>Отношение представителей различных типов нравственного самоопределения личности к неэтичным формулировкам газетных заголовков</i>	333
<i>Отношения к неэтичным формулировкам газетных заголовков у различных социально-демографических групп молодежи</i>	344
Заключение	354
Литература	360
Приложения	385

ВВЕДЕНИЕ

Современные исследования, выполняемые в рамках различных наук о человеке, демонстрируют рост интереса к комплексу нравственных и духовных оснований жизнедеятельности личности, групп, человечества. Исследователи обозначают фундаментальную теоретическую задачу современной психологической науки – формирование нравственно и духовно ориентированной научной парадигмы. В настоящее время происходит становление новых отраслей психологической науки, в первую очередь, этической психологии или психологии нравственности. Развитие исследований активности человека и ее эффектов стимулирует интерес к миропреобразовательным, мирозидательным функциям человека в социуме и по отношению к биосфере и, соответственно, особую востребованность исследований роли психических явлений в регуляции социальной активности и в целом общественной жизни человека. Исследование нравственного самоопределения отвечает перечисленным выше научным тенденциям. Нравственное самоопределение – феномен, интегрирующий нравственные ценности и идеалы, представления и стратегии, потребности и способности, отношение к себе как субъекту нравственных отношений, нравственную оценку окружающего мира и другие компоненты. Его анализ позволяет перейти от разрозненного изучения отдельных нравственно-психологических феноменов (как это было до сих пор) к комплексному анализу содержания и динамики нравственного сознания личности и группы.

Нравственность – целостная система воззрений на должную социальную жизнь, выражающая то или иное понимание сущности человека и его бытия. Она составляет ценностный базис общества и имеет всеобщее значение, регулируя жизнедеятельность человека во всех сферах жизни. Результаты ряда исследований последних

лет показывают высокую значимость нравственно-психологических факторов и явлений в регуляции социального поведения и в целом активности личности. По нашему мнению, в ряду этих явлений особый интерес для исследования представляет нравственное самоопределение, результатом которого является нравственная позиция, проявляющаяся и обнаруживаемая не только в ходе изучения декларируемых этических принципов, норм и убеждений, но также (и, вероятно, более точно) через анализ системы отношений личности.

Нравственная позиция формируется на основе культурно, социально, исторически обусловленных норм морали конкретного общества. Восприятие и оценка, принятие или отвержение этих норм зависят от особенностей личности, жизненного опыта и условий, в которых проходило ее формирование. Важно отметить, что нередко декларируемая личностью нравственная позиция расходится с реальным поведением в этически сложных ситуациях. Одним из примеров такого расхождения является неискреннее, лицемерное, ханжеское отношение к нравственности. Но возможны также противоположные случаи, когда действие нравственных принципов и идеалов не осознается личностью, однако они оказывают существенное влияние на ее социальное поведение. Эмпирические референты подобных расхождений, с одной стороны, осознаваемой и декларируемой нравственной позиции личности, а с другой, ее психологической готовности к конкретному и реальному поведению, были выявлены в ходе исследования нравственного самоопределения.

Можно сказать, что все современное российское общество находится в состоянии нравственного самоопределения. Разрушение и возрождение идеологических и духовных основ социальной жизни, столкновение и взаимопроникновение различных культур, социальная и экономическая нестабильность последних десятилетий вызывают динамику ценностей и норм в индивидуальном и групповом сознании, определяют неустойчивость и противоречия в их системе. Социальные изменения оказывают влияние на всех членов общества, но в наибольшей мере на тех, чьи нормы и принципы, жизненные цели и идеалы находятся в процессе становления или переоценки, т. е. на детей, подростков, молодежь. Юношеский возраст выделяется как сенситивный этап развития нравственности. Молодежь – наиболее восприимчивая ко всему новому, наиболее активная и мобильная, но также наиболее уязвимая и чувствительная к негативному воздействию возрастная категория. Одной

из основных задач, которые стоят перед исследователями в настоящее время, является анализ процесса поиска молодыми людьми своего способа жизнедеятельности на основе воспринимаемых, принимаемых или формируемых ими во временной перспективе базовых отношений к миру, человеческому сообществу и самому себе. От того, каким будет нравственное самоопределение современной молодежи, зависит будущее моральное состояние общества, к которому она принадлежит.

Для переходных периодов в обществе характерны разногласия по поводу приемлемых типов поведения. Не случайно современные авторы отмечают тенденцию к расширенному пониманию (вплоть до противоположного значения, например, справедливость как узаконенное неравенство) нравственно нагруженных ценностей и «правильного» поведения в современном российском обществе (Воловикова, 2004; Емельянова, 2006; Юревич, 2009). Чтобы минимизировать конфликты в изменяющемся обществе, многие продолжают внешне придерживаться прежних норм. Результатом является ритуализм в сочетании с санкционированным уклонением от соблюдения норм. В некоторых кругах могут даже подозревать в лицемерии тех, кто слишком привержен нормам. В связи с этим практически важным представляется диагностика особенностей нравственного самоопределения личности, позволяющая прогнозировать ее поведение. Реакцией на нравственное состояние современного российского общества должно стать активное участие психологической науки в изменении сложившейся ситуации, разработка конкретных практических рекомендаций (Попов и др., 2008; Резников, 2009; Соснин, 2009; Стрижов, 2010; Шадриков, 2009; Юревич, 2011, 2012). В целом анализ программ и методик исследования нравственности, а также различных видов самоопределения показывает, что назрела потребность в методическом инструментарии, направленном на оценку нравственного самоопределения личности. Этим объясняется особое внимание, уделенное в работе теоретическому обоснованию, разработке и апробации программы исследования, которому посвящена настоящая монография и которое изложено в трех ее разделах.

В первом разделе освещены теоретические проблемы исследований нравственной сферы личности. В первой главе разграничиваются понятия «мораль» и «нравственность» в научном понимании, рассмотрены возможности и перспективы исследования нравственных феноменов психологической наукой. Вторая глава посвящена

биологическим и психологическим снованиям морали и нравственности. Под первыми понимаются эволюционные истоки морали в сообществе животных (Ф. де Ваал, Дж. Гудал, М. Хаузер, Д. В. Колесов и др.) и физиологические корреляты аморального поведения (А. Дамазио, Э. Голдберг, А. Райн и др.). Под вторыми понимаются психологические механизмы нравственного поведения, выявленные различными научными школами (психоанализ, теория социального научения, теория когнитивного развития и др.). Представлена авторская модель оснований и детерминации нравственности, предложены способы формирования нравственности. В *третьей главе* рассмотрен конструкт самоопределения личности и группы, его место среди смежных понятий, различные подходы к его изучению, представлена авторская (А. Б. Купрейченко) концепция нравственного самоопределения, его структура и отличительные особенности. В *четвертой главе* рассмотрены социальные и личностные детерминанты нравственного самоопределения, сопоставлены разные типологии нравственности личности, теоретические (М. Оссовская, И. Л. Зеленкова и Е. В. Беляева и др.) и эмпирические (Л. В. Темнова, С. П. Парамонова, А. А. Хвостов, Л. М. Попов и др.).

Второй раздел монографии посвящен эмпирическому изучению нравственного самоопределения молодежи – его содержанию, структуре, факторам. *Пятая глава* анализирует российские и зарубежные методики для оценки различных нравственных качеств, представлена авторская (А. Е. Воробьева, А. Б. Купрейченко) методика «Нравственное самоопределение личности», ее теоретическая основа, структура, результаты апробации и валидизации (корреляции с «Опросником нравственной надежности личности», с тестом Р. Кеттелла, с 17ФЛО Шмелева), рассмотрен разработанный авторами методический прием для оценки нравственного самоопределения в отношении к неэтичным явлениям окружающего мира – методика оценки психологических показателей эффективности рекламы/газетных заголовков, ее структура, преимущества и недостатки используемого стимульного материала (рекламных роликов и газетных заголовков). В *шестой главе* описаны результаты эмпирической проверки теоретической модели, обобщены данные факторного, кластерного, корреляционного и регрессионного анализа, сделана попытка изучения нравственного идеала и ориентира – осевых элементов нравственного самоопределения. В *седьмой главе* анализируются результаты эмпирического исследования социально-демографических факторов нравственного самоопределения личности (пол,

возраст, семейное положение, наличие или отсутствие детей и др.). В *восьмой главе* рассмотрены личностные детерминанты нравственного самоопределения (личностные факторы по модели Р. Кеттелла, саморегуляция, эмоциональный интеллект), а также представлена авторская типология нравственного самоопределения личности.

Третий раздел посвящен теоретическому и эмпирическому анализу нравственного самоопределения в социальном взаимодействии и коммуникации. В *девятой главе* раскрыта взаимосвязь нравственных стратегий молодежи с отношением к труду и материальному самообеспечению. В *десятой главе* анализируются результаты нравственного самоопределения в деловой сфере молодых руководителей. В *одиннадцатой главе* представлено эмпирическое исследование нравственного самоопределения в дружеских отношениях у молодых мужчин и женщин на разных стадиях профессионализации с разным стилем межличностных отношений. В *двенадцатой главе* собраны результаты исследований нравственного самоопределения молодежи в отношении неэтичных феноменов СМИ (неэтичных газетных заголовков).

В *приложениях* приведены бланки авторских методик, а также представлен сравнительный анализ известных методик для оценки нравственности (по сфере применения, теоретическим основаниям, измеряемым конструктам, достоинствам и недостаткам).

Выполненное исследование, как мы надеемся, лишь предваряет полномасштабное изучение нравственного и других малоизученных видов самоопределения. Современное состояние теоретических и эмпирических исследований самоопределения предоставляет широкие возможности для содержательного наполнения и развития этого понятия, прежде всего, для анализа структуры самоопределения. Сложную задачу представляет установление родо-видовых и иерархических связей различных видов самоопределения. Можно выделить некоторые виды самоопределения, которые являются базовыми или более общими по отношению к другим. Таковыми мы считаем духовное и витальное самоопределение. Нравственное самоопределение – их составная часть. На нравственном самоопределении, как и на других составляющих базовых видов самоопределения, выстраиваются более частные виды самоопределения в различных сферах жизнедеятельности личности и общества: социальное, политическое, профессиональное, экономическое и др. Так, на основе базовых нравственных эталонов и идеалов формируются нравственные оценки сфер жизнедеятельности, а также отношения нравственности

(оценки, эмоции и готовность в нравственном поведении), связанные с отдельными объектами и явлениями этих сфер.

Нравственное самоопределение по сравнению с другими его видами имеет ряд выраженных специфических черт. В их ряду: 1) особая значимость отдельных структурных компонентов самоопределения, например, первостепенная значимость эталонов и идеалов; 2) отчетливая выраженность уровневого строения; 3) особая устойчивости «стержня» и высокая мобильность «оболочки»; 4) наличие мощных внутренних регуляторов – совести и стыда; 5) особая роль по отношению к другим видам самоопределения – нравственное самоопределение выступает основой и неотъемлемой частью большинства других видов; 6) многоаспектность и многосегментность нравственного самоопределения. В частности, в его структуре можно выделить четыре сегмента: первый – самоопределение в отношении морали и нравственности как части общественного сознания и социального института; второй – самоопределение в отношении объектов и явлений окружающего мира и бытия субъекта; третий – самоопределение в отношении других людей, групп и общества в целом с точки зрения нравственности; четвертый – самоопределение в отношении к самому себе как субъекту отношений нравственности.

В монографии предложено и обосновано несколько авторских моделей содержания и динамики нравственного самоопределения, а также рассмотрено применение к нравственному самоопределению некоторых ранее созданных моделей (уровневой и четырех оснований нравственности). Приложение уровневой модели к нравственному самоопределению позволяет в качестве основных элементов «ценностно-нравственного стержня» назвать нравственные идеалы, эталоны, нравственное мировоззрение и т. д. Согласно нашим теоретическим представлениям, «оболочку» нравственного самоопределения составляют нравственные принципы, нравственные стратегии. «Поверхностный слой» составляют нормы, правила поведения в различных ситуациях и с различными категориями людей и т. д.

Многоаспектность нравственного самоопределения демонстрирует также модель четырех оснований нравственности (Купрейченко, 2009). Согласно этой модели, нравственность человека имеет множественную природу, т. е. имеет биологическое, духовное, социальное или прагматическое (утилитарное) происхождение. На фоне этого многообразия разворачивается процесс нравственного самоопределения на протяжении жизни, которое на каждом этапе имеет различную детерминацию, выполняет специфические функции, а в целом

предполагает активное саморазвитие личности, поиск собственной нравственной позиции, выбор решения в проблемной ситуации.

В ходе теоретического анализа с опорой на данные эмпирического исследования нами разработана *структурно-динамическая модель* нравственного самоопределения. Согласно этой модели, процесс нравственного самоопределения на протяжении жизни субъекта включает подготовительный этап, начальный этап (этап первичного самоопределения), этап стабильности (определенности или зрелости) и этап переопределения. В целом процесс нравственного самоопределения личности на протяжении жизни характеризуется постоянной сменой детерминации – элементы, сформировавшиеся на предыдущем этапе под влиянием других, на следующей стадии сами становятся детерминантами. Кроме того, различные элементы нравственного самоопределения выполняют специфические функции: социального познания (в том числе апперцепции) и самопознания, самодетерминации, самопрезентации, регуляции поведения, обеспечения взаимодействия с социальным миром, психологической защиты и мн. др. Некоторые элементы нравственного самоопределения выполняют сразу несколько подобных функций. Важно также, что элементы нравственного самоопределения различаются по своей значимости и степени влияния на другие элементы. Наиболее значимые и устойчивые элементы мы относим к «стержню» нравственного самоопределения, остальные – к его «оболочке». С течением времени отдельные элементы могут переходить из «оболочки» в «стержень» и наоборот, но есть и такие, которые сохраняют свою значимость на протяжении всей жизни человека.

Эти теоретические положения послужили основой программы представленного в монографии исследования и были проверены и скорректированы в результате анализа эмпирических данных. Появлению книги во многом способствовали многочисленные обсуждения проблем самоопределения на научных заседаниях и конференциях, которые проходили в последнее десятилетие в России и за рубежом. Авторы монографии выражают благодарность коллегам и аспирантам Института психологии РАН, оказавшим большую помощь в подготовке, проведении и обсуждении результатов исследования, всем российским исследователям нравственной и духовной сферы личности и общества, чей интерес к теме служил стимулом и поддержкой на всех этапах работы, а также Российскому научному гуманитарному фонду, благодаря финансовой поддержке которого выполнялось исследование и издание книги.

Раздел 1

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ
ИССЛЕДОВАНИЯ НРАВСТВЕННОГО
САМООПРЕДЕЛЕНИЯ**

ГЛАВА 1

ПРЕДМЕТ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ НРАВСТВЕННОСТИ

Современные представления о предмете психологии нравственности или этической психологии

Большое внимание исследователей к проблемам нравственности, заложенное в работах С. Л. Рубинштейна, К. А. Абульхановой, Б. Г. Ананьева, Л. И. Анцыферовой, В. Г. Асеева, М. И. Бобневой, Б. С. Братуся, Л. И. Божович, А. В. Брушлинского, К. К. Платонова, К. Муздыбаева, Т. А. Флоренской, В. Э. Чудновского, П. Н. Шихирева, Д. Б. Элькони-на и ряда других авторов, является традиционным для отечественной психологии. Этот интерес обрел новую силу на рубеже XX и XXI веков. В последние десятилетия все большее число российских психологов обращается к проблемам морали и нравственности, в частности: А. Н. Бражникова, М. И. Воловикова, Н. Д. Елисева, А. Л. Журавлев, В. В. Знаков, О. И. Мантонина, О. П. Николаева, Р. В. Овчарова и Н. В. Мельникова, Д. А. Подольский, О. А. Подольский, Л. М. Попов, Т. П. Скрипкина, Е. Ю. Стрижов и мн. др.

Возникают и развиваются новые направления, в большинстве своем междисциплинарные: макропсихологический подход к исследованию нравственности (М. И. Воловикова, Т. П. Емельянова, В. А. Кольцова, Н. М. Лебедева, Е. Н. Резников, В. А. Соснин, А. В. Юрвич и др.); нравственно-психологическая регуляция экономического сознания и поведения (Е. И. Горбачева, А. Л. Журавлев, А. Б. Купрейченко, Е. Н. Молодых, М. В. Редькина, С. П. Табхарова, Г. А. Токарева и др.); нравственная и духовная детерминация профессиональной деятельности (Ю. Я. Голиков, Л. Г. Дикая, Е. П. Ермолаева, А. Н. Костин, В. А. Пономаренко, В. Д. Шадриков и др.), нравственное самоопределение личности (К. А. Абульханова, Е. П. Авдудевская и Т. А. Араканцева, Л. И. Божович, А. Е. Воробьева и А. Б. Купрейченко, Н. Д. Зотов, В. Ф. Сафин и др.) и некоторые другие направления.

Говоря о развитии междисциплинарных исследований, А. Л. Журавлев считает интеграцию с этикой весьма перспективной для психологической науки, поскольку морально-этические, нравственные проблемы вышли сегодня на первый план исследований в целом ряде наук, особенно научно-практических (Журавлев, 2004, с. 361).

М. И. Воловикова отмечает, что в отечественной психологической науке накоплен значительный объем знаний о закономерностях морального развития, о роли совести в психическом (и даже физическом) состоянии человека, о развитии морально-правового сознания, о бытующих представлениях о нравственности личности и др. (Воловикова, 2009, с. 95). В настоящее время происходит оформление таких отраслей науки, как *психология нравственности*, *этическая психология*, ряд авторов обосновывает необходимость развития *психологии духовности*, *гуманитарной или гуманистической психологии*. Близкими им по проблематике являются *позитивная*, а также *вершинная психология*. Ведутся постоянные дискуссии о предмете этих отраслей, их структуре, основных проблемах и соотношении с различными направлениями психологической науки и философии.

В 1990-е годы Б. С. Братусь, оперируя понятиями нравственной и гуманитарной психологии, вслед за С. Л. Рубинштейном отмечал, что общим пространством, точкой пересечения этики и психологии является отношение к другому как самоценности и что такой подход создает возможность сознательного служения психологии задачам нравственного развития (Братусь, 1997, с. 11).

В свою очередь, Л. М. Попов в качестве предмета этической психологии личности выделяет нравственно-детерминированное поведение личности, субъекта. «Если в психологии личности изучается поведение в безоценочном ракурсе, то в этической психологии личности следует изучать поведение со стороны его соответствия – несоответствия нормам, сложившимся в какой-либо культуре, субкультуре» (Попов и др., 2008, с. 15).

По мнению Л. М. Попова, этическая психология личности – это та отрасль человековедческого знания, которая, во-первых, дает возможность описать разнообразные типы человеческого поведения (амбивалентное, агрессивное, социальное – асоциальное, бес-сознательное, деструктивное, полоролевое, ролевое и др. Во-вторых, отмечает Л. М. Попов, она дает возможность в каждом случае соотносить поведенческие действия и поступки с общечеловеческими, национальными, религиозными, семейными, субкультурными пра-

вилами, нормами, обычаями, традициями, нравами, свойственными другим людям. В-третьих, оставаясь отраслью не столько теоретической, сколько практической науки, этическая психология дает возможность определять уровень и возможности коррекционной деятельности по движению от порочного поведения к добродетельному (Попов и др., 2008, с. 14).

В целом нравственно-психологическая проблематика современных исследований может быть значительно шире, поскольку в этических категориях «добра» и «зла» оцениваются не только феномены взаимодействия субъекта с другими людьми, группами, обществом, но также и его отношение к мирозданию, объектам и явлениям окружающей действительности, своему психологическому пространству, к самому себе, своей жизни, собственным способностям, потребностям и состояниям. Это следует из понимания нравственности (морали, этики) как целостной системы воззрений на должную социальную жизнь, выражающую то или иное понимание сущности человека и его бытия. Нравственность (мораль, этика) составляет ценностный базис общества и имеет всеобщее значение, регулируя жизнедеятельность человека во всех сферах жизни с целью достижения единства или согласованности общественных, групповых и личных интересов. Соответственно, *предметом психологии нравственности являются психологические феномены и закономерности, связанные с формированием и функционированием целостной системы воззрений на социальную жизнь, сущность человека и его бытия, оцениваемых в категориях добра и зла.*

Концептуальный вопрос, который невозможно обойти, анализируя предмет психологических исследований нравственности, – вопрос о соотношении понятий «мораль», «нравственность», «этика». Смысловая близость и этимологическое сходство этих понятий приводит к сложности в их использовании. Нередко они употребляются как синонимы (Е. В. Субботский, Н. И. Сидоренко, А. А. Гусейнов, Р. Г. Апресян, Б. О. Николаичев и др.). Однако чаще термин «этика» используется для обозначения научной отрасли. Ряд исследователей под моралью подразумевает идеал, а под нравственностью – систему норм в социальной структуре (Т. А. Ильина, Б. Т. Лихачев, Ю. А. Шрейдер и др.). Другие авторы, наоборот, нравственность определяют как идеал, а мораль – как нормы сообщества (О. Г. Дробницкий, М. И. Бобнева, Н. К. Эйнгорн и др.). Иногда под моралью подразумеваются нормы сообщества, а нравственность рассматривается как индивидуальное свойство (Л. М. Аболин, Г. Ф. Садрисла-

мов, Д. В. Колесов, Р. В. Овчарова, Н. В. Мельникова, О. И. Мантонина, Ж. В. Рослякова и др.).

Нам наиболее близка следующая точка зрения на соотношение морали и нравственности: мораль как «хранительница общности» связана с ограниченностью человека как члена общества, она подчиняется законам конкретного социума и представляет собой некий свод норм и правил. В свою очередь, нравственность связана с универсальностью человека. В основе морали – приоритет общественного над личным, неравноценность субъектов, их иерархия. Нравственность выводит за пределы социума, предполагая равноценность субъектов (Гусейнов, Апресян, 1998). В словаре по этике приведено аналогичное понимание нравственности как сферы свободы личности, когда общественные и общечеловеческие требования совпадают с внутренними мотивами, как области внутреннего самопринуждения, благодаря личной сознательности переходящей в склонность и спонтанное побуждение творить добро (Словарь по этике, 1989).

Разделяя эту позицию, мы чаще всего оперируем в своих исследованиях термином «нравственность», используя термин «мораль» для обозначения свода норм и правил определенного сообщества людей. В названии же научной отрасли, на наш взгляд, приемлемы два варианта, которые могут использоваться как взаимозаменяемые – «психология нравственности», а также «этическая психология». На сегодняшний день остаются неопределенными междисциплинарные связи этой научной отрасли. Психология нравственности, или этическая психология, по мнению некоторых исследователей, может быть одним из направлений более широкой научной отрасли – *психологии духовности*.

К идеям о заложенном в человеке духовном начале, стремлении к высшим ценностям, обладании духовными потребностями, способностями, интеллектом и т. д. обращались А. Адлер, И. Брунштейн, Э. Динер, Э. Деси и Р. Райан, Э. Клингер, А. Маслоу, Л. Первин, Г. Олпорт, В. Франкл, Э. Фромм, Д. Эдвардс, Р. Эммонс и др. Эти идеи отражены в работах отечественных психологов К. А. Абульхановой, Л. И. Анцыферовой, Б. С. Братуся, М. И. Воловиковой, А. А. Гостева, И. А. Джидарьян, В. В. Знакова, Н. А. Корниенко, Д. А. Леонтьева, К. К. Платонова, Л. М. Попова С. Л. Рубинштейна, В. Д. Шадрикова и многих других авторов.

Несомненно, духовные регуляторы должны стать полноправными составляющими психологического анализа сознания (в том чис-

ле нравственного) личности, группы, общества. В. Франкл призывал к созданию «вершинной психологии» – психологии, «которая в своем клиническом практическом приложении не забывает за соматическим и психическим в человеке также духовное в нем и стремится быть психотерапией духа и в этом смысле знает о существовании духовного измерения – высшего измерения человеческого бытия» (Франкл, 1990, с. 105).

По мнению В. Франкла, в духовном бессознательном наряду с этическим бессознательным, с нравственной совестью существует эстетическое бессознательное – художественная совесть. Таким образом, в духовности можно выделить и иные составляющие, помимо этической, эстетическую, гностическую, божественное откровение и др. В то же время, как будет показано ниже, нравственность определяется целой совокупностью оснований. Наряду с духовным можно также выделить социальное, биологическое, прагматическое основания нравственности. Все это приводит нас к заключению о том, что находящиеся в процессе становления психология нравственности и психология духовности – смежные отрасли, имеющие некоторое общее предметное поле.

Настоящее время – период взаимопроникновения, смешения и противостояния различных культур как во всем мире, так и в нашей стране, где совсем недавно произошла очередная кризисная ломка идеологии, социальных и нравственных норм. В такие периоды особо востребованы выделенные К. А. Абульхановой три аспекта категории субъекта: организация жизни и деятельности, способ разрешения противоречий и совершенствование. При этом «способ жизни субъекта отвечает одновременно обобщенным, абстрактным человеческим принципам (прежде всего этическим) и одновременно – конкретным, реальным» (Абульханова, 2000, с. 26). Сложность социального, культурного, идеологического, духовного выбора, существования и даже выживания в текущий исторический период обуславливает высокий интерес ученых-психологов к проблемам нравственности, а также расширение проблемного поля психологии нравственности.

В этот период *особо значимым* становится анализ следующих процессов:

- поиска нравственных идеалов;
- нравственного нормотворчества и создания собственных этических кодексов;

- разрешения противоречий и кризисов, в том числе, внутренних (нравственных и духовных);
- выбора поведения и форм социальной активности, направленных на утверждение нравственных идеалов и норм в окружающем мире.

Эти особо значимые в настоящее время для жизнедеятельности личности, групп и общества процессы могут быть определены как *процессы нравственного самоопределения*. Поэтому нравственное самоопределение выступает одним из перспективных направлений исследований психологии нравственности. Широкий спектр возможных направлений и проблем исследований в этой области раскрывается ниже при анализе современного состояния исследований нравственности, психологических теорий нравственности личности, а также системы оснований и детерминации нравственности, авторская модель которой представлена в главе 2.

Основные направления современных исследований нравственности

Проводя анализ направлений изучения нравственности в российской и зарубежной психологии, можно выделить некоторые основные, т. е. наиболее важные и проработанные. Ниже представлен их краткий анализ. Работы, наиболее значимые для изучения нравственного самоопределения, более подробно проанализированы в следующем параграфе.

Теоретические основы психологических исследований духовно-нравственных феноменов

Большое вклад в это направления своими работами внесли Ж. Пиаже, Л. Колберг, а также их последователи: К. Гиллиган, Дж. Джиббс, Дж. Л. Тапп и др. В российской науке к теоретическим основам духовно-нравственных феноменов в своих исследованиях обращались С. Л. Рубинштейн и К. А. Абульханова, Л. И. Анцыферова, Б. С. Братусь, М. И. Воловикова, В. В. Знаков, К. К. Платонов, В. А. Пономаренко, Л. М. Попов и О. Ю. Голубева, В. Д. Шадриков и др. Эти исследования посвящены поиску психологической природы духовности и нравственности, анализу духовных и нравственных способностей, потребностей, состояний личности.

Наиболее разработанным направлением, имеющим прочные теоретические основания и наибольшее число последователей, являются *исследования стадии нравственного развития, уровня развития моральных суждений, моральной компетентности и воспитанности*. Упомянутые выше концепции Ж. Пиаже, Л. Колберга, К. К. Платонова выступили основой моделей таких авторов, как А. И. Подольский и Д. А. Подольский, С. В. Молчанов, Н. А. Чикалов, О. П. Николаева, Э. Р. Гизатуллина, И. А.-Ш. Мунзер и др. Распространенным методическим приемом для оценки уровня нравственного или морального сознания является решение проблемных этических задач. Его используют в авторских методиках нравственного выбора отечественные исследователи: Е. К. Веселова, Ю. В. Синягин, Д. В. Малюгин, А. И. Подольский и О. А. Карабанова, – а также зарубежные: К. Бэсинджер, Д. Джиббс, Д. Ленник, Дж. Линд, Ф. Кьел, Д. Рест, Д. Фуллер, Н. Эйзенберг и др. Многие авторы обращаются к проблеме развития духовности, в частности, Л. М. Попов выделяет четыре ступени духовного роста субъекта.

Нравственные ориентации и направленность

Эти исследования и соответствующие методические приемы, как правило, оценивают направленность личности на основополагающие этические категории. В частности, ориентацию личности на две альтернативные черты выявляет тест «Добро–Зло» Л. М. Попова, А. П. Кашина и Р. Р. Исмагиловой. Аналогичные задачи выполняет исследование В. С. Мухиной при помощи рисуночного теста для детей «Доброе–злое». Моральная ориентация на две другие категории оценивается опросником «Справедливость–Забота» С. В. Молчанова.

Ориентацию на нравственные ценности определенного сообщества или культуры анализируют исследователи протестантской этики (важность усердной работы, бережливости и умеренности), подход к исследованию которой заложил еще М. Вебер в работе «Протестантская этика и дух капитализма». Эти ориентации исследуются многими современными авторами при помощи «Шкалы протестантской этики» (Protestant Ethic Scale). Изучаются, в частности: личные и социальные характеристики этического протестанта (В. Beit-Hallahmi, А. Р. MacDonald, Н. L. Mirels, J. V. Garrett), взаимосвязь протестантской этики с различными жизненными ценностями и ориентациями (М. Biernat, Т. К. Vescio, S. A. Theno, А. N. Christopher, В. R. Schlenker, N. T. Feather, A. Furnham,), протес-

тантская трудовая этика и отношение к безработице (A. Furnham, P. Heaven).

Вероятно, было бы интересно создать некий подобный инструмент для изучения ориентации населения нашей страны на традиционные для России нравственные кодексы, соответствующие отдельным составляющим ее полиментальной культуры. Некоторые шаги в этом направлении уже делаются, так, Е. Ю. Стрижов исследовал нравственную надежность, включающую следующие компоненты: 1) отношение к труду; 2) отношение к нравственным ценностям; 3) отношение к богатству; 4) отношение к воровству. Психологическими критериями нравственной надежности, по его мнению, являются: принятие ответственности на себя за выполнение нравственных норм, их одобрение и поддержка; понимание необходимости соблюдения нравственных норм в повседневной жизни; учет моральных норм в своем поведении; устойчивость к негативным моральным нормам (Стрижов, 2009). К этой же категории можно отнести исследование отношения к другому, себе, религии, обществу, выполненное А. Н. Бражниковой на основе авторской концепции нравственно-психологических отношений (на основе любви).

Существует ряд исследований ориентации на *профессиональные этические кодексы*. Так, подход к изучению медицинской этики З. М. Гаждимурадовой основан на исследованиях в области биоэтики и видении проблем медицинской этики мировыми религиями. Авторская методика «Медицинская этика» выявляет оценку писаных и неписаных правил и законов в отношении медицинской практики, а также способность к самооценке нравственных качеств.

Целый спектр направлений можно выделить в психологических исследованиях этики бизнеса: социальная ответственность бизнеса, гуманность фирм; моральное лидерство, этический менеджмент; соотношение этичности лидерства и его эффективности, практические вопросы формирования этического бизнеса, подготовки менеджеров, обучения работников, развития этического сознания профессиональных бизнесменов и т. д. Более подробно анализ этих направлений, как и других направлений исследований нравственной регуляции экономической активности (например, этического/неэтического потребления и инвестирования), представлен в специальной работе (Купрейченко, 2010). Исследования отечественных и зарубежных авторов показывают, что нравственность выступает важной детерминантой экономической активности (О. Т. Богомо-

лов, Р. Т. Де Джордж, А. Б. Купрейченко, Д. Дж. Фритцше, П. Н. Шихирев, R. C. Baumhart, L. Nash). Отношения нравственности личности и группы в значительной степени определяют выбор вида экономической активности, методы и средства достижения целей, а также специфику отношений с партнерами по деловому взаимодействию.

Ряд работ посвящен исследованиям *основополагающих для нравственности свойств личности*, в частности альтруизму, эгоизму, совести и совестливости, циничности и др.:

- Альтруизм с давних пор привлекал внимание психологов (J. Andreoni, С. Д. Батсон, L. Berkowitz, J. Macaulay, С. Walker, D. Fetchenauer, A. Field, Р. Фишер, В. П. Эфроимсон и др.). Д. А. Подольский исследовал также альтруистическую позицию, оцениваемую при помощи шкал: бескорыстная доброта, манипулятивные установки, нормативные установки и др. (методика А. L. Comptonian в адаптации Д. А. Подольского). Для этого подхода характерно выделение фактора доброты как основы альтруистического поведения, и той доброты, за которой стоит эгоистический мотив получения собственной выгоды.
- Диспозиционный эгоизм изучался Р. Доукинзом, К. Муздыбаевым, А. Рэндом и др., рассматривались также психологические основы эгоизма (К. Байер, С. Д. Брод, Б. Герт, М. А. Слот и др.) и т. д.;
- Совесть выступала предметом анализа и затрагивалась в работах очень многих исследователей (К. А. Абульханова, М. И. Володинова и Л. Ш. Мустафина, В. В. Знаков, В. И. Илюшин, Н. А. Коваль, И. С. Кон, В. Н. Мясищев, К. Муздыбаев, Р. С. Немов, В. В. Столин, В. Франкл, Э. Фромм и др.). Совестливость как степень уважения к социальным нормам и этическим требованиям рассматривали В. В. Мельников, Л. Т. Ямпольский. Другими исследователями (Е. П. Ильин) совестливость понимается как склонность испытывать чувство вины и оценивается на основании шкалы «Чувство вины» из методики диагностики показателей и форм агрессии А. Баса и А. Дарки. В. Лефевр предложил собственный подход к оценке совести личности. Этот подход основан на представлениях о том, что каждый человек стремится к максимизации своего этического статуса, т. е. стремится оценивать самого себя как высокоморального субъекта.
- Циничность как ориентацию личности изучали Л. М. Попов и П. Н. Устин с использованием методики «Добро–Зло».

Представления о нравственности, нравственные мотивы, способность к самооценке нравственности

Представлениям о нравственном идеале посвящены современные исследования М. И. Воловиковой, Н. Б. Дрожжиной, Л. Л. Гренковой-Дикевич, З. И. Гришиановой, Н. Д. Елисеевой, О. П. Николаевой и др. Нравственный идеал привлекал внимание многих крупных ученых психологов (Л. И. Божович, Б. С. Братусь, О. Г. Дробницкий, С. Л. Рубинштейн, Т. А. Флоренская, В. Э. Чудновский и др.). Нравственный идеал выполняет крайне важную роль в усвоении и формировании нравственности личности и приобретает особое значение в периоды социальных трансформаций. Результаты исследований М. И. Воловиковой и др. показывают, что содержание идеала динамично, например, в советские годы перестали быть поощряемыми такие качества, как смирение, терпение, ласковость. Однако доброта была и остается наиболее притягательной и ценимой характеристикой нравственного состояния человека (Воловикова, 2009, с. 154).

Исследования Т. П. Емельяновой позволили ей определить нравственно-психологическую составляющую в качестве центрального элемента социальных представлений современных россиян об экономических изменениях. Важное место в этих представлениях отведено понятию «справедливость», представление о котором чрезвычайно разнятся у различных социальных групп (студентов, предпринимателей, пенсионеров). В ходе этих исследований выявлена нравственно-психологическая диверсификация самой идеи справедливости – различные группы понимают ее по-разному, иногда прямо противоположно (Емельянова, 2006).

К этой же категории исследований можно отнести многочисленные работы, выполненные на детях младшего возраста с применением проективных методик, дискуссий и специальных игр (С. Михалкова и др., И. Л. Соломин, С. Г. Якобсон и Г. И. Морева, И. В. Дубровина и А. Г. Рузская, Н. Ю. Синягина, Г. А. Урунтаева, О. А. Прохоров и др.).

Моральные, нравственные отношения, установки и аттитюды

Это, в частности, исследования оценок аморального поведения при помощи методики The Moral Behavior Scale (Crissman, 1942; Retting, Pasamanick, 1959), инструкция которой предполагает оценку по шкале «Совершенно неправильно – Немного неправильно» следующих феноменов: убийство человека ради спасения собственной

жизни; сексуальные отношения до брака; доктор, допускающий смерть неполноценного ребенка, зная, что нет лекарства от этого дефекта; ставки на лошадей и т. п. Аналогичную задачу выполняет методика оценки морально спорного поведения – «The Morally Debatable Behaviors Scales» (Harding, Phillips, 1986). В ней необходимо оценить по шкале «Допустимо всегда – Никогда не допустимо»: не платить за проезд в общественном транспорте, покупать краденое, гомосексуализм, проституцию, аборт и т. п.

А. Ф. Терёшкин изучал следующие моральные установки: нормативность, благополучие/социальная ответственность, справедливость, взаимность, самоуважение/внутренний долг, тревожность/совестливость, альтруизм/любовь к добру, прагматизм, религиозность, моральная автономия, релятивизм, конформность, цинизм, макиавеллизм, конвенционализм, честность, ответственность, преданность/верность, моральное мужество, дружелюбие/готовность помочь. В исследовании использовался опросник моральных аттитюдов и анкета о моральных вопросах и качествах людей.

Этический уровень (действие и его мотивация) изучает методика нравственного выбора «Прошу совета» Е. К. Веселовой. Этот методический прием позволяет проводить не только качественный, но и количественный анализ. С его помощью М. В. Редькина изучала готовность к нравственному поведению в сфере деловых отношений. В свою очередь, Г. А. Токарева предлагает авторский подход к изучению нравственной направленности в сфере управленческого труда, дополненный идеями Е. К. Веселовой и С. А. Черняевой (авторов методики «Друг-советчик-1»). Она анализирует моральный выбор в личной и профессиональной сфере на основе решения моральных дилемм (методика «Деловой совет другу»). Выбор соответствует трем уровням: 1) нравственно-позитивный; 2) нравственно-неопределенный; 3) нравственно-негативный.

Этичность поведения по шкалам: взяточничество, жульничество, подделка, этические отношения с сотрудниками, преувеличение издержек в отчетах о командировках, личная выгода от ресурсов компании позволяет оценивать «Behaviorally Anchored Rating Scale» (R. L. Cardy, T. T. Selvarajan). В лаборатории психодиагностики ЮрГУ разработана методика диагностики честности, оценивающая готовность к честному поведению, хищению или воровству на работе.

К этой же категории относятся исследования отношения к отдельным нравственным качествам и характеристикам нравственного сознания:

- Ответственность – этому нравственному качеству посвящены исследования Т. Г. Гаевой, Е. Д. Дорофеева, Е. И. Михайловой, К. Муздыбаева, А. Г. Перлина и др. Многочисленные зарубежные исследования базируются на классических работах Л. Берковица и Ф. Хайдера. В. П. Прядеиным и А. И. Крупновым предложена модель структуры ответственности, включающая гармонические (эргичность, стеничность, интернальность, социоцентричность, осмысленность, предметность) и агармонические (аэргичность, астеничность, экстернальность, эгоцентричность, осведомленность, субъектность) составляющие ответственности. Для изучения ответственности А. И. Крупновым также разработан «Бланковый тест». Ответственность в профессиональной сфере выступает предметом исследований М. В. Мукониной.
- Честность (правдивость) – правда и ложь выступали предметом исследований В. В. Знакова. Измерение субъективного отношения к честности и нечестности как способ психодиагностики честности проводилось А. А. Бормотовым. Развитие правдивости выступало предметом исследований Е. Г. Беляковой.
- Справедливость – это нравственное качество изучалось З. А. Бербешкиной, О. А. Гулевич, К. Муздыбаевым и др. Представления о справедливости различных этнических групп выступали предметом исследований М. И. Воловиковой и Л. М. Сосниной. Представления различных социальных групп о справедливости изучала Т. П. Емельянова, представления студентов о социальной справедливости анализировала Е. О. Голынчик.
- Терпимость (толерантность) – последние десятилетия закономерным для мировой психологии является рост интереса к этой проблеме (Н. М. Лебедева, М. J. Cranston, P. Nicholson, M. Warnock и др.). Дискуссии посвящены условиям, границам и современному пониманию толерантности. По мнению Р. Р. Валитовой, сегодня мы должны расценивать как нетерпимое не только то, что относится к посягательству на целостность личности, но и то, что причиняет ущерб целостности природы (Валитова, 1997, с.136).
- Принципиальность – З. А. Бербешкина считает, что принципиального человека отличает «объективность, высокая взыскательность, непримиримость к любым недостаткам» (Бербешкина, 1976, с. 283). При определении содержания и границ принципиальности важно выяснить, к каким недостаткам нужно быть непримиримым и какими средствами в данной культуре, социальной группе допустимо вести борьбу со злом.

Отношение к соблюдению норм пяти нравственных качеств (правдивости, справедливости, ответственности, принципиальности, терпимости) при помощи методики ОСНН А. Б. Купрейченко анализируется в исследованиях А. Б. Купрейченко, Е. И. Горбачевой, Е. И. Молодых, С. П. Табхаровой.

Эмоциональный компонент нравственного сознания

Эмоции и чувства являются основой нравственного развития личности. В своем исследовании психологических основ эмоционально-нравственного развития личности Н. А. Корниенко изучала воздействие на личность художественных произведений и использовала эстетическое воспитание для формирования нравственности детей. О. А. Прохоров и др. изучали позитивные и негативные эмоциональные состояния детей в ситуациях морального выбора при помощи методики «Кинотеатр».

Групповые нравственно-психологические феномены

К этой категории можно отнести исследования, выполняемые в различных коллективах и организациях. Оценка организационной культуры и этики выполняется рядом авторов при помощи методики Р. Cadet. А. Б. Купрейченко и Е. Н. Молодых предложен подход к анализу нравственного компонента организационной культуры, а также исследованы взаимосвязи оценок организационной культуры и отношения работников к соблюдению нравственных норм в деловых отношениях. Нравственный аспект заложен в авторском понимании ордерной организационной культуры Л. Н. Аксеновской.

Этический стиль, а точнее, его исходные предпосылки, способы аргументации, правильного ведения дел измеряет тест Ethical Styles (R. S. Solomon, K. R. Hanson).

Нравственный потенциал личности с использованием опросника изучался Л. Н. Антилоговой. Ее авторская программа оценивала уровень отношений к родителям, животным, труду, себе, Родине, другим людям, а также общий уровень сформированности нравственных отношений.

Нравственная воспитанность также продолжает привлекать внимание исследователей. Идеи К. К. Платонова послужили основой исследования и авторской анкеты Н. В. Кузьминой и исследования В. А. Токаревой.

Взаимосвязь нравственного и правового сознания представляет важную научную проблему. Особенности правового и морального сознания (морально-правовые суждения: понимание функций законов, причин изменения и нарушения законов, понятия справедливости, осознания прав личности) на основе анализа морально-правовых суждений позволяет оценить методика Дж. Тапп (адаптация О. П. Николаевой). Близкая проблематика изучается В. А. Столяровой. Предметом ее исследований выступает продуктивность применения понятий права («норма права», «степень общественной опасности»).

Самооценка нравственности и гражданственности при помощи одноименного авторского опросника изучается Н. С. Пряжниковым по показателям: самооценка, важность тех или иных качеств для достижения своего счастья, возможное проявление этих же качеств в сложных с этической стороны ситуациях позволяет соотнести свои качества со значимыми для жизни ценностями, со своим представлением о порядочности и в некоторой степени даже смоделировать поведение в ситуациях, сложных в этическом отношении.

Роль дискурса в интерпретации этически неоднозначных ситуаций (влияние различных типов объяснений на оценку поступка, а также моральных и деловых качеств лица, его совершившего) и способы объяснения ненормативных поступков оценивает методика «Поведение в этически неоднозначных ситуациях» В. В. Латынова. Взаимосвязь показа сцен насилия в средствах массовой информации и агрессивного поведения детей выступает предметом исследований В. В. Латынова и Т. Ю. Латыновой.

Наибольший интерес, конечно же, представляют *комплексные исследования нравственного сознания*. Авторами, работающими в этом направлении, нравственность личности понимается как целостное психологическое образование, включающее в себя множество взаимосвязанных признаков (отношений, чувств, состояний, привычек, качеств), которые выступают как некоторые интегральные характеристики, обобщающие психологическую информацию о поведении личности. Комплексное исследование выполнено А. А. Хвостовым и включало анализ ценностных ориентаций, ценностно-эмоциональной направленности, решение моральных дилемм, представлений об «Образе достойного человека», «Нормах тактичности» и «Этике трудовых отношений».

К комплексным исследованиям относятся также работы, выполненные при помощи методики многомерного исследования нравственности (ММИН) В. Подоляк, включающей шкалы: 1) честь

и нравственные убеждения; 2) гуманизм и человечность; 3) самоконтроль и самодисциплина; 4) благородство и уважение к женщине; и др. М. А. Якобсон с использованием специальных задач и анализа самооценки респондентов выполнила исследование нравственных качеств детей, включающее следующие качества: уважение к чужой собственности, терпимость к другим людям, честность, справедливость ко всем людям, участие в общественно-полезном труде, трудолюбие, ответственность, свобода в принятии собственных решений, сострадание.

Н. В. Мельникова и Р. В. Овчарова исследовали нравственное сознание, нравственные чувства, нравственное поведение. Предложенный подход позволил охватить большую часть нравственной сферы личности. Была использована комплексная методика исследования нравственной сферы личности дошкольника на основе усвоения базисных этических понятий (МИНСЭП). Е. С. Махлах при помощи авторской методики для изучения нравственных качеств выполнен их многокомпонентный анализ (ответственность, умение владеть собой, смелость, скромность, целеустремленность, жизнерадостность, умение чувствовать и ценить красоту, хороший товарищ, честность, аккуратность, принципиальность, сообразительность, организованность, трудолюбие, любознательность, коллективизм).

В своем комплексном исследовании В. А. Токарева изучала нравственные знания и нравственную воспитанность молодежи. В ходе исследования студенты вовлекались в диспуты на этические темы, привлекались к участию в разработке методик. Задачам исследования отвечало также чтение спецкурса «Психологические проблемы нравственного воспитания личности», организация упражнений по развитию нравственной воспитанности, привлечение студентов к анализу различных жизненных ситуаций, связанных с взаимоотношениями людей, написание и защита рефератов на морально-этические темы.

Помимо этого, В. А. Токарева в специальном исследовании изучала динамику нравственного развития личности (отношение к выполняемой деятельности, взаимоотношения друг с другом, с другими людьми, ситуативность/устойчивость нравственных поступков и поведения в целом, активный моральный выбор). В исследовании применялись наблюдения в ситуациях «Лекция», «Семинар», «Субботник», «Собрание», «Экзамен», «Дежурство ДНД», «Подготовка и проведение диспута на моральную тему», «Студенческая научно-практическая конференция», «Практика», «Апробация методик»,

«Столовая», «Общежитие» и т. д. Использовались создание затруднительных жизненных ситуаций с нравственным содержанием, в которых сталкивались два противоборствующих мотива: общественно значимый, моральный и сугубо личный, эгоистический.

Л. Э. Орбан выполнено исследование нравственной характеристики личности подростка. Анализировались личностные качества, знания и умения, взаимоотношения со взрослыми, отношение к детскому и подростковому движению, способы проведения свободного времени, взаимоотношения с коллективом сверстников; отношение к процессам, происходящим в обществе, нравственные знания и умения, взаимоотношения с подростками. В исследовании использовалась анкета «Нравственная характеристика личности подростка», экспертная оценка и самооценка нравственных знаний личности, экспертная оценка и самооценка нравственных умений личности, экспертная оценка и самооценка этико-психологической готовности будущего специалиста осуществлять нравственное воспитание подростка.

Таким образом, проблематика психологических исследований на сегодняшний день довольно широка, существует несколько сотен специальных методик, в то же время можно отметить низкую взаимосвязь различных направлений исследований и значительное число «белых пятен». Можно сделать вывод, что наиболее перспективными являются комплексные исследования, охватывающие несколько компонентов нравственного сознания. Одним из таких комплексных феноменов является *нравственное самоопределение*. Основы понимания этого феномена заложены в работах К. А. Абульхановой, Е. П. Авдеевской и Т. А. Араканцевой, Л. И. Божович, Н. Д. Зотова, В. Ф. Сафина и др. А. Б. Купрейченко и А. Е. Воробьевой разработана теоретическая модель структуры этого феномена, создан авторский методический инструментарий и обоснована программа исследования, а также выполнено эмпирическое исследование нравственного самоопределения молодежи. Основой авторской модели и исследования послужил теоретический анализ современных взглядов на структуру и динамику нравственного сознания личности.

Теоретические подходы к структуре и динамике нравственного сознания личности

Для теоретического обоснования авторских моделей оснований нравственности и структуры нравственного самоопределения необходимо провести анализ наиболее значимых на сегодняшний

день психологических теорий, посвященных структуре и динамике нравственного сознания личности. Для оценки нравственности личности, сформированности ее нравственного сознания или моральной воспитанности традиционно используются как «уровневые» (Л. Колберг, К. Гиллиган, К. К. Платонов, Б. С. Братусь, В. Т. Чепиков и др.), так и многофакторные, «ординатные» модели (Л. М. Попов, Ю. В. Синягин, А. А. Хвостов и др.). Также можно говорить и о «компонентных» моделях (Л. Н. Антилогова и др.).

Как правило, в «уровневых» моделях исследователи рассматривают различную степень выраженности одного ключевого фактора или нескольких, но тесно связанных, формирование которых взаимообусловлено. В наиболее укрупненной форме традиционно выделяют два уровня развития морального сознания: 1) соблюдение моральных норм из страха наказания или в результате признания справедливости общественных требований; 2) соблюдение моральных норм как результат внутренней убежденности личности, когда общественные нормы интериоризованы (Вичев, 2008; Пеньков, 2008).

Ж. Пиаже выделял два типа морали, последовательно сменяющих друг друга. До 7–8 лет наблюдается нравственная гетерономия – слепое подчинение правилам, считающимся фиксированными и абсолютными, установленным взрослыми или Богом; нравственные суждения ребенка основаны на последствиях, величине ущерба от поступка. Затем начинается переходный период от одного типа морали к другому (до 11 лет), развивается эгалитаризм, уменьшается убежденность в имманентности правосудия. С 11–12 лет чисто эгалитарная справедливость смягчается справедливостью высшего типа, учитывающей специфику ситуации. Процесс перехода завершается нравственной автономией (правила рассматриваются как изобретения людей, созданные равноправными участниками ради сотрудничества и подлежащие изменению при условии всеобщего согласия; нравственные суждения основаны на намерениях, мотивах поступка) (Piaget, 1965).

Л. Колберг выделял шесть стадий развития моральных суждений, соответствующих трем принципиально разным уровням. Он характеризовал первые две стадии как предконвенциональные (предшествующие пониманию и принятию социальных конвенций); стадии 3 и 4 были обозначены как конвенциональные, принимающие и поддерживающие правила и ожидания общества или авторитета только потому, что это правила и ожидания общества; стадии

5 и 6 – постконвенциональные, основанные на формулировании и принятии общих моральных принципов, лежащих в основе этих правил. Осознанность выбора и его независимость от социального одобрения или неодобрения со стороны других людей и общества в целом позволяют считать постконвенциональный уровень наиболее зрелым (Kohlberg, 1963).

Исследование, проведенное С. Макнейми, дополняет концепцию Л. Колберга оправданиями бездействия, соответствующими каждой выделенной им стадии. Респонденты, находящиеся на второй стадии морального развития, считали, что оказание помощи «совсем не их дело», на третьей стадии – боялись неодобрения экспериментатора, на четвертой стадии – говорили о принятии на себя определенных обязательств перед экспериментатором (это оправдание получило название «квазиобязательства») (McNamee, 1978).

Дж. Л. Тапп, ученица Л. Колберга, исследовавшая правовую социализацию, характеризовала доконвенциональный уровень как стадию подчинения закону (эгоцентрические понятия мести, отсутствует представление о всеобщности закона), конвенциональный уровень – поддержание закона (права часто путают с привилегиями, равенство означает беспристрастное выполнение правил), постконвенциональный – создание закона (наличие правовой перспективы, способность отличить принципы справедливости от конкретных законов и социальных договоров) (Tapp, 1987). Так как было установлено, что одни и те же уровни могут наблюдаться в разном возрасте, при изучении нравственности личности имеет смысл учитывать их все независимо от возраста респондентов.

Дж. Джиббс с соавт. утверждают, что постконвенциональный, или так называемый принципиальный уровень, не следует рассматривать как эталон зрелости моральных суждений и даже как звено в стандартной последовательности выделенных стадий. Стадии 3 и 4 уже представляют собой зрелое моральное рассуждение. Дж. Джиббс с соавт. предлагают только два уровня развития – незрелый (стадии 1 и 2) и зрелый (стадии 3 и 4), их разделение осуществляется по уровню социоморальных обоснований. Стадии 1 и 2 относительно конкретны и поверхностны, мораль смешивается с физической силой (стадия 1) или прагматическими вопросами (стадия 2). Продолжающаяся когнитивная децентрация посредством возможности принятия социальных ролей приводит к более зрелому уровню социоморальной рефлексии. Зрелые моральные субъекты проникают сквозь внешние, или поверхностные, соображения, чтобы делать

выводы на основе межличностных отношений (стадия 3) или состояния общества (стадия 4). Некоторые индивиды в своем движении от стадии 3 к стадии 4 демонстрируют явный промежуточный тип мышления – релятивизм личностных ценностей, которому, например, соответствует предположение о том, что важность сдерживать обещания зависит от морали человека. Обычно при этом подчеркивается приверженность собственным ценностям или следование своим суждениям. Хотя переходные стадии сами по себе нестабильны, предполагается, что релятивизм личностных ценностей может оставаться функционально стабильным в социоморальной рефлексии человека неограниченный период времени, особенно при наличии той социокультурной поддержки, которую он может получать из идеологии того или иного конкретного общества (Хвостов, 2001). Поэтому релятивизм личностных ценностей, отмеченный упомянутыми исследователями, вошел в блок представлений о нравственности авторской концепции и получил свое воплощение в одном из эмпирических типов нравственного самоопределения молодежи – «Релятивист–эгоцентрик».

Сходными понятиями оперируют Р. В. Овчарова и Н. В. Мельникова, выделяя на основе критериев нравственного знания, нравственных отношений, нравственного поведения, морального переживания, а также единства всех указанных признаков следующие уровни нравственного развития ребенка-дошкольника: 1) уровень единства нравственного сознания, чувств и поведения («поведение, основанное на понимании и принятии нравственных категорий, норм и правил в соответствии с высшим законом, соответствующим интересам большинства, сопровождающееся позитивными переживаниями при их выполнении»); 2) уровень автономной морали («поведение, основанное на понимании и принятии нравственных категорий, норм и правил в соответствии с принципом полезности при наличии отдельных случаев негативных переживаний их выполнения»); 3) конвенциональный уровень («поведение, основанное на недостаточном понимании и принятии нравственных категорий, норм и правил, которые реализуются в поведении при наличии одобрения и контроля со стороны взрослых»); 4) доморальный уровень («поведение, основанное на непонимании или непринятии нравственных категорий, норм и правил, которые выполняются ребенком, чтобы избежать наказания»); 5) неморальный (аморальный) уровень («поведение, основанное на непонимании или непринятии нравственных категорий, норм и правил, которые часто нарушаются

ребенком, при этом он не испытывает негативных переживаний»). Эти уровни посредством кластерного анализа группируются авторами в три типа: 1) нравственно воспитанные – уровень автономной морали и уровень единства нравственного сознания, чувств и поведения; 2) нравственно послушные – конвенциональный уровень; 3) нравственно неустойчивые – внеморальный и доморальный уровни (Овчарова, Мельникова, 2008, с. 157, 227).

К. Гиллиган проанализировала «женскую» нравственность, ориентированную в наибольшей степени на заботу о другом человеке и самоотречение (Gilligan, 1982). Согласно ее представлениям, развитие нравственности у женщин проходит три уровня, между которыми имеются переходные стадии. На уровне самоозабоченности женщину занимают только те, кто в состоянии удовлетворить ее собственные потребности и обеспечить ее существование. На первой переходной стадии эгоизм начинает сменяться тенденцией к самоотречению. Женщина по-прежнему сосредоточена на своем благополучии, но при принятии решений она все больше учитывает интересы других людей и объединяющие с ними связи. На уровне самопожертвования социальные нормы, которым большей частью приходится следовать женщине, побуждают ее переходить к удовлетворению собственных желаний лишь после удовлетворения потребностей других. Эта роль «хорошей матери», когда женщина вынуждена вести себя сообразно ожиданиям других людей и чувствовать ответственность за их поступки, постоянно ставит ее перед необходимостью выбора. На второй переходной стадии женщина поднимается с уровня самопожертвования на уровень самоуважения, начиная все больше принимать в расчет свои потребности. Она пытается совместить удовлетворение личных нужд с потребностями других людей, ответственность за которых она продолжает испытывать. На уровне самоуважения женщина понимает, что только она сама способна сделать выбор, касающийся ее собственной жизни, если он не причинит вреда людям, связанным с нею семейными или социальными узами. В этом смысле третий уровень нравственного сознания перерастает уже в мораль непротivления. К. Гиллиган указывает также на то, что женщинам больше свойственны чувства эмпатии и сострадания, моральная ответственность основана, прежде всего, на заботе, для нее менее характерны принципы справедливости и права (Gilligan, 1982). Это устойчивая закономерность, продемонстрированная во многих исследованиях, в том числе и в нашем.

Н. Эйзенберг разработала моральные дилеммы, основанные на противопоставлении удовлетворения собственных желаний и просоциальных действий. Нравственные суждения детей и подростков относительно этих дилемм отличаются большей развитостью по сравнению с суждениями относительно дилемм Л. Колберга (Берк, 2006).

В свою очередь, К. К. Платонов выделяет пять качественных уровней моральной воспитанности: невоспитанность, плохая воспитанность, ситуационная воспитанность, хорошая (внешняя) воспитанность, отличная (внутренняя) воспитанность (Платонов, 1986, с. 240). Первый, низший уровень характеризуется смутным представлением о нравственных нормах и навыках. Для этого уровня характерно частое проявление невоспитанности и действий, противоречащих нравственным нормам. Второй уровень характеризуется знанием о нравственных нормах, но отсутствием навыков их выполнения. Для этого уровня характерно проявление невоспитанности и аморальных действий. На третьем уровне нравственные нормы хорошо известны, но соблюдаются только под угрозой неприятностей, поэтому наряду с произвольным выполнением действий, соответствующих нравственным нормам, возможны и аморальные действия. На четвертом уровне навыки применения хорошо усвоенных знаний нравственных норм высоко автоматизированы, поэтому становятся возможны произвольные действия, соответствующие нравственным. Внешняя моральная воспитанность может иметь три основных формы: 1) совпадать с внутренней воспитанностью и объективировать ее; 2) быть этапом еще неразвитой внутренней моральной воспитанности; 3) представлять собой маскировку аморальных установок личности. В последнем случае расхождение внешней и внутренней воспитанности является показателем лицемерия личности. Пятый, наиболее высокий уровень характеризуется наличием нравственных привычек и моральных чувств как потребности выполнять нравственные нормы и противодействовать их нарушению. Для этого уровня характерно не только совершение нравственных поступков, но и активное противодействие поступкам, противоречащим нравственным нормам (Платонов, 1986, с. 240–241).

Таким образом, в научных представлениях К. К. Платонова содержатся такие ключевые элементы нравственной воспитанности личности, которые, по нашему мнению, одновременно являются и компонентами ее нравственного самоопределения: знание

нравственных норм, сформированность навыков их выполнения, значимость внешних или внутренних санкций за нарушение норм, активность в соблюдении норм и в противодействии безнравственному поведению других людей.

Понятием «уровень нравственной воспитанности» оперирует и Б. В. Бушелева. Она выделяет пять уровней в зависимости от нравственной активности личности. Первый – уровень активной жизненной позиции – характеризуется тем, что нравственные нормы стали убеждениями, стимулами поведения, критериями оценки. На этом уровне имеет место не только следование, но и *активное внедрение нравственных норм, а также сопротивление всему, что не соответствует господствующей системе морали*. Второй – уровень обывденной нравственной порядочности – характеризуется знанием и принятием господствующей системы морали. Личность только следует ей, но не пропагандирует и не борется с ее противниками. Третий – уровень моральных компромиссов – характеризуется хорошим знанием нравственных норм, но уклонением от их соблюдения в случае возможности избежать наказания. Четвертый – уровень *лицемерной морали* – характеризуется достаточной осведомленностью о принятых нравственных нормах в сочетании со скрываемым их неприятием. Нормы соблюдаются только при условии внешнего контроля. Пятый – уровень полной аморальности – открытое пренебрежение и нарушение принятых норм (Бушелева, 1988).

В. Э. Чудновский выделяет уровни нравственной сформированности личности по степени ее нравственной устойчивости: 1) неустойчивость, обусловленная отсутствием или слабостью регулирующего влияния отдаленной цели; 2) неустойчивость, обусловленная характером отдаленной цели, не выходящей за рамки своих потребностей, интересов; 3) общая устойчивость, проявляющаяся при различной доминирующей мотивации; 4) высший уровень устойчивости на основе коллективистической направленности (Чудновский, 1981, с. 183–184).

В основу концепции Б. С. Братуся положено представление о том, что преобладающий способ отношения к другому человеку является важнейшим для нравственной характеристики личности. Исходя из этого, выделяются четыре уровня в структуре личности (Братусь, 1993). Первый уровень – *эгоцентрический*, для которого характерно стремление к собственному удобству и выгоде, а отношение к другим сугубо потребительское. Если другой помогает личному успеху,

то он оценивается как хороший, если не помогает или препятствует, то – как плохой. Второй уровень – *группоцентрический*: человек идентифицирует себя с какой-либо группой, и его отношение к другим людям зависит от того, входят ли они в его группу или нет. Группа при этом может быть любой, от семьи до целой нации. Если другой входит в такую группу, то он достоин хорошего отношения, а если не входит, то априорно не достоин. Третий уровень был назван просоциальным, или *гуманистическим*. Для него характерно стремление личности к созданию равного блага всему человечеству. Все люди равны в своих правах, свободах и обязанностях и обладают самооценностью. По сути, только с этого уровня можно и говорить о нравственности. На предыдущих стадиях ее нет, а есть эгоцентрическая и группоцентрическая, или корпоративная, мораль. Четвертый уровень – духовный, или *эсхатологический*. На этой ступени человек начинает рассматривать себя и другого как существ, связанных с духовным миром. Другой человек приобретает особую, духовную ценность. Помимо перечисленных уровней, Б. С. Братусь определяет также степень присвоенности этих смыслов и мотивов: 1) ситуативные смысловые содержания; 2) устойчивые смысловые содержания; 3) личностные ценности. Таким образом, одно и то же побуждение или его реализация могут иметь разные внутренние основания. В каждом человеке сочетаются все уровни отношения к другому, поэтому можно говорить лишь о типичной для данного человека направленности (Братусь, 1993).

С. К. Бондырева и Д. В. Колесов выделяют уровни нравственности по другому принципу: первый уровень – нравственная регуляция деятельности человека в отношении других людей; второй уровень – нравственная регуляция деятельности в отношении любых значимых для человека и общества объектов (конкретная среда обитания, земной шар, околоземное пространство); третий уровень – отношение человека к самому себе, своему телу, здоровью (Бондырева, Колесов, 2008). Таким образом, в сферу приложения нравственности попадают и неодушевленные объекты, а люди как объект нравственного отношения выступают целостной группой, не разделяемой на более и менее близких. Нам представляется перспективным объединить подходы Б. С. Братуся, С. К. Бондыревой и Д. В. Колесова в собственной концепции, так как, на наш взгляд, они вполне совместимы и дополняют друг друга.

Общее ограничение «уровневых» моделей заключается в том, что у конкретных людей значимые составляющие нравственно-

ти вызревают явно неравномерно, а некоторые из них, например неспособность сознательно причинить зло другому, нередко более характерны для социально незрелых индивидов – детей и умственно отсталых. Этого недостатка лишены многофакторные, или «ординатные», модели, позволяющие описывать различные типы нравственного сознания личности в пространстве нескольких значимых факторов. Следует также отметить, что отдельные типы, полученные с помощью многофакторных моделей, могут быть интерпретированы как соответствующие зрелому или незрелому уровню нравственного сознания (Журавлев, Купрейченко, Воробьева, 2007).

При изучении нравственного сознания А. А. Хвостов предлагает опираться не на существующие этические концепции, а на реальную структуру морального содержания обыденного массового сознания (Хвостов, 2005). Им было получено 16-факторное пространство: 1) ответственность перед окружающими за нравственное поведение; 2) самоценность нравственности; 3) конформизм и выгодность нравственности; 4) моральная сущность, или имманентная природа морали; 5) зеркальность морали; 6) ролевое поведение; 7) гедонизм; 8) глобальное выживание, или выживание общества; 9) общественный гомеостаз; 10) универсальная справедливость; 11) стратегия искоренения зла; 12) религиозность; 14) фарисейство, или нормативность морали; 15) внутренний долг, или долг за нравственное поведение перед самим собой. Смысл 13-го и 16-го факторов автор затрудняется определить (Хвостов, 2005). В основу своей типологии нравственного сознания А. А. Хвостов положил моральные ценности, категории аморализма (обоснования негативных форм поведения) и моральные дилеммы (Хвостов, 2000). По его мнению, моральные ценности и аморализм непосредственно не противопоставляются в моральном сознании. Они могут регулироваться независимыми механизмами. А. А. Хвостов считает, что дескрипторы аморализма в гораздо большей степени дифференцируют индивидов, чем моральные ценности и принципы (Хвостов, 2005).

Двухфакторная модель Ю. В. Синягина позволяет определить тип отношения к нравственным нормам как соотношение выраженности шкал «хорошо–плохо» и «можно–нельзя» (Синягин, 1996). В свою очередь, Л. М. Попов с соавт. предлагают выделять морально-выраженные типы в пространстве двух векторов: 1) «духовность–бездуховность» (аналог «добро–зло»); 2) «преобразование–созерцание» (Попов, Голубева, Устин, 2008).

Особняком стоит концепция нравственного сознания Л. Н. Антилоговой, которую можно назвать «компонентной». Она выделяет обыденное и теоретическое нравственное сознание. В состав обыденного сознания входят обычаи, традиции, нормы, оценки. Базовыми компонентами теоретического нравственного сознания, согласно представлениям автора, являются ценности и ценностные ориентации, объединяющие другие элементы нравственного сознания (как теоретического, так и обыденного) в единое целое. Также в состав теоретического нравственного сознания входят идеалы, принципы, понятия (Антилогова, 2002). Таким образом, сходно с моделью самоопределения, предложенной А. Л. Журавлевым и А. Б. Купрейченко, в описанной структуре нравственного сознания можно выделить ядро, или стержень (ценности и ценностные ориентации), и периферию, или оболочку (первый, ближайший к ядру, слой – идеалы, принципы, понятия; второй, более удаленный, слой – обычаи, традиции, нормы оценки).

Выводы

1. Выполненный анализ современных исследований позволяет заключить, что в настоящее время происходит оформление таких отраслей науки, как *психология нравственности*, *этическая психология*, *психология духовности*. По своей проблематике к ним близки *гуманитарная, или гуманистическая, психология*, *позитивная*, а также *вершинная психология*. Согласно нашему пониманию, предметом психологии нравственности выступают психологические феномены и закономерности, связанные с формированием и функционированием целостной системы воззрений на социальную жизнь, сущность человека и его бытия, выражаемых в категориях добра и зла.

В соответствии с таким пониманием предмета проблематика исследований психологии нравственности, или этической психологии, включает нравственно-психологические феномены взаимодействия субъекта с другими людьми, группами, обществом, а также его нравственные оценки и отношения к миру, объектам и явлениям окружающей действительности, своему психологическому пространству, к самому себе, своей жизни, собственным способностям, потребностям и состояниям. Перспективными направлениями психологии нравственности можно считать следующие: макропсихологический подход

к исследованию нравственности; нравственно-психологическая и духовная детерминация социальной, экономической, профессиональной, политической и других видов активности субъекта; нравственное самоопределение личности и группы; психологическая типология нравственности личности; методы воздействия на нравственное сознание и поведение.

2. Основой авторской модели нравственного самоопределения послужил теоретический анализ современных взглядов на структуру и динамику нравственного сознания личности. Анализ показал, что для оценки нравственности личности, сформированности ее нравственного сознания или моральной воспитанности традиционно используются как «уровневые», так и многофакторные, «ординатные» модели. Как правило, в «уровневых» моделях исследователи рассматривают различную степень выраженности одного ключевого фактора или нескольких, но тесно связанных, формирование которых взаимообусловлено. Многофакторные, или «ординатные», модели позволяют описывать различные типы нравственного сознания личности в пространстве нескольких значимых факторов. Отдельные типы, полученные с помощью таких моделей, могут быть интерпретированы как соответствующие зрелому или незрелому уровню нравственного сознания.

ГЛАВА 2

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ОСНОВАНИЙ И ДЕТЕРМИНАЦИИ НРАВСТВЕННОСТИ

Современные представления о происхождении морали и нравственности

В последнее время в научном мире активно обсуждаются не только психологические, но и биологические основания морали. Под первыми понимаются психологические предикторы нравственного поведения, выявленные различными научными школами (психоанализ, теория социального научения, теория когнитивного развития и др.). Под вторыми понимаются эволюционные истоки морали в сообществе живых существ (Ф. де Ваал, Дж. Гудал, М. Хаузер, Д. В. Колесов и др.) и физиологические корреляты аморального поведения (А. Дамазио, Э. Голдберг, А. Райн и др.).

Анализируя психологические предпосылки, факторы, механизмы формирования нравственности личности, нравственного самоопределения субъекта, нельзя забывать о биологической природе человека, о физиологическом субстрате психики, которые играют свою роль и в таких сложных психических явлениях, как нравственное развитие личности, и влияние которых не всегда может быть скорректировано воздействием на психологическом уровне. Современные авторы указывают, что при изучении некоторых категорий респондентов – находящихся на стадии незавершенного развития мозга (в возрасте до совершеннолетия) или имеющих его задержку, а также имеющих психиатрические диагнозы, содержащихся в пенитенциарных учреждениях (например, исследования Е. Ю. Стрижова) – необходимо учитывать физиологические и биологические ограничения их нравственного самоопределения.

Существующие научные представления о происхождении морали и нравственности могут быть сгруппированы следующим образом (рисунок 1):



Рис. 1. Теоретические основания современных научных представлений о происхождении морали и нравственности

Биологические представления о происхождении морали и нравственности

Начиная с 1970-х годов представители биологических теорий социального поведения и этологи стали говорить о существовании биологических предпосылок нравственности (de Waal, 1996). У любого вида, включая человека, есть биологические механизмы, не допускающие целей и социальных действий, противных его природе.

У животных было замечено поведение, демонстрирующее самопожертвование, раскаяние, утешение, заботу (Goodal, 1990). Представления о родственном альтруизме отражены в работах Р. Триверса, Дж. М. Смита, В. Вейн-Эдвардса, Э. Уилсона и др. Отдельные особи «жертвуют своими интересами» ради благополучия и выживания популяции (Никольский, 1986). Альтруизм играет важнейшую роль в эволюции и неизбежно преобладает над эгоизмом. Популяции, в которых индивиды проявляют самопожертвование ради пользы других, оказываются в более выгодных условиях, чем те, члены которых, прежде всего, заботятся о собственном благополучии (Wilson, 1971). При этом было замечено, что начальные формы альтруистического поведения могут распространяться не только на представителей своего вида, но и на представителей других видов животных (Бондырева, Колесов, 2008).

Итак, многие исследователи отмечают, что нравственность имеет адаптивную ценность, способствует выживанию вида. Альтруистически настроенный и вообще моральный человек в эволюции имеет больше возможностей для выживания и репродукции, чем аморальный, поскольку он не только жертвует собой ради других, но и получает от других помощь. Поэтому весьма вероятно, что мы наследуем моральные чувства по биологическим каналам (Ruse, 1979). Способность к сопереживанию лежит в основе просоциальных поступков человека (Haidt, 2001; Hoffman, 2000; Trivers, 1971).

По мнению Д. В. Колесова, нравственность на уровне общества является выражением изначально существующей в природе рациональности (полезно то, что способствует увеличению продолжительности и надежности жизни) (Колесов, 2000). Он выделяет векторы морали, соответствующие базовым потребностям человека: пищевой, половой, самосохранения, информационной. Между ними расположены секторы нравственной регуляции. У каждого индивида возможна недостаточная развитость морали по какому-либо вектору или даже аморальные черты. Нравственность рассматривается им как один из механизмов опережающего отражения (Колесов, 2003).

М. Хаузер считает, что люди обладают врожденной «моральной грамматикой» (универсальный набор абстрактных принципов), фиксированной в структуре мозга в процессе эволюции. В процессе воспитания абстрактная система моральных принципов детализуется, приобретает культурную специфичность, но ее логическая форма и общая функция остаются неизменными. Он выступает против стадийного развития морали, она, по его представлениям, формируется в соответствии с заложенной в каждом человеке программой. Существует «орган морали», представляющий собой специальную нейронную сеть, предназначенную для оперирования моральными проблемами. Моральный выбор осуществляется неосознанно, интуитивно (Хаузер, 2008). Таким образом, точка зрения М. Хаузера противостоит рационалистским представлениям Ж. Пиаже, Л. Колберга и их последователей. В своих рассуждениях М. Хаузер опирается на идею Д. Юма о том, что моральные суждения возникают на основе переживаний. Врожденные моральные чувства обеспечивают аргументированные суждения без сознательного размышления, которое во многих случаях отражается постфактум в оправдании или объяснении. Теоретический анализ, проведенный Ю. И. Александровым, показал, что концепция М. Д. Хаузера также

имеет предшественников – В. П. Эфроимсона, Ж.-П. Шанже, С. Пинкера, И. И. Мечникова, К. Г. Юнга, Л. С. Выготского (идеи о «природной предрасположенности к этике», о существовании «органа морали») (Александров, 2008).

Ю. И. Александров, Р. Рорти не согласны с точкой зрения М. Д. Хазера о существовании некоторой нейронной сети, специализированной для решения моральных проблем. С точки зрения Ю. И. Александрова, концепция прямой связи «гены – моральное поведение, грамматика действий» является чрезмерным упрощением. Мозг не является «хранилищем» или «средой обитания» элементов морали. Индивид усваивает и хранит элементы субъективного опыта, сформированного в культуре и соответствующего актам индивидуального поведения, а не элементы культуры или закодированные нормы морали. Любое «врожденное» поведение формируется в процессе индивидуального развития и является в этом смысле приобретенным, несет в себе особенности данного развития (Александров, Александрова, 2009; Rorty, 2006).

Ряд авторов останавливаются на анализе физиологических основ нравственности индивида. Исследователи определили зону в пределах фронтальной области коры головного мозга, важную для эмоционального реагирования на страдания других и собственные ошибки (Damasio, 1994). Лобным долям приписывается роль высшей моральной инстанции. Пациенты с лобно-базальным синдромом отличаются эгоизмом, расхождением между формальным знанием и способностью использовать его для целенаправленного поведения, бросающейся в глаза «незрелостью» личности.

В свою очередь, Э. Голдберг выдвигает предположение, что префронтальная кора содержит таксономию всех санкционированных моральных действий и видов поведения, а повреждение или недостаточное развитие этого участка мозга порождает моральную агнозию. Не случайно, возрасту социальной зрелости (18 лет) соответствует возраст относительного завершения созревания лобных долей, т. е. индивид обретает адекватный контроль над своими желаниями только в определенном возрасте, а до этого он не может считаться полностью ответственным за свои действия ни в правовом, ни в моральном отношении (Голдберг, 2003).

А. Дамазио описывает случаи повреждения лобных долей, сопровождающиеся неспособностью оценить свои действия как неправильные с моральной точки зрения (см.: Anderson, 1999). А. Райн с соавт., изучая мозг мужчин с синдромом асоциального расстройства

ва личности, обнаружили уменьшение количества серого вещества в их лобных долях на 11%. Исследователь убежден, что причины этого являются отчасти врожденными (Raine, 2000).

Психологические представления о происхождении морали и нравственности

По мнению многих исследователей, для возникновения и развития нравственности важна роль научения. Психоаналитическая теория рассматривает нравственное развитие как усвоение общепринятых норм поведения в процессе воспитания. Согласно представлениям З. Фрейда (Фрейд, 1997), нравственность у ребенка появляется в возрасте 3–6 лет, когда он начинает различать плохое и хорошее, правильное и неправильное. Ребенок усваивает нормы родителя своего пола. Эти нормы закладываются в Супер-Эго, состоящее из 2 структур: совести и эго-идеала. Первая структура формируется, когда родители наказывают ребенка, и включает способность индивида к критической самооценке. Враждебность переадресуется с родителя на себя и приводит к возникновению чувства вины в случае неповиновения требованиям Супер-Эго. Вторая структура формируется под воздействием одобрения родителями поведения ребенка и способствует установлению для себя высокой «планки». Супер-Эго можно считать вполне сформированным, когда внешний контроль полностью заменяется самоконтролем.

Неофрейдисты (К. Хорни, Т. С. Салливан, Э. Фромм) делали больший акцент на социальных условиях. Э. Фромм полагал, что источником моральных норм является природа человека, а критерием добра является благо для человека. Зло же понимается как саморазрушение. Нравственное развитие понимается как развитие индивидуальности и не предполагает самоотречения. Э. Эриксон полагал, что моральные нормы переходят в сознание ребенка за счет переживания чувства вины и тревоги из-за какого-либо поступка (Эриксон, 1996). В этой связи Э. Нойманн выделяет 3 стадии этического развития: 1) отсутствие личной и сознательной этической ответственности; 2) личная моральная ответственность; 3) идентификация с этическими ценностями, формирование внешней личности и вытеснение в тень часть психики всех элементов личности, несовместимых с этическими ценностями. Механизмом перехода с первой стадии на вторую является раскол между системами сознательного и бессознательно-го, происходящий вследствие развития сознания индивида. Пере-

ход от второй к третьей стадии осуществляется благодаря действиям механизмов психологической защиты (см.: Хьелл, Зиглер, 1997).

Бихевиоризм (Г. Айзенк, Б. Скиннер, Д. Аронфрид) рассматривает усвоение моральных норм детьми благодаря системе подкреплений (вознаграждение или наказание), а также благодаря подражанию ролевым моделям (см.: Обухова, 1995). Причем, с точки зрения Б. Скиннера, положительное подкрепление более предпочтительно. Моральное поведение рассматривается как реакция на определенный стимул, т. е. моральное сознание предстает в виде условного рефлекса. В ответ на воздействие определенных ситуаций этот рефлекс вызывает у индивида чувство беспокойства или тревоги. Нарушение общественных норм начинает ассоциироваться у ребенка со страхом и болью, это заставляет его следовать нормам.

С точки зрения теории социального научения, нравственность формируется через подкрепление и моделирование (Берк, 2006; Bandura, 1977). Нравственным является то, что одобряется обществом. В качестве объекта для наблюдения и подражания ребенок выбирает сердечного, отзывчивого, компетентного, сильного взрослого (Bandura, 1977). Через такое научение ребенок овладевает нравственными эталонами, которые регулируют и направляют поведение (Садокова, 2001). Если утверждения и поведение объекта подражания не совпадают, ребенок усваивает более «мягкий» стандарт поведения.

Сторонники теории когнитивного развития считают, что нравственное развитие происходит путем установления взаимосвязей между разными точками зрения на конфликтные ситуации, выведения нравственных суждений (Берк, 2006). Как уже было сказано в предыдущей главе, Ж. Пиаже, Л. Колберг и их последователи связывали развитие морали с развитием интеллекта ребенка, выделяя последовательные стадии этого процесса. Причем именно интеллектуальное развитие ведет за собой моральное. Они базируются на способности рассуждать над моральными дилеммами и делать заключение на основе определенных принципов, т. е. принятие решения, с точки зрения этой теории, рационально (Хаузер, 2008).

Представители гуманистической психологии (А. Маслоу, В. Франкл, Ф. Бэррон, Р. Мэй) считают, что индивид сам программирует свое моральное развитие. С точки зрения А. Маслоу, роль общества в развитии нравственности личности заключается лишь в помощи или препятствии этому процессу. В свою очередь, В. Франкл рассматривал нравственное начало как присущее только человеку и относил его к области бессознательного (Франкл, 1990). Нравственные

решения не рефлексивны, интуитивны. Развитие нравственного сознания рассматривается им как перестройка смысловых структур в результате изменения положения человека (в жизни вообще или в конкретной ситуации). В его представлениях о формировании нравственности личности делается акцент на сопричастности миру.

В отечественной психологической науке моральное развитие традиционно рассматривается в рамках культурно-исторической традиции (Л. С. Выготский, А. Н. Леонтьев, С. Л. Рубинштейн). Формирование морального сознания чаще всего понимается как усвоение социокультурного опыта. Л. И. Божович, К. К. Платонов и их последователи понимают моральное развитие как процесс усвоения ребенком нравственных образцов под руководством взрослого. Уже в дошкольном возрасте складываются моральные инстанции, представляющие собой синтез социальных требований к нравственному поведению и положительных эмоциональных переживаний (Садокова, 2001). В подростковом возрасте в результате общения со сверстниками формируется «морально-этический кодекс». Л. С. Выготский (см.: Педагогическая психология, 2005) также связывал наличие общих для разных культур черт морали с наличием «общих элементов всякого человеческого общества». С. Л. Рубинштейн определяет этическое как отношение человека к человеку, это высший уровень бытия (Рубинштейн, 1997). По его мнению, исходно нравственность – естественное состояние, но при ломке сложившихся условий возникает проблема выбора между двумя путями: нравственный скептицизм, отказ от моральных норм либо построение нравственной жизни на новой основе.

По оценке Л. Н. Антиловой, отечественные психологи на современном этапе рассматривают нравственность уже не целостно, а поэлементно (Антилова, 1999). Это состояние представляется нам вполне закономерным этапом развития психологии нравственности, однако на нынешнем этапе вполне вероятным является появление новых обобщающих теорий и моделей, подобных тем, что представлены ниже.

Авторская модель оснований и детерминации нравственности

Представленные в упомянутых выше работах теоретические подходы к зарождению и формированию нравственности личности и общества можно условно представить в виде системы четырех ос-

нований нравственности и, соответственно, оснований нравственно-психологических феноменов: биологического (инстинктивного), духовного, социально-нормативного и прагматического (Купрейченко, 2009, 2010). Эта классификация является условной, поскольку предложенные основания нравственности могут считаться не вполне устоявшимися и перекрывающимися понятиями, кроме того, они не являются рядоположными, что, несомненно, является предметом дальнейшего анализа, но не в данной работе, посвященной вполне конкретной задаче. Кратким и условным является также перечень имен исследователей, в том числе и потому, что многие из них работают по нескольким представленным ниже направлениям, а часто и на их пересечении. По нашему мнению, фундаментом нравственности человека выступают два основания – биологическое (инстинктивное), целью которого является выживание, и духовное, направленное на мирозидание и самосовершенствование.

Биологическое (инстинктивное) основание нравственности

Идеи существования врожденного «морального инстинкта», или «нравственного чувства», имеют давнюю философскую традицию (Конфуций, Аристотель, Д. Юм, Ф. Ницше, А. Смит). Д. Юм полагал, что некоторые черты индивидуальности, такие как доброта, великодушие и милосердие, являются врожденными. В то время как другие черты – в частности, справедливость, преданность и целомудрие – приобретаются благодаря воспитанию и приобщению к культуре. По мнению Д. Юма моральные чувства «столь укоренены в нашем строении и душевном складе, что, не уничтожив полностью человеческий разум болезнью или безумием, нельзя их искоренить» (Hume, 1739/1978, с. 500). Как было показано выше, дискуссии биологов, физиологов и психологов о существовании биологических оснований нравственности продолжались в XX в. (Р. Александер, И. И. Мечников, Л. С. Выготский, М. Хофман, В. П. Эфроимсон) и активизировались в настоящее время (Ю. И. Александров, Ф. де Ваал, Р. Доукинз, М. Д. Хаузер, Н. Хомский и др.). Напомним, что у животных было замечено поведение, демонстрирующее самопожертвование, раскаяние, утешение, заботу (Колесов, 2000; de Waal, 1996; Goodal, 1990). Ряд исследователей отмечает, что мораль имеет адаптивную ценность, способствует выживанию вида, а способность к сопереживанию лежит в основе просоциальных поступков человека (Haidt, 2001; Hoffman, 2000). Кроме того, исследователи определили область

в пределах фронтальной области коры головного мозга, важную для способности эмоционально реагировать на страдания других и собственные ошибки (Damasio, 1994; Голдберг, 2003; Raine, 2000).

По нашему мнению, каждое основание нравственности отличается своей специфической системой детерминации и особыми психологическими механизмами формирования нравственности. Так, свойствами, обуславливающими биологическую нравственность, являются доброта, открытость, эмпатия, развитый эмоциональный интеллект. Действующие на их основе механизмы психического заражения, присоединения, сопереживания, сострадания обуславливают помогающее и сочувствующее поведение в отношении других людей. Проявленное участие, оказанные помощь и поддержка вознаграждаются душевным покоем и психологическим комфортом личности.

Духовное основание нравственности

Духовность, которую мы считаем одним из важнейших оснований нравственности, в широком смысле охватывает «поиск смысла, целостности, единства, трансценденции и вершины человеческих возможностей» (Эммонс, 2004, с. 180). Как уже отмечалось в начале данной главы, к идеям о заложенном в человеке творческом начале, стремлении к высшим духовным ценностям, обладании духовными потребностями, способностями, интеллектом и т. д., о возможности и необходимости формирования нравственности личности в ходе развития ее духовных свойств обращались А. Адлер, А. Маслоу, В. Франкл, Э. Фромм, Р. Эммонс и др. Эти идеи отражены в работах отечественных психологов: К. А. Абульхановой, Л. И. Анцыферовой, Б. С. Братуся, М. И. Воловиковой, И. А. Джидарьян, В. В. Знакова, Д. А. Леонтьева, К. К. Платонова, Л. М. Попова, С. Л. Рубинштейна, и мн. др. Их исследования посвящены поиску психологической природы духовности, анализу духовных способностей и духовных состояний личности, проблеме развития духовности и др.

В. В. Знаков выделяет четыре направления поиска психологической природы духовности (Знаков, 1998). Первое – понимание духовности как продукта жизнедеятельности субъекта, возникшего в результате его приобщения к общечеловеческим ценностям, духовной культуре, запечатленных в культурных памятниках и произведениях науки и искусства. Согласно второму направлению, духовность проявляется в присутствии у человека духовных состояний,

когда он временно не замечает внешнего мира, а сосредотачивается на переосмыслении и переживании познавательных, этических, эстетических вопросов жизни. Третье направление – понимание духовности как принципа саморазвития, самореализации, самоконструирования. Здесь человек должен определиться, как он понимает истину, добро, красоту. В рамках четвертого направления духовность выступает как божественное откровение: духовное – это жизнь с Богом и в Боге.

Таким образом, можно говорить о существовании *светского и религиозного понимания (или даже видов) духовности*. Духовность в религиозном понимании предполагает «признание высшей силы, или Духа, и, по меньшей мере, некоторую зависимость от нее или от Него» (Martin, Carlson, 1988, p. 59). О божественном происхождении духовности и нравственности свидетельствуют священные писания многих религий, работы ориентированных на этот подход философов и психологов, в частности, А. А. Гостева, Г. Олпорта, Д. Эдвардса и др. По мнению Г. Олпорта, религиозное чувство – это часть личности, возникающая в глубинах жизни и направленная к беспредельному, которая способна дать человеку возможность обрести свободу и осуществить интеграцию личности (Allport, 1950, p. 142). По мнению Б. С. Братуся, в основе веры как религиозного феномена лежит восстановление в себе путеводного образа, никогда не могущего быть доказанным как теорема, но благодаря которому человек старается прояснить для себя связь с конечными вопросами жизни и смерти, а также постоянно ориентироваться на создание и удержание в себе духовной сферы (Братусь, 1997).

Рассматривая духовное в человеке как высшее измерение, В. Франкл отмечал, что духовность, свобода и ответственность – три экзистенциала человеческого существования. Они не просто характеризуют человеческое бытие как бытие именно человека, духовное – это то, что отличает человека, что присуще только ему и ему одному (Франкл, 1990, с. 95). Интересным феноменом является описанная В. Франклом подсознательная духовность, к одному из проявлений которой тот относит совесть. Все большие и подлинно экзистенциальные решения в жизни человека всегда нерелексированы и тем самым неосознанны; истоки совести восходят к бессознательному (Франкл, 1990, с. 97). Под подсознательной понимается такая духовность, «неосознаваемый характер которой заключается в отсутствии рефлексивного самосознания при сохранении имплицитного самопознания человеческого бытия... «Я»

не находится во власти «Оно», но дух покоится на бессознательном» (Франкл, 1990, с. 96).

Многие исследователи обращают внимание на то, что *духовность может иметь светлую (добро) и темную (зло) окраски*, которые также трудно разорвать, как благостные и греховные деяния человека (Попов и др., 2008, с. 16). Соответственно можно выделить «светлую духовность» и «темную духовность». Действительно, духовные (идейные или идеологические) основания имеют как самые высокие душевные порывы и способности людей – прощение врагов и христианская любовь к ним, так и самые жестокие – гражданские братоубийственные войны. Аналогов этим явлениям нет в животном мире, а, следовательно, они не являются природно-обусловленными.

Светское духовное основание нравственности личности поддерживается такими характеристиками человека как стремление к гармонии, порядку, добру, истине, красоте в мире, отношениях и собственной душе, гуманность, мудрость, творческий потенциал, доверие миру и людям. Вторая форма духовного начала нравственности – *религиозная духовность* подкрепляется, помимо перечисленного, верой (любовь к богу, стремление соответствовать замыслу божьему, но также и страх божьего гнева – богобоязненность), любовью к ближнему, человеколюбием, самоуважением и консерватизмом.

Духовное начало в человеке определяет стремление его к самосовершенствованию, реализации творческого и духовного потенциала, причастию. Важными механизмами формирования духовной и религиозной нравственности являются также внушение и подражание. Эти же механизмы определяют усвоение традиций, социальных и моральных норм, составляющих филогенетически более позднее основание нравственности человека – *социальное*, базирующееся на двух вышеназванных – природном и духовном.

Социально-нормативное основание нравственности

Идеи о социальном происхождении нравственности высказывали многие выдающиеся философы, в частности, И. Кант. Т. Гоббс считал, что «справедливость и несправедливость не являются способностями, присущими телу или духу». М. Хаузер отмечает, что «фактически беспристрастная, рациональная и рассчитываемая мораль Канта соответствует базирующейся на рассуждении схеме морального развития Колберга, в то время как интуитивная и эмоциональная мораль Юма сопоставима с базирующейся на эмпатии схемой мо-

рального развития по Хоффману» (Хаузер, 2008, с. 67). Ж. Пиаже и Л. Колберг «придерживались той точки зрения, что моральные суждения диктуются обществом и совершенствуются в результате опыта (вознаграждения и наказания). Они базируются на способности рассуждать, разбираясь «в рельефе» моральных дилемм, и завершить этот процесс заключением, которое основано на четко определенных принципах. Л. Колберг определяет эту позицию так: «Моральные принципы – это активная реконструкция опыта» (Хаузер, 2008, с. 53).

С точки зрения теории социального научения, нравственность формируется через подкрепление и моделирование (Берк, 2006; Bandura, 1977). В основу теории А. Бандуры положены предположения о ведущей роли процесса социализации в становлении и развитии личности. Согласно этой теории, новые формы поведения вырабатываются на основе как непосредственного личного опыта человека, так и его наблюдений за поведением окружающих. В качестве объекта для подражания ребенок выбирает сердечного, отзывчивого, компетентного, сильного взрослого (Bandura, 1977). Если утверждения и поведение этого человека не совпадают, ребенок усваивает более «мягкий» стандарт поведения.

Идеи о социальной обусловленности нравственности близки и К. К. Платонову, который выделяет пять качественных уровней моральной воспитанности: невоспитанность, плохая воспитанность, ситуационная воспитанность, хорошая (внешняя) воспитанность, отличная (внутренняя) воспитанность (Платонов, 1986, с. 240). В его научных представлениях содержатся ключевые элементы нравственной воспитанности личности, в большинстве своем являющиеся результатом социального воздействия, т. е. проявлением социального основания нравственности: знание нравственных норм, сформированность навыков их выполнения, значимость внешних или внутренних санкций за нарушение норм, активность в соблюдении норм и в противодействии безнравственному поведению других людей.

Прагматичное основание нравственности

Правомерно выделить еще одно основание нравственности – *прагматичное* (утилитарное) – осознание полезности и выгоды соблюдения нравственных норм для успешной жизнедеятельности, особенно в долгосрочной перспективе. Психологическими механизмами формирования этого вида нравственности являются убеж-

дение, понимание, осмысление, расчет. Этот тип нравственного поведения и сознания базируется на философской концепции «разумного эгоизма», при реализации которого не нарушаются права других людей. Эта концепция стала популярной благодаря работам французских просветителей (Дидро, Даламбер и др.), а также английских философов-утилитаристов. Концепция разумного эгоизма кратко может быть сформулирована в следующих двух положениях: 1) люди эгоистичны, т. е. они преследуют собственные цели; 2) они делают это в рациональной манере (Рэнд, 2011; Mueller, 1986; Wallach, Wallach, 1983). Трактовка нравственного поведения с этих позиций позволяет предполагать, что нравственное поведение основано на совпадении целей индивида и других людей, а также на стремлении индивида к максимизации своего этического статуса. Соответственно, его вероятность в ситуациях морального выбора можно калькулировать (Лефевр, 2003). Влияние этих воззрений можно проследить также и в концепции «экономического человека», основным принципом жизнедеятельности которого является «максимизация полезности», т. е. максимизация экономического результата своей деятельности, выгоды. Именно этот тип нравственности до последнего времени был единственным принимаемым в расчет экономической наукой и менеджментом.

Доказательства существования целого комплекса оснований нравственности можно обнаружить, анализируя результаты некоторых современных эмпирических исследований. Так, при изучении нравственного сознания А. А. Хвостов предлагает опираться не на существующие этические концепции, а на реальную структуру морального содержания обыденного массового сознания (Хвостов, 2005). В основу своей типологии нравственного сознания А. А. Хвостов положил моральные ценности, категории аморализма (обоснования негативных форм поведения) и моральные дилеммы. По его мнению, моральные ценности и аморализм непосредственно не противопоставляются в моральном сознании. Они могут регулироваться независимыми механизмами. А. А. Хвостов считает, что дескрипторы аморализма в гораздо большей степени дифференцируют индивидов, чем моральные ценности и принципы (Хвостов, 2005). При внимательном анализе 16-факторной структуры нравственного сознания А. А. Хвостова можно увидеть проявление всех вышеперечисленных оснований нравственности: духовного (факторы самооценности нравственности, религиозности и др.), биологического (фактор выживания и др.), социального (фак-

торы общественного гомеостаза, ответственности перед другими людьми и др.) и прагматического (факторы конформизма и выгоды нравственности и др.). Таким образом, предлагаемая нами комплексная модель оснований нравственности уже имеет некоторое эмпирическое обоснование.

Ниже в таблице 1 представлены описанные основания нравственности субъекта, их направленность, психологические механизмы функционирования, перечислены характерные для каждого основания нравственно-созидающие и нравственно-разрушающие свойства (чувства, состояния, отношения и т. д.), выступающие регуляторами поведения. В таблице также перечислены некоторые формы нравственного поведения и реакции нравственного субъекта на них, а также формы безнравственного поведения (случайного, непродуманного, ситуативного и т. д.) и реакции нравственного субъекта на них. Мы не включили эти формы намеренного безнравственного поведения, поскольку в данной работе анализируются основания нравственности, а не безнравственности, которые могут быть рассмотрены отдельно. Кроме того, в таблице и в следующем параграфе представлены некоторые возможные формы воздействия на сознание и поведение субъекта, а также изложены основные проблемы воздействия на соответствующую сферу нравственности личности и общества.

Основные направления формирования нравственности

Различные онтогенез, механизмы и детерминанты перечисленных оснований нравственности требуют дифференцированного подхода к разработке практических рекомендаций и методов воздействия на нравственное сознание и поведение. Для того чтобы определить методы воздействия, важно выделить проявления различных оснований нравственности в поведении человека. Их довольно сложно разграничить. Так, сложно сказать, о какой составляющей нравственности идет речь в случае, когда какой-либо человек характеризуется как «бездушный», «не имеющий совести и чести», «лицемер», «ханжа», «мерзавец» и т. д. Но все же в нашем языке есть эпитеты, которые подчеркивают наличие или отсутствие в личности биологически обусловленной нравственности («милосердие–бессердечность», крайняя степень – «жестокость»), духовно обусловленной светской («возвышенность–низость», крайняя степень – «цинизм»), духовно обусловленной религиозной («праведность–греховность», крайняя

степень – «святотатство»), социально-нормативной («порядочность–непорядочность», крайняя степень – «подлость»), прагматичной («положительный имидж, респектабельность–дурная репутация», крайняя степень – «мошеничество»).

В соответствии с представленными в таблице 1 нравственно-созидающими и нравственно-разрушающими свойствами (чувства, состояния, отношения и т. д.), характерными для каждого основания, сформулируем некоторые направления формирования и развития нравственности. Биологически обусловленная нравственность предполагает эмоциональное развитие, воспитание чувств, обучение навыкам помощи и поддержки. Здесь особенно важно соблюдать чувство меры, поскольку неожиданным побочным эффектом может стать душевная черствость в ответ на излишне страшные примеры.

Духовно обусловленная нравственность предполагает развитие духовных потребностей, раскрытие духовных способностей, обучение и включение в творческую и гуманитарную деятельность. Одна из трудностей в этом направлении – дегуманизация процессов и целей творчества, науки, управления, а также чувство беспомощности перед пессимистичной картиной будущего.

Формирование духовно обусловленной религиозной нравственности предполагает духовное развитие, укрепление веры, толкование ее этических канонов применительно к современным условиям и ситуациям, воспитание и включение в гуманитарную деятельность. Проблемой этого направления формирования нравственности является религиозная интолерантность.

Усвоению и соблюдению социальных норм будут способствовать обучение навыкам нравственного поведения в конкретных ситуациях и, разумеется, социальный контроль за соблюдением норм. Однако реализация этого направления неизбежно столкнется с проблемой относительности нравственных норм различных сообществ и в различных условиях, а также с опасностью *необъективности морального контроля*.

Укрепление прагматической нравственности в настоящее время чаще всего осуществляется институтами общего и профессионального образования в ходе специальных программ формирования гуманистического мышления и обучения правилам принятия решений, учитывающим этический аспект. Социальный контроль также препятствует нарушению нравственных норм по рациональным основаниям. Однако при формировании прагматически-обуслов-

Таблица 1
Основания нравственности субъекта (Купрейченко, 2009, 2010)

Основания нравственности	Биологические (инстинктивные)	Духовные светские	Духовные религиозные	Социально-нормативные	Прагматичные (утилитарные)
Направленность	Выживание	Мирозидание, совершенствование	Укрепление веры	Поддержание социальной структуры	Получение выгоды
Психологические механизмы функционирования	Психическое заражение, присоединение, сопереживание, сострадание	Самосовершенствование, реализация творческого и духовного потенциала (спотокс)	Самосовершенствование, причастие, внушение, подражание	Подражание, внушение	Убеждение, понимание, осмысление
Нравственно-созидающие свойства (чувства, состояния, отношения и т.д.), выступающие регуляторами поведения	Доброта, открытость, эмпатия, развитый эмоциональный интеллект	Духовность (стремление к гармонии, порядку, добру, истине, красоте в мире, отношениях и собственной душе), гуманность, мудрость, творческий потенциал, доверие миру и людям	Вера (любовь к богу, стремление соответствовать замыслу божьему, но также и страх божьего гнева – богобоязненность), любовь к ближнему, человеколюбие, духовность, самоуважение, консерватизм	Самоуважение и уважение окружающих, этический навык, привычка, самоконтроль, страх общественного порицания и наказания, конформность	Понимание пользы или вреда в краткосрочной и долгосрочной перспективе, забота о собственном позитивном имидже, саморегуляция
Нравственно-разрушающие свойства (чувства, состояния, отношения и т.д.), выступающие регуляторами поведения	Эгоизм, эмоциональная тупость, психическое отторжение, агрессивность	Бездуховность, отсутствие целей и смысла жизни, мизантропия, разрушительные тенденции, ориентация на антигуманные ценности, недоверие миру и людям	Неверие, нигилизм, бездуховность, богоборчество	Отчужденность, нигилизм, нарушение социализации, выраженная социальная категоризация на «своих» и «чужих»	Низкий интеллект, враждебность, конфликтность, понимание бесперспективности отношений

Формы нравственного поведения и реакции нравственного субъекта на них	Участие, помощь, поддержка – покой, удовлетворение	Созидание и сохранение духовных ценностей: добра, истины, красоты и гармонии – счастье, творческое вдохновение	Следование заповедям – чистая совесть, чувство выполненного долга	Соблюдение норм – чувство выполненного долга, самоуважение, гордость	Справедливое, ответственное, взаимовыгодное поведение – чувство правоты
Формы безнравственного поведения (случайного, непродуктивного, ситуативного и т.д.) и реакции нравственного субъекта на них	Безразличие, жестокость – душевные и телесные страдания, психологический дискомфорт или психологические защиты	Разрушение духовных ценностей – личностный кризис, опустошенность, разочарование в мире, людях собственной жизни, психологические защиты	Нарушение заповедей – угрызения совести, покаяние, искупление или психологические защиты	Нарушение норм – стыд перед людьми и самим собой, раскаяние и исправление или же манипуляция мнением окружающих, стремление скрыть нарушение норм и психологические защиты	Эгоистичное и невидимое поведение, ущемляющее интересы других людей – признание ошибок и исправление или манипуляция мнением окружающих, стремление скрыть поступок или психологические защиты
Формы воздействия на сознание и поведение субъекта	Эмоциональное развитие, воспитание чувств, обучение навыкам помощи и поддержки	Развитие духовных потребностей, раскрытие духовных способностей, обучение и включение в творческую и гуманитарную деятельность	Духовное развитие, укрепление веры, толкование ее этических канонов применительно к современным условиям и ситуациям, воспитание и включение в гуманитарную деятельность	Обучение навыкам нравственного поведения в конкретных ситуациях, социальный контроль за соблюдением норм	Формирование гуманистического мышления и обучения правилам принятия решений, социальный контроль
Основные проблемы воздействия	Душевная черствость в отрыве от излишне страшные меры	Дегуманизация процессов и целей творчества, науки, управления; чувство беспомощности перед излишне страшной картиной будущего	Религиозная интолерантность	Опасность необъективности контроля, относительность норм	Примитивный утилитаризм

ленной нравственности существует опасность «скатиться» в примитивный утилитаризм.

Можно выделить целую совокупность социальных институтов и групп, которые являются ответственными за нравственную атмосферу общества и ее мораль. Основной средой и социальными институтами, отвечающими за формирование доброты и отзывчивости, выступают семья, а также системы дошкольного, школьного и внешкольного воспитания. Важной задачей в этой связи является сохранение имеющихся и организация новых общественных объединений, способных оказывать позитивное воздействие на нравственность подрастающего поколения, в том числе создавая специальные духовно и нравственно развивающие среды, так называемые «социальные оазисы» (Чернышев, 2004).

Значительный вклад в укрепление нравственности должна внести церковь, которая исторически выполняла функции нравственной ориентации в системе ценностей и смыслов жизни, стимуляции духовного роста прихожан, контроля за соблюдением социальных норм, разъяснения заповедей праведной жизни применительно к текущим условиям и др.

Огромное, нередко стихийное, а иногда и губительное влияние на общественную нравственность оказывают современная массовая культура и СМИ. Помощь в гуманизации этого воздействия могли бы также оказать общественные объединения с привлечением представителей социальных групп, традиционно выполняющих функции контроля за нравственностью общества (старшее поколение, матери, учителя и воспитатели, представители церкви, творческая интеллигенция и т. д.). И, наконец, значительное влияние на нравственное состояние общества оказывает личный пример и моральный облик видных общественных, политических, научных, творческих деятелей.

Таким образом, научная и практическая работа по укреплению нравственности современного общества должна осуществляться по целому ряду направлений и неизбежно будет сопровождаться определенными сложностями и препятствиями. Первая сложность обусловлена существованием целого ряда психологических оснований нравственности и многоуровневого комплекса факторов, оказывающего влияние на нравственное сознание и поведение человека. Второй серьезной проблемой является разработка конкретных рекомендаций по психологическим методам и приемам формирования, воспитания, становления и т. д. нравственности личности и общества.

Еще одна проблема – неоднозначность и непредсказуемость результатов воздействия. Эта сложность усугубляется кадровой проблемой. Как бы хорошо ни были обоснованы и продуманы всевозможные программы укрепления и поддержания нравственности, основная тяжесть их реализации ляжет на *нравственную элиту* – высоконравственных людей, способных оказывать позитивное влияние на членов общества, обладающих навыками разрешения нравственных конфликтов и противоречий, включенных в общественно-полезную деятельность и наделенных правом (полномочиями и доверием) осуществлять контроль за нравственным поведением окружающих (Журавлев, Купрейченко, 2010). Отбор и специальная подготовка нравственной элиты является одной из первоочередных задач укрепления нравственности современного общества.

Таким образом, по нашему мнению, анализ нравственно-психологических феноменов и практических направлений и приемов формирования нравственности должен учитывать их особенности, обусловленные различными основаниями нравственности (биологическое, духовное, социально-нормативное и прагматичное), описанными в представленной авторской модели.

Выводы

1. Выполненный анализ современных представлений о происхождении и формировании нравственности продемонстрировал многообразие и междисциплинарный характер подходов к этой проблеме, психологические механизмы нравственного поведения, выявленные различными научными школами (психоанализ, теория социального научения, теория когнитивного развития и др.). Начиная с 1970-х годов представители биологических теорий социального поведения и этологи стали говорить о существовании биологических предпосылок нравственности. Ряд авторов останавливается на анализе физиологических основ нравственности индивида.
2. Разработана авторская модель системы четырех *оснований нравственности* и, соответственно, оснований нравственно-психологических феноменов: биологического (инстинктивного), духовного, социально-нормативного и прагматичного (утилитарного). Описаны основания нравственности субъекта, их направленность, психологические механизмы функционирования, перечислены характерные для каждого основания нравственно-

созидающие и нравственно-разрушающие свойства (чувства, состояния, отношения и т. д.), выступающие регуляторами поведения.

3. Анализ нравственно-психологических феноменов и практических направлений и приемов формирования нравственности должен учитывать их особенности, обусловленные различными основаниями нравственности (биологическое, духовное, социально-нормативное и прагматическое), описанными в представленной авторской модели. Применение данной модели будет продемонстрировано в главе 3, посвященной анализу структуры и динамики нравственного самоопределения.

ГЛАВА 3

НРАВСТВЕННОЕ САМООПРЕДЕЛЕНИЕ КАК ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН

Содержание и структура самоопределения как психологического феномена

Феномен самоопределения личности, выделенный философами главным образом экзистенциального направления, на протяжении многих десятилетий привлекает внимание российских исследователей (К. А. Абульханова-Славская, Л. И. Божович, М. Р. Гинзбург, А. Л. Журавлев, Е. А. Климов, Л. А. Наумова, И. А. Оботурова, И. Г. Ожерельева, О. В. Падалко, А. В. Петровский, В. А. Петровский, Н. С. Пряжников, С. Л. Рубинштейн, В. Ф. Сафин, М. Г. Угарова, Д. И. Фельдштейн, Н. В. Щеколдина и др.). Наиболее представительным является направление исследований профессионального самоопределения, которое выступало также предметом анализа в специальных социологических работах. В настоящее время исследователи все чаще обращают внимание на малоизученные виды социального самоопределения – гражданское, политическое, правовое, нравственное, экономическое, культурное, самоопределение в бизнесе и др.

А. Л. Журавлевым и А. Б. Купрейченко (2007) *самоопределение* понимается как поиск субъектом своего способа жизнедеятельности в мире на основе воспринимаемых, принимаемых или формируемых (создаваемых) им во временной перспективе базовых отношений к миру, другим людям, человеческому сообществу в целом и самому себе, а также на основе собственной системы жизненных смыслов и принципов, ценностей и идеалов, возможностей и способностей, ожиданий и притязаний.

На сегодняшний день существует большое число *теоретических моделей структуры самоопределения*. Е. А. Климовым предложена структура профессионального самоопределения, построенная на мотивационной основе и включающая три фактора: «Надо»,

«Могу» и «Хочу» (Климов, 1996). Эта же модель имеет дополнительный компонент «Имею» (Сафин, 1985). Близкую структуру профессионального самоопределения предлагают и другие исследователи (Борисова, 1995; Ожерельева, 2006). Н. В. Щеколдина выделяет три психологических фактора профессионального самоопределения: волевой, мотивационно-ценностный и профессиональный (Щеколдина, 2006). В ряде исследований используются подходы к структуре самоопределения на основе *трехкомпонентной модели* психологического отношения, включающей когнитивную, эмоциональную и поведенческую (волевою) составляющие (Оботурова, 1973; Сафин, 2004). Модель М. Р. Гинзбурга включает две основные составляющие самоопределения: психологическое настоящее и психологическое будущее. Под *психологическим настоящим* понимается ценностно-смысловое ядро, выполняющее функцию самопознания, и самореализация. Элементами второй составляющей – *психологического будущего* – являются *смысловое будущее* (его функция – обеспечение смысловой перспективы) и *временное будущее* (функция – обеспечение временной перспективы) (Гинзбург, 1996).

В свою очередь, К. А. Абульханова-Славская выделяет три уровня самоопределения. На первом оно отсутствует, на втором появляется самоопределение относительно событий, а на третьем к нему прибавляется самоопределение относительно хода жизни в целом (Абульханова-Славская, 1981; Абульханова-Славская, 1991). Н. С. Пряжников выделяет следующие уровни самоопределения: 1) деструктивный (агрессивное неприятие данной деятельности); 2) стремление избежать данной деятельности; 3) пассивный (выполнение по шаблону); 4) стремление сделать по-своему; 5) творческий (стремление усовершенствовать, нахождение особых смыслов) (Пряжников, 1996).

Два периода в жизненном самоопределении выделяет В. И. Журавлев: 1) проективный; 2) выбор и начало нового образа жизнедеятельности (Журавлев, 1972). Более подробную периодизацию предлагает А. К. Маркова. Она выделяет следующие этапы любого вида самоопределения: 1) осознание своих качеств, возможностей, способностей; 2) выбор критериев самооценки, точки отсчета на основе системы ценностей; 3) определение имеющихся качеств, соответствующих требованиям, принятие/непринятие себя; 4) предвосхищение своих потенциальных качеств, принятие/непринятие себя в будущем; 5) построение целей, задач, планов для саморазвития необходимых качеств, самопринятия; 6) пересмотр критериев в связи

с общественными изменениями, сменой собственных ценностных ориентаций на разных этапах индивидуального развития; 7) пересамоеопределение (Маркова, 1996, с. 57–58).

Каждая из существующих на сегодняшний день теоретических моделей самоопределения отражает определенный аспект этого феномена (содержательный, временной и т. д.). В связи с этим, несмотря на значительную совокупность имеющихся схем, остаются аспекты, к которым исследователи до настоящего времени не обращались. Так, по нашему мнению, в ходе развития субъекта и особенно в изменяющихся условиях важной характеристикой самоопределения является специфика динамики отдельных ее составляющих. С целью их учета А. Л. Журавлевым и А. Б. Купрейченко была разработана *уровневая модель* самоопределения в ее конкретном варианте 2-уровневой структуры, включающей относительно устойчивый «ценностно-нравственный стержень» и динамичную «оболочку», и предложено содержательное наполнение выделенных уровней (Журавлев, Купрейченко, 2007, с. 48–56). Главными основаниями для выделения этих компонентов самоопределения послужили различная *степень устойчивости* во времени образующих самоопределение психологических феноменов и *различные функции*, которые они выполняют в жизни субъекта.

Устойчивая составляющая самоопределения – «ценностно-нравственный стержень» (он же может быть обозначен как ценностно-смысловой, смысложизненный, нравственный; используется также близкое по содержанию понятие «мировоззренческая позиция» и т. п.) объединяет следующие составляющие: представления о принципах устройства мира («картина» или «образ мира») и организации человеческого сообщества, смыслы жизни, наиболее значимые ценности и ориентации личности, ценностные идеалы, ценностные табу (отвергаемые ценности и ориентации), основные жизненные способности (С. Л. Рубинштейн), жизненные принципы (разрешающие – «я делаю всегда» и запрещающие – «я никогда не делаю»), а также жизненные притязания.

Динамичная и пластичная составляющая самоопределения – «оболочка» – включает представления об окружающем социально-психологическом пространстве, ценности, цели и мотивы различных этапов жизни, знания об актуальных способностях и своих возможностях на каждом жизненном этапе. Кроме того, «оболочка» включает психологическую (прежде всего, мотивационную) готовность личности к определенным действиям, связанным с достижением же-

лаемой позиции в системе социальных отношений на каждом этапе жизни (психологические феномены «предповедения»). Ее содержание динамично, поскольку отражает ценностные и мотивационные особенности текущего этапа жизнедеятельности субъекта, а кроме того, пластично, так как изменяется, хотя и частично, но в соответствии с внешними условиями, с которыми взаимодействует субъект.

Устойчивая составляющая самоопределения – «ценностно-нравственный стержень» – выполняет функции системообразования, Эго-защиты, самосохранения, контроля, самопознания, преобразования личности, общей ориентации в жизни и мире, антиципации и т. д. Основные функции «оболочки» – инструментальные: адаптации, резервирования, накопления (аккумуляции), селекции, самореализации, апперцепции, преобразования среды, защиты элементов «ценностно-нравственного стержня» и т. п. В качестве общей теоретической гипотезы можно предположить, что строение самоопределения может быть значительно более сложным. В специальной работе ранее было сформулировано представление о 5-уровневом строении феномена самоопределения субъекта (Журавлев, Купрейченко, 2007, с. 50–51).

Таким образом, в развитии представлений о структуре самоопределения по-прежнему существует нереализованный теоретический потенциал, а эмпирические исследования нуждаются в обоснованной модели и системе надежных показателей. Подводя итог, перечислим ряд основных, на наш взгляд, *признаков самоопределения*: наличие *нравственно-ценностного и смысло-жизненного измерения*; *преобразовательный* характер активности субъекта; *динамический* характер самоопределения; особая значимость для него *субъектных свойств*; наличие *иерархически организованных элементов*, различающихся как по степени их *значимости* для субъекта, так и по *устойчивости* во времени. Решение специальной задачи выделения и обоснования необходимой и достаточной совокупности признаков самоопределения является важным, прежде всего, в связи с потребностью квалифицировать изучаемые феномены как феномены именно самоопределения. Перечисленные признаки и позволяют нам, хотя и в первом приближении, дифференцировать самоопределение от других близких понятий: социализации, адаптации, идентификации и особенно от некоторых феноменов «самости» – самореализации, самоактуализации и т. д. Анализу соотношения понятия «самоопределение» с другими понятиями посвящена специальная работа (Журавлев, Купрейченко, 2007, с. 62–79), хотя

сама теоретическая задача спецификации феномена и, соответственно, понятия «самоопределение» сохраняется в настоящее время.

Специфика нравственного самоопределения и его место в ряду других видов

Анализ существующих на сегодняшний день подходов к нравственному самоопределению позволил нам предложить собственную теоретическую модель структуры и динамики этого феномена. К проблеме *нравственного самоопределения* в своих работах обращались многие современные философы и психологи: К. А. Абульханова, Л. М. Архангельский, В. И. Бакштановский, Л. И. Божович, А. А. Гусейнов, О. Г. Дробницкий, Д. Ж. Валеев, Н. Д. Зотов, В. Ф. Сафин, В. Н. Шердаков, В. Э. Чудновский и др. Остановимся на некоторых положениях этих авторов, наиболее значимых в контексте нашего подхода к нравственному самоопределению. По мнению К. А. Абульхановой-Славской, нравственное самоопределение состоит не из отдельных нравственных решений, выборов, поступков, как это чаще всего представляют, а именно в выработке потребности в возвышенно-духовной жизни (Абульханова-Славская, 1991).

В. Ф. Сафин и Г. П. Ников указывают, что под нравственным самоопределением обычно понимается «выбор принципов, норм морали, которыми предпочитает руководствоваться индивид», но считают такое определение спорным и со своей стороны предлагают рассматривать нравственное самоопределение как «процесс самовоспитания, в ходе которого имеют место самоанализ, самооценка, закаливание воли, характера с целью выработки в себе способности поступать в соответствии с нормами морали» (Сафин, Ников, 1984, с. 72).

Проводя анализ содержания нравственного самоопределения, В. Ф. Сафин отмечает, что «люди выбирают для себя не принципы, которыми надлежит руководствоваться, а линию поведения, которая, с одной стороны, адекватна ситуации, а с другой – соответствует их нравственным принципам» (Сафин, 2004, с. 20). И далее он отмечает, что «регулятивная функция нравственного сознания не нуждается в том, чтобы вводить какое-то начало, предписывающее перебирать принципы поведения, менять сложившееся к ним отношение. Будем ближе к истине, если под нравственным самоопределением понимать формирование совести, с позиций которой осуществляется самоанализ, самооценка, закаливание воли и ха-

рактера» (Сафин, 2004, с. 20–21). Трудно согласиться с этими положениями. Радикальные социальные и экономические изменения в российском обществе в течение только XX в. повлекли за собой несколько кризисов социальных норм, в том числе кризисов морали, проявляющихся в трансформации нравственного сознания всего общества и отдельных социальных слоев. Эта трансформация происходит на фоне усиливающихся во всем мире процессов взаимодействия различных культур, в том числе глобализационных и антиглобализационных. Для нынешнего поколения российских людей особо актуальной является проблема определения своей позиции в системе нравственных идеалов и ценностей различных исторических эпох и культур, создания на их основе новых нравственных эталонов, собственных этических кодексов.

Нравственное самоопределение по сравнению с другими его видами имеет ряд выраженных *специфических черт*. Ниже мы перечислим основные. Так, многие исследователи отмечают высокую значимость идеала в нравственном самоопределении. А. А. Гусейнов считает, что задача нравственности состоит в том, чтобы ориентировать реальное сознание и поведение людей на осуществление идеала должного (Гусейнов, 1982). По мнению Л. И. Божович, в нравственном самоопределении идеал выполняет двойную функцию: с одной стороны, создает более или менее постоянную и интенсивную систему нравственных устремлений, а с другой – является нравственным критерием поступков человека в различных жизненных ситуациях (Божович, 1997). В. Ф. Сафин, анализируя работы Л. И. Божович и В. Э. Чудновского, выдвигает гипотезу, что «идеал, сформировавшийся в результате сознательного поиска цели и смысла жизни, становится иерархизирующей основой всех элементов сущностных сил, следовательно, и регулятором поведения личности» (Сафин, 2004, с. 160). Исходя из этого, *первая особенность нравственного самоопределения*, по нашему мнению, заключается в особой значимости отдельных структурных компонентов самоопределения, главным образом, в первостепенной значимости эталонов и идеалов. Для других видов самоопределения (профессионального, экономического и т. д.) наличие осознаваемых идеалов не является обязательным элементом, иногда идеал может формироваться постепенно в ходе становления профессионала или субъекта экономической деятельности. Для нравственного самоопределения идеал является основой формирования других элементов самоопределения – ценностей, принципов и правил поведения. Он также может определять базовые

ые отношения личности к миру и людям (любовь, доверие и т. д.) и нравственные стратегии, т. е. по отношению к этим составляющим нравственный идеал является первичным.

В связи с этим можно сказать, что *второй особенностью нравственного самоопределения* является отчетливая выраженность уровневой строения. Выше была описана уровневая модель самоопределения субъекта, которая основывается на положении о том, что элементы самоопределения, составляющие ее психологическую основу, иерархически организованы и образуют несколько уровней.

Приложение уровневой модели к нравственному самоопределению позволяет в качестве основных элементов «ценностно-нравственного стержня» назвать нравственные идеалы, эталоны, нравственное мировоззрение и т. д. Согласно нашим теоретическим представлениям, «оболочку» нравственного самоопределения составляют нравственные принципы, нравственные стратегии. «Поверхностный слой» составляют нормы, правила поведения в различных ситуациях и с различными категориями людей и т. д. Эти предположения были отчасти подтверждены, а отчасти опровергнуты в ходе построения эмпирической структуры нравственного самоопределения. Так вопреки первоначальному мнению, установлено, что эмоциональный компонент обязательности соблюдения нравственных норм и все компоненты стратегии активности нравственного поведения также относятся к «стержню» нравственного самоопределения. Ниже мы постараемся дать этому логичное, на наш взгляд, объяснение в ходе построения модели развития нравственного самоопределения во времени.

Третья особенность нравственного самоопределения, которая, однако, на сегодняшний день является гипотезой, требующей проверки, состоит в особой устойчивости «стержня» и высокой мобильности «оболочки». Особая устойчивость «нравственного стержня» объясняется его системообразующей ролью в формировании личности и регуляции ее жизнедеятельности. Подвижность «оболочки» требует специального пояснения. Соблюдение или несоблюдение личностью собственных этических принципов и норм тесно связано с самооценкой и самоуважением, поэтому несоответствие поведения личности ее нравственному кодексу воспринимается очень болезненно. Потребность сохранить самоуважение приводит к актуализации психологических защит, а также к корректировке стратегии этического поведения, конструированию новых принципов, выработке дополнительных условий и поправок к прежним.

В то же время наличие мощных внутренних регуляторов – совести и стыда – обвинителей и судей, от которых невозможно скрыться, определяет *четвертую особенность нравственного самоопределения*. Она заключается в высокой степени выраженности чувства долга, нравственной ответственности и самопринуждения, которые отмечают многие исследователи (Дробницкий, 1974; Зотов, 1983; Сафин, 2004). Не случайно Н. Д. Зотов считает самоповелевание центральным звеном нравственного самоопределения (Зотов, 1983). В этой связи можно отметить, что в нравственном самоопределении особо значимы процессы саморазвития личности, в частности, самовоспитание и др. Регуляторная роль совести и стыда также связана с эмоциональной чувствительностью и компетентностью личности. Не случайно эмоциональные компоненты нравственных стратегий оказались весьма значимыми по своему влиянию элементами, что было выявлено в ходе факторного анализа и подтверждено в результате регрессионного анализа (глава 6). Высокое значение саморегуляции и эмоционального интеллекта как детерминант нравственного самоопределения было также подтверждено в ходе эмпирического исследования (глава 8).

В. Ф. Сафин считает, что нравственное самоопределение занимает особое место в ряду различных видов самоопределения. «Во-первых, потому, что нравственность не представляет сферы жизнедеятельности людей, она составляет имманентную сторону жизнедеятельности, специфический момент поведения и поступков, их подтекст» (Сафин, 2004 с. 20). Несомненным, на наш взгляд, является только то, что нравственное самоопределение выступает неотъемлемой частью большинства других видов самоопределения личности или группы: личностного, жизненного, социального, экономического, политического, этнического, религиозного, профессионального, семейного и других (как это было показано в предыдущем параграфе). В этом состоит *пятая особенность нравственного самоопределения* – возможно, одна из наиболее важных его особенностей.

Однако можно отметить, что существуют некоторые особые сферы жизнедеятельности, в которых в наиболее явной форме проявляются и выступают определяющими именно нравственные регуляторы и, соответственно, существует нравственное самоопределение как самостоятельное явление. Фактически речь идет о четырех формах регуляции жизнедеятельности людей. Первая характерна для многих ее сфер, в которых нравственные отношения являются регуляторами, но наряду с другими – более значимыми (экономи-

ческими, политическими и т. д.). Вторая имеет место в сферах отношений, где нравственные факторы особо значимы – одну из них, хотя и условно, можно обозначить сферой психологических отношений между людьми. В качестве третьей формы можно выделить отношение субъекта к самому себе, и здесь нравственные факторы играют определяющую роль в формировании личности, ее самосознания, Я-концепции и т. д. Четвертая форма регуляции характерна для сферы этики и морали – сферы общественного сознания, науки и социального института (моральных норм и кодексов выступающих внешними регуляторами поведения и основаниями объединения различных групп людей). Для этой формы характерно то, что нравственные феномены являются не только мощными регуляторами, но и основными предметами, объектами и субъектами взаимодействия, деятельности, изучения, обсуждения, формирования и т. д. Так, можно говорить о взаимодействии, интеграции или столкновении различных мировоззренческих и нравственных систем в общественном сознании, сознании отдельных социальных групп и личностей. Различный характер и значимость нравственно-психологической регуляции в сферах жизнедеятельности четырех описанных форм накладывает отпечаток на нравственное самоопределение. Поэтому и само нравственное самоопределение многоаспектно или многосегментно. В этом состоит *шестая* из отмеченных нами *особенностей нравственного самоопределения*.

Нравственное самоопределение понимается нами как процесс ориентации личности в системе нравственных идеалов и ценностей, среди людей и социальных групп, являющихся их носителями, а также как осознанный процесс поиска, выбора и создания личностью собственных нравственных эталонов и идеалов, а затем на их основе – принципов, ценностей, норм, правил и т. п. Создание нравственных эталонов и идеалов может осуществляться в разных формах, дифференциация которых определяется по степени представленности в этом процессе внешней и внутренней детерминации. Когда мы имеем в виду внешнюю обусловленность, то чаще называем это формированием, обучением, воспитанием, когда же речь идет о преобладании внутренней детерминации, то это обозначается как творение, созидание, конструирование.

Эта формулировка нуждается в пояснениях, которые связаны главным образом с различными представлениями о содержании жизнедеятельности субъекта в обществе. Необходимо отметить также, что существуют другие виды самоопределения, которые

тесно связаны, пересекаются, а возможно, являются составными частями друг друга. Речь идет о *жизненном, личностном, социальном, культурном, духовном, гражданском, профессиональном, политическом, экономическом, этническом, конфессиональном и других видах самоопределения.*

Спектр видов самоопределения, к которым обращаются современные исследователи, довольно широк. Так, В. Ф. Сафин выделяет следующие частные формы самоопределения: ролевое, профессиональное, коллективистическое, семейное, социальное, духовное, нравственное, жизненное (Сафин, 1986; Сафин, Ников, 1984). М. Р. Гинзбург выделяет также личностное самоопределение (Гинзбург, 1996), А. К. Маркова упоминает индивидуальное самоопределение (Маркова, 1996), а О. В. Овчинникова – религиозное (Овчинникова, 2004). Известны исследования гендерного самоопределения (Асадуллина, 2008; Чекалина, 2008). Новым направлением является изучение экономического самоопределения и самоопределения в бизнесе (Иванова, 2006; Журавлев, Купрейченко, 2007).

Многие авторы стремятся ответить на вопрос о соотношении различных видов самоопределения. А. К. Маркова считает, что все виды самоопределения постоянно взаимодействуют, иногда один другому предшествует, иногда они действуют одновременно (Маркова, 1996). Личностное самоопределение рассматривается многими исследователями как общее по отношению к частным видам самоопределения – социальному, профессиональному, семейному, этническому, экономическому и т. д. (Басхаева, 2005; Божович, 2008; Борисова, 1995; Гинзбург, 1988; Падалко, 1998). Однако есть мнение, что в основе всех видов самоопределения лежит жизненное самоопределение, которое начинается с первых дней жизни человека (Маркова, 1996). Жизненное самоопределение охватывает процесс становления личности, выбора профессии, места жительства, получения образования, социального самоопределения, создания семьи. Социальное самоопределение – центральная сфера жизненного самоопределения (см.: Падалко, 1998, с. 10).

Целью самоопределения личности в культуре М. М. Шибалева считает выделение и обоснование ценностей и смыслов собственной жизненной концепции, выбор способов и форм ее реализации (Шибалева, 1985). Центральным в ее понимании культурного самоопределения Р. М. Гинзбург признает выбор «мировоззренческих и этических ориентиров в концептуализации собственной позиции, жизненного пути» (см.: Гинзбург, 1996, с. 43).

Таким образом, установление родо-видовых и иерархических связей различных видов самоопределения представляет собой сложную задачу. Н. С. Пряжников предложил иерархически организованную систему понятий, которая включает *профессиональное, жизненное, личностное и культурное самоопределение.* Сравнивая профессиональное и жизненное самоопределение, он отмечает, что «говоря о жизненном самоопределении, можно выделить не только выбор и реализацию человеком тех или иных социальных ролей, но и социальных стереотипов, выбор жизненного стиля и самого образа жизни. В этом случае сама профессия или какие-то социальные роли могут выступать как средства для реализации того или иного образа жизни, того или иного жизненного стереотипа» (Пряжников, 1996 с. 23–24). Соотносятся они фактически как более общее (жизненное самоопределение) и частное (профессиональное самоопределение).

Н. С. Пряжников считает, что «следующий, более сложный тип – личностное самоопределение – может рассматриваться как высшее проявление жизненного самоопределения, когда человеку удастся действительно стать хозяином ситуации и всей своей жизни... Принципиальным отличием личностного самоопределения от самоопределения жизненного является то, что человек не просто «овладевает ролью», а создает новые роли и в каком-то смысле даже занимается социально-психологическим нормотворчеством... Личностное самоопределение – это нахождение самобытного «образа Я», постоянное развитие этого образа и утверждение его среди окружающих людей» (Пряжников, 1996, с. 23–24). Возникает, однако, вопрос: не может ли человек находить этот самобытный «образ Я» в процессе своего жизненного или даже профессионального самоопределения? И если ответить на этот вопрос положительно, а для этого существуют определенные основания, то в таком случае личностное самоопределение может рассматриваться как следствие (или результат) жизненного самоопределения, тем самым последнее может представлять собой более сложное образование по сравнению с личностным самоопределением, поэтому вопрос об их соотношении на самом деле может оказаться значительно более сложным.

Наконец, самый сложный тип, по мнению Н. С. Пряжникова, – это самоопределение личности в культуре (как высшее проявление личностного самоопределения): «Высший тип самоопределения – это тогда, когда вся жизнь человека и его дела (содеянное им) являются значительным вкладом в развитие культуры, понимаемой в широ-

ком смысле (производство, искусство, наука, религия, общение...)» (Пряжников, 1996, с. 24).

Подобная иерархическая (фактически выстроенная в соответствии с критерием «общее – частное») структура видов (или типов) самоопределения вызывает большое число вопросов, главный из которых заключается в следующем: не идет ли все-таки речь об одном и том же виде – *личностном самоопределении* на разных стадиях развития личности или стадиях становления субъекта. Одним из доказательств может быть приведенное выше мнение Н. С. Пряжникова, согласно которому, хотя самоопределение личности в культуре понимается высшим, но фактически конкретным проявлением личностного самоопределения. Тогда жизненное самоопределение может пониматься как личностное самоопределение в жизненной перспективе, профессиональное – как личностное самоопределение в профессиональной среде, культурное – как личностное самоопределение в системе культурных (институциональных) ценностей, норм, эталонов. Аналогично можно говорить о нравственном самоопределении в системе нравственных принципов и ценностей, норм и правил, эталонов и идеалов, экономическом самоопределении как о личностном самоопределении в экономической среде, политическом самоопределении – в сфере политики, конфессиональном самоопределении – в религиозной сфере и т. п.

Однако такой подход, в свою очередь, имеет ряд ограничений. В частности, осознанное изменение позиции личности в социальной, экономической, профессиональной и другой среде может не затрагивать личностные структуры, не влиять на самопредставления, самопринятие, самоактуализацию и иные составляющие элементы личностного самоопределения. Таким образом, эти изменения, являясь составляющей процессов социального, экономического, профессионального и пр. самоопределения, могут быть не связаны с личностным самоопределением. Верно и обратное: вероятно, не все события личностного самоопределения наверняка проявятся в социальном, экономическом, профессиональном и т. д. самоопределении личности.

Аналогичное соотношение имеют перечисленные выше частные виды самоопределения с другим его базовым видом – *жизненным самоопределением*, традиционно наиболее часто понимаемым, как поиск и выбор жизненной стратегии, образа и стиля жизни (Пряжников, 1996). На каждом этапе жизни человека цели и направленность его социальной, экономической и других видов активности будут

различны, иногда даже противоположны. Например, до определенного этапа личность накапливает материальные ресурсы, а затем расходует. Определение личностью своей позиции в экономической среде может подчиняться не столько экономическим целям, сколько основным жизненным целям личности или группы. Экономические цели при этом могут выполнять промежуточную, вспомогательную, опосредствующую роль. Лишь в контексте жизненного самоопределения личности можно более достоверно оценить реальную значимость экономических ценностей на конкретном этапе жизнедеятельности субъекта. Таким образом, можно предположить, что жизненное самоопределение субъекта выступает важнейшим фактором социального, экономического, политического и других видов самоопределения. Однако можно допустить, что самоопределение в некоторых системах отношений может не затрагивать жизненного самоопределения личности. Так, например, вера или неверие человека в НЛО не отражается на его жизненном пути (за исключением случая, когда уфология становится увлечением или профессией). Так же и представления о том, что Земля ли вращается вокруг Солнца или Солнце вокруг Земли, серьезно не отражаются на жизненном самоопределении обычного человека, за исключением, разумеется, таких подвижников науки, как Джордано Бруно.

Вероятно, можно выделить некоторые *виды самоопределения*, которые являются базовыми или более общими по отношению к другим – частным (Журавлев, Купрейченко, 2012). Таковыми мы считаем *духовное* и *витальное* самоопределение. Они могут считаться базовыми, если понимать духовность и витальность не в узком, а широком смысле слова. *Духовное* самоопределение включает в себя *гностическое* (базовые представления о принципах устройства мира, общества и человека в категориях «Истинно–Ложно»), *этическое* (целостная система воззрений на должную социальную жизнь, выражающая то или иное понимание сущности человека и его бытия в категориях «Добро–Зло»), *эстетическое* (базовые убеждения в том, что в этом мире является «Прекрасным», а что «Безобразным»).

Второй базовый вид самоопределения назван нами *витальным*. Этот термин кажется наиболее уместным противопоставлением и дополнением духовному самоопределению, поскольку термины «телесное» или «материальное» самоопределение являются, по нашему мнению, более узкими и менее благозвучными. При таком понимании *витальное* самоопределение есть определение значи-

мости и стратегий удовлетворения основных потребностей, связанных с *физическим выживанием, продолжением рода, первичными социальными связями*. Различные виды первичных потребностей и стратегии их удовлетворения также оцениваются в терминах различных категорий: «Приятно–Неприятно», «Полезно–Вредно» и, соответственно, «Важно–Неважно» и «Хорошо–Плохо», т. е. в ряду других и в категориях нравственности. В соответствии с представленной во 2-й главе авторской модели оснований нравственности в качестве таковых наряду с духовными выступают и биологические (инстинктивные). Именно последние, на наш взгляд, служат предпосылками нравственного компонента витального самоопределения.

Витальный и духовный виды самоопределения тесно переплетены и выделить компоненты нравственного самоопределения, относящиеся к тому или другому, – довольно сложная задача. Так, принципы «Мне мало нужно» или «Я хочу всего и сразу» могут иметь биологическое основание, связанное с особенностями развития индивида на начальных стадиях онтогенеза, но также могут выражать религиозную или иную духовную концепцию, которой придерживается личность. А вот их шуточные производные: «Мне много не нужно – достаточно самого лучшего» или «Мне много не нужно – власть над миром и немного покушать» являются примером интеграции духовного и витального самоопределения.

Таким образом, *нравственное самоопределение является основой и неотъемлемой частью духовного и витального самоопределения*. Эти базовые виды самоопределения регулируют жизнедеятельность человека во всех сферах жизни. Согласно нашим представлениям, *на основе духовного и витального самоопределения осуществляется личностное и жизненное самоопределение субъекта*. Перечисленная совокупность видов самоопределения (духовное, витальное, личностное, жизненное) выступает основой частных видов самоопределения (социального, экономического, политического, гражданского, этнического, профессионального и т. д.). Такое понимание родо-видовых связей разных видов самоопределения возвращает нас к описанной выше уровневой модели (включающей устойчивый «стержень» и динамичную «оболочку»), которая в данном случае становится концентрически представленной моделью.

Эта структура хорошо согласуется с уровневой моделью, поскольку позволяет увидеть, что «стержневые» элементы любого частного вида самоопределения, по сути, являются составляющими базовых видов самоопределения. Именно они объединяют представления

о принципах устройства мира, смыслы жизни, наиболее значимые ценности и ориентации личности, ценностные идеалы ценностные табу, основные жизненные способности, принципы и притязания, т. е. все то, что относится к «ценностно-нравственному» стержню любого частного вида самоопределения. Подобная структура является в высокой степени условной, поскольку тесные взаимосвязи и взаимопроникновение разных видов самоопределения затрудняют проведение границ между ними. Кроме того, выше уже упоминалось, что каждый феномен (духовность, витальность, культура, нравственность, социум и др.) могут пониматься как в широком, так и узком смысле, что приводит к размыванию этих феноменов и различному их толкованию разными исследователями.

Нравственное самоопределение, понимаемое нами как составная часть базовых видов самоопределения – а именно духовного и витального – занимает особое место в ряду других его видов. Действительно, нравственные факторы нельзя рассматривать как рядоположные экономическим, политическим и т. д. Как уже было отмечено, *нравственность* – целостная система воззрений на должную социальную жизнь, выражающая то или иное понимание сущности человека и его бытия. Она составляет ценностный базис общества и имеет всеобщее значение, регулируя жизнедеятельность человека во всех сферах жизни.

Соответственно, на нравственном самоопределении, так же как и на других составляющих базовых видов самоопределения (духовного и витального), выстраиваются более частные виды самоопределения в различных сферах жизнедеятельности личности и общества: социальное, политическое, профессиональное, экономическое. На основе базовых нравственных эталонов и идеалов формируются нравственные оценки самих отдельных сфер жизнедеятельности, а также отношения нравственности (оценки, эмоции и готовность к нравственному поведению), связанные с отдельными объектами и явлениями этих сфер.

Например, на основании базовых представлений о должной и праведной жизни формируется оценка как морального добра или зла следующих сфер жизни: трудовой, учебной, досуговой и т. д. В соответствии с этим формируются нравственные оценки, эмоции и готовность к соблюдению нравственных норм в отношении объектов и людей, представляющих эти сферы. Эти элементы отношений нравственности являются одновременно компонентами самоопределения в конкретной сфере жизнедеятельности (трудо-

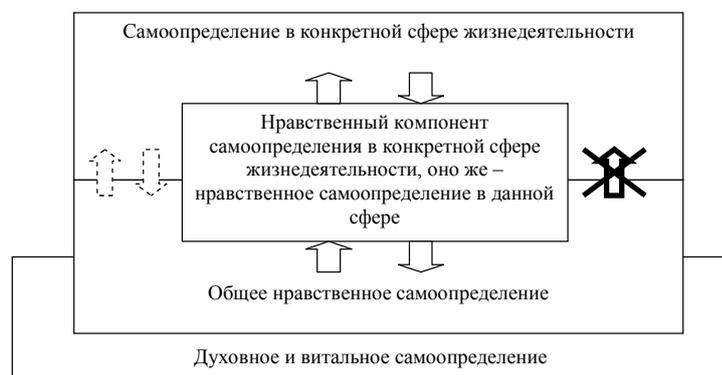


Рис. 2. Взаимосвязи элементов нравственного самоопределения и самоопределения в конкретной сфере жизнедеятельности

учебной и т. д.) и компонентами общего самоопределения личности (рисунок 2).

Стрелки демонстрируют прямое влияние нравственного самоопределения на самоопределение в конкретной сфере жизнедеятельности. Латентное влияние изображено пунктиром, «блокированное» влияние показано перечеркнутой стрелкой.

Как видно на рисунке 2, частные виды самоопределения базируются на нравственном, как на составляющей базовых видов самоопределения (духовного и витального). Соотношение нравственного самоопределения с конкретными частными видами (экономическим, политическим, профессиональным и т. д.) характеризуется взаимопересечением. Так, у каждого из частных видов самоопределения имеется нравственная составляющая, которая может одновременно рассматриваться в качестве нравственного самоопределения в конкретной сфере. Можно сказать, что общее нравственное самоопределение оказывает влияние на все элементы самоопределения к конкретной сфере жизнедеятельности. Одновременно факторы самоопределения в этой сфере, не имеющие нравственной природы, оказывают влияние на нравственное самоопределение в ней и вполне вероятно на некоторые элементы общего нравственного самоопределения (рисунок 2).

На рисунке 2 стрелками изображено возможное влияние одних составляющих самоопределения на другие. Подтверждение существования некоторых из этих взаимосвязей было получено в ходе эмпирических исследований (на рисунке это влияние показано

сплошными стрелками). В представленных в разделе 3 результатах анализа нравственного самоопределения в различных сферах жизнедеятельности молодежи нам удалось проследить взаимосвязь *общих показателей нравственного самоопределения личности* (нравственные стратегии, отношение к нравственности как явлению, нравственные ориентации личности) с *нравственно-психологическими характеристиками некоторых частных видов самоопределения* (самоопределения в деловых и дружеских отношениях, в сфере материального самообеспечения и труда, в сфере массовых коммуникаций).

В этой связи встает важный концептуальный вопрос о том, на какие элементы, помимо собственно нравственных элементов самоопределения, в конкретной сфере жизнедеятельности влияет общее нравственное самоопределение. В частности, можно предположить, что признание святости труда будет определять не только уважительное отношение к работе, которая некоторым людям кажется унизительной, но и отношение к трудовым ценностям, не имеющим нравственной окраски (на рисунке это влияние показано пунктирными стрелками). Например, может снижаться требовательность к условиям труда, понижаться значимость материального вознаграждения и т. д. Однако, как показали результаты исследования (глава 9), высокая значимость труда для активной и творческой личности по своей природе может негативно сказываться на ее чувствительности к этическим вопросам в трудовой сфере. Таким образом, влияние некоторых других факторов, а также психологические защиты могут «блокировать» влияние общего нравственного самоопределения на самоопределение в конкретной сфере (на рисунке 2 – перечеркнутая стрелка).

Однако наши эмпирические исследования выявили еще один тип взаимодействия факторов самоопределения, имеющих нравственную природу, с другими элементами самоопределения в конкретной сфере жизнедеятельности – феномен *латентного*. Данные, полученные в ходе исследования нравственного самоопределения в сфере СМИ, как выполненные ранее (Купрейченко, 2010, 2011), так и представленные в настоящей монографии, показали, что нравственно-психологическая детерминация отношения личности к неэтичной рекламе и газетным заголовкам может быть неосознанной (рисунок 3).

Стрелки демонстрирует прямое влияние нравственного самоопределения на самоопределение в конкретной сфере жизнедея-



Рис. 3. Влияние факторов нравственного самоопределения в конкретной сфере жизнедеятельности

тельности. Латентное влияние изображено пунктиром, «блокированное» влияние показано перечеркнутой стрелкой.

Так, неэтичные сообщения СМИ и рекламы могут оцениваться некоторыми респондентами как вполне нравственные, однако латентное влияние нравственно-психологических факторов проявляется в том, что данные сообщения воспринимаются как непрофессиональные и не побуждают к дальнейшему ознакомлению или к покупке. В случае коммерческой рекламы происходит также снижение субъективных оценок качества товара или услуги. Это латентное влияние изображено на рисунке 3 пунктиром, «заблокированное» тем или иным способом влияние показано перечеркнутой стрелкой. Стрелки, изображенные сплошной линией, на этом рисунке демонстрирует прямое взаимовлияние общего нравственного самоопределения на элементы самоопределения в конкретной сфере жизнедеятельности, не имеющие нравственной природы. Таким образом, взаимовлияние отдельных элементов самоопределения в конкретной сфере жизнедеятельности и влияние нравственных факторов (как внутренних, так и внешних) может иметь различные формы.

Рассмотрение соотношения нравственного самоопределения с другими его видами закономерно приводит нас к вопросу о содержании и структуре этого особого вида самоопределения. Выше мы сформулировали собственное понимание нравственного самоопределения, определили его особенности. На основе сформулированных положений в следующем параграфе мы предложим теоретическую

модель структуры и динамики нравственного самоопределения, которая затем будет проверена в ходе эмпирического исследования.

Теоретические модели структуры и динамики нравственного самоопределения

Важными теоретическими и методологическими проблемами изучения нравственного самоопределения являются следующие: определение содержания нравственного самоопределения и качественно разных его типов, оценка результатов нравственного самоопределения (сформированности, согласованности, степени, стадии), а также критериев перехода личности с одной стадии нравственного самоопределения на другую. Решению этих проблем способствует построение теоретических моделей структуры нравственного самоопределения, каждая из которых способна отразить лишь один аспект изучаемого феномена.

Анализ такого сложного комплексного феномена, как самоопределение, неизбежно требует оценки большого числа *содержательных и формально-динамических показателей*. В ряду наиболее значимых *формально-динамических показателей* самоопределения – *эффективность, изменчивость, согласованность* и др. (Журавлев, Купрейченко, 2007). Для определения *эффективности и результатов нравственного самоопределения, а также критериев перехода личности с одной стадии нравственного самоопределения на другую* перспективными являются «уровневые» модели нравственности (Л. Колберг, К. Гиллиган, К. К. Платонов, Б. С. Братусь, В. Т. Чепиков и др.). Эти модели подробно описаны нами выше в главе 1. Эти подходы открывают перспективы выявления различных *степеней* нравственного самоопределения. Успешное становление нравственного сознания происходит только тогда, когда нравственные понятия перерастают в нравственные убеждения и становятся мотивами поведения человека. Это происходит в процессе воспитания и общения с окружающими людьми. Нравственное сознание также зависит от идеологии общества, в котором живет человек, и от его собственного поведения в этом обществе (Большая психологическая энциклопедия, 2007; Волченко, Поляхова, 1980). Е. Ю. Стрижов предлагает собственные критерии успешности нравственного самоопределения. По его мнению, результатом *позитивного нравственного самоопределения* является нравственная надежность личности (Стрижов, 2009).

В целом *результат нравственного самоопределения* может быть оценен как более или менее *позитивный* или *негативный*. Вслед за многими современными авторами позитивным в нравственности личности мы будем считать то, что способствует выживанию, сохранению человеческого сообщества: ориентацию на интересы общества, гуманистическую и мирозидательную (сохранение среды обитания способствует выживанию) направленность, способность к самопожертвованию, альтруизм, заботу и т. п. (Александров, Александрова, 2009; Колесов, 2000; Хаузер, 2008; Шадриков, 2009; de Waal, 1996; Goodal, 1990). Характеристика самоопределения как *позитивного* встречается, например, в работах Л. И. Акатова и Е. Ю. Стрижова (Акатов, 2009, Стрижов, 2009). Под позитивной нравственной позицией нами понимаются гуманистические представления, стратегии и ориентации респондентов. Наша авторская методика (глава 5) позволяет оценить позитивность нравственного самоопределения количественно – как высокие значения по всем шкалам методики (за исключением шкал «взаимности/невзаимности нравственного поведения», а также эгоцентрической и группоцентрической ориентации). Под негативной нравственной позицией, в свою очередь, понимаются противоположно направленные представления, стратегии, ориентации.

Еще одними важными формально-динамическими показателями выступают *согласованность – несогласованность и устойчивость – изменчивость* нравственного самоопределения. Давним вопросом в психологической науке является проблема *ситуативной изменчивости/устойчивости морального поведения* (Анцыферова, 1999). Может ли личность с эгоцентрической направленностью совершать нравственные поступки? Да, может. Пример такого поведения упоминает Л. И. Анцыферова в своем анализе исследований Л. Колберга (Анцыферова, 1999). Мотивом морального действия в рассматриваемом случае было желание одобрения со стороны окружающих, стремление подтвердить их ожидания. М. Хаузер отмечает, что возможности помогать возникают довольно часто, но они чаще игнорируются, чем служат поводом для альтруистичного поведения. К тому же альтруистичное поведение часто объясняется возможностью получить возмещение за свой поступок или избежать наказания за уклонение от альтруистического поведения (Хаузер, 2008). Кроме оценки представлений, стратегий и ориентаций личности, в нашем эмпирическом исследовании использован дополнительный авторский методический прием – оценка неэтичных явлений (формули-

ровок газетных заголовков и рекламных роликов). Это позволит выявить соответствие/несоответствие декларируемого и осуществляемого и охарактеризовать типы нравственного самоопределения как согласованные и несогласованные.

Наиболее обобщенным вариантом *содержательной структуры* нравственного самоопределения является *4-сегментная модель*. Согласно этой модели, в структуре нравственного самоопределения можно выделить четыре основных сегмента (рисунок 4). Первый – самоопределение в отношении морали и нравственности как части общественного сознания и социального института, т. е. самоопределение в системе мировоззрений, философских концепций нравственности, а также в системах моральных ценностей различных эпох и культур. По отношению к этим явлениям субъект должен определить свое отношение, выработать стратегию поведения в случае возникновения противоречий между различными системами мировоззрений или этических концепций, ценностей и т. д.

Второй сегмент нравственного самоопределения – самоопределение в отношении объектов и явлений окружающего мира и бытия субъекта. Эти составляющие самоопределения особо значимы в ходе самоопределения в тех сферах жизнедеятельности, где роль других факторов (политических, экономических и т. д.) более весома по сравнению с нравственными. Содержанием этого сегмента является нравственная оценка различных феноменов и явлений данной сферы жизнедеятельности (например, нравственная оценка денег, собственности, политической власти и т. д.), формирование стратегий поведения в случае столкновения нравственных и иных мотивов личности (экономических, политических, профессиональных и т. д.).

Третий сегмент – самоопределение в отношении других людей, групп и общества в целом с точки зрения нравственности. Содержанием этого сегмента нравственного самоопределения является формирование отношения к Человеку и ко всему человечеству, к людям и социальным группам, являющимся носителями определенных этических ценностей. Данный сегмент включает также наделение нравственными смыслами отдельных видов отношений между людьми, формирование стратегий поведения при взаимодействии с ними в различных, в том числе конфликтных ситуациях и др. Эти процессы особо значимы в сфере отношений между людьми и в других сферах жизнедеятельности, в которых нравственным факторам принадлежит главная регуляторная роль. Четвертый сегмент нравственного самоопределения – самоопределение в отношении

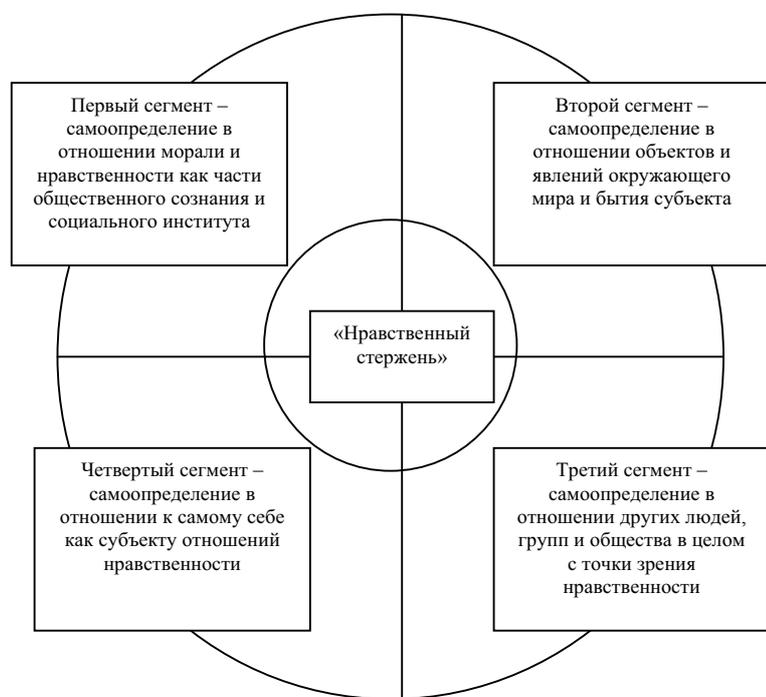


Рис. 4. Четырехсегментная структура нравственного самоопределения

к самому себе как субъекту отношений нравственности. Его главными составляющими являются нравственное «Я-идеальное», а также способы и критерии его достижения.

В нашей модели отдельные сегменты нравственного самоопределения тесно соприкасаются и имеют общий центр или точку опоры («нравственный стержень») – представления о принципах устройства мира (в частности, представления о происхождении нравственности, ее значимости для общества, абсолютности-относительности и т. д.). С ними тесно связаны смыслы жизни, ценностные идеалы и табу, базовые отношения к миру, людям и самому себе. Например, отношение к человеку как к достойному любви творению, созданному по образу и подобию божьему, или же как равному партнеру, ценность которого зависит от его поведения, наконец, как к средству достижения своих целей. От этого во многом зависят нравственные ценности и ориентиры личности – любовь, справедливость, эгоцен-

тризм и т. д. Таким образом, нравственное самоопределение имеет сложную (в наших представлениях многосегментную структуру).

Возможности *детальной оценки содержания нравственного самоопределения и выявления качественно разных его типов* открывает многофакторный подход к изучению нравственного сознания. Так, А. И. Титаренко отмечает, что «дифференцированная, противоречивая социальная среда задает не один, а несколько *подтипов нравственного сознания*» (Титаренко, 1974, с. 218). Это предположение также подкрепляется нашей моделью четырех оснований нравственности (глава 2). В зависимости от выраженности одного из них (духовного религиозного или светского, биологического, социального или прагматичного) у личности формируется специфический тип нравственного самоопределения. Например, тип природной доброты, тип социально-регламентированный или богобоязненный тип и т. д. Ни один из них не может быть признан более «позитивным», чем другой. Соответственно, имеет смысл проводить *типологический анализ* нравственного самоопределения, что и было реализовано нами в ходе эмпирического исследования (глава 8).

В целом в структуре *нравственного самоопределения* можно выделить большое число *содержательных элементов*. Таковыми могут выступать нравственные ценности и идеалы; представления о нравственности, морали, о конкретных нравственных нормах и т. д.; отношение к себе как субъекту этических отношений; нравственные стратегии личности; нравственная оценка различных социальных явлений; основные нравственные потребности, способности и т. д. В этой связи перед нами стояла весьма сложная *задача отбора для включения в программу исследования оптимальной по численности и полноте отражения содержания системы элементов нравственного самоопределения и их эмпирических показателей*. Это позволит перейти от разрозненного изучения нравственно-психологических феноменов (как это было до сих пор) к интегрированному и структурированному. Однако при этом уже не может быть достигнута та глубина анализа отдельного элемента, как это было в исследованиях нравственных представлений, выполненных в ИП РАН (Воловикова, 2004; Емельянова, 2006). Микросемантический и символический анализ представлений о порядочном человеке, контент-анализ понимания справедливости позволяют выявить неожиданные для исследователя факты, которые невозможно получить при помощи закрытого анкетного опроса. Также предлагаемый подход, задавая определенную структуру феномена, ограничивает

поиск составляющих его элементов, не предусмотренных исследователем в теоретической модели. Такая возможность была, например, в подходе к исследованию нравственного сознания А. А. Хвостова (Хвостов, 2005), где составляющие нравственного сознания определялись путем факторного анализа неструктурированного эмпирического материала. Таким образом, мы отмечаем не только достоинства, но и ограничения предлагаемой теоретической модели.

Учитывая требования моральной неподвзятости и многомерно-го подхода к исследованию нравственной сферы личности, а также опыт исследования нравственного сознания А. А. Хвостова и других авторов, в исследовании был использован целый спектр базовых представлений о нравственности и морали, в частности, представлений о происхождении, нравственности, ее значимости для общества, природе нравственности личности и т. д.

Наряду с ними в структуре нравственного самоопределения были выделены такие крупные элементы, как *нравственные стратегии*. Анализируя определения стратегии жизни, предложенные К. А. Абульхановой-Славской, Г. В. Иванченко, Ю. М. Резником, Е. А. Смирновым, А. Л. Журавлев и А. Б. Купрейченко приходят к выводу, что стратегия жизни является одним из главных результатов жизненного самоопределения личности, показателем его сформированности (Журавлев, Купрейченко, 2007). Понятие «стратегия» означает способ рационального отношения к жизни. Это способ созидательного планирования и конструирования личностью собственной жизни путем поэтапного формирования ее будущего (Резник, Смирнов, 2002, с. 73). Жизненная стратегия в самом общем виде – это постоянное приведение в соответствие своей личности (ее особенностей) и характера, способа своей жизни, построение жизни, сначала исходя из своих индивидуальных возможностей и данных, а затем с теми, которые вырабатываются в жизни. Стратегия жизни состоит в способах изменения, преобразования условий, ситуации жизни в соответствии с ценностями личности, в отстаивании главного ценностью уступок в частном, в преодолении своей боязни потерь и в нахождении самого себя (Абульханова-Славская, 1991, с. 67–68). В. Ф. Сафин и Г. П. Ников утверждают, что в ситуации нравственного выбора люди «предпочитают не нравственные принципы, которыми надлежит руководствоваться, а *линию поведения*, которая, с одной стороны, адекватна ситуации, а с другой – соответствует их нравственным принципам» (Сафин, Ников, 1984, с. 72), т. е. речь идет об использовании нравственных стратегий поведения.

Еще одним важным элементом нравственного самоопределения, включенным в исследование, являются *нравственные ориентации*. В современной литературе упоминается ряд близких понятий: 1) *ценностная ориентация нравственного сознания* (наиболее устойчивое глубинное выражение его нормативного содержания поддерживается всеми сегментами нравственного сознания, подкрепляется общим трафаретом нравственной оценки, связывает между собой ряд исходных ценностей, составляющих основу нормативной позиции личности) (Титаренко, 1974); 2) *моральная ориентация* (направленность, избирательность сознания и поведения личности, детерминируемые ее представлениями о нравственных ценностях) (Бушелева, 1988). Под нравственными ориентациями мы будем понимать избирательность приложения личностью нравственных норм по отношению к различным по степени близости группам объектов.

Мы определяем нравственные ориентации личности, основываясь на концепции Б. С. Братуся и современной этической философии (Г. Йонас). Б. С. Братусь выделяет четыре уровня личности: эгоцентрический, группоцентрический, просоциальный (гуманистический), духовный (эсхатологический). Последний уровень – рассмотрение себя и другого в связи с духовным миром (Братусь, 1993). Таким образом, расширяющийся круг объектов нравственного отношения (я–моя группа–человечество) останавливается на людях, не включая в себя других живых существ, живой природы в целом.

В современных исследованиях человека, групп, человечества в целом нарастает тенденция рассматривать их как сознательных, активных, самостоятельных, ответственных, способных к произвольной регуляции и рефлексии субъектов, имеющих значимые смыслы, ценности, цели жизнедеятельности, способных в соответствии с ними познавать, сохранять и преобразовывать себя, других людей и окружающий мир. В этом состоит *миросозидательная функция* современного человека (Журавлев, Купрейченко, 2007, с. 72). В современной философии рассматриваются этические вопросы *ответственности человечества перед природой и будущими поколениями*. Создание единой, общепланетарной, глобальной нравственности представляется необходимым для выживания природы и человеческого сообщества (Дубровский, 2009; Степанянц, 2009; Степин, 2009; Толстых, 2009). Г. Йонас сформулировал новое «золотое правило»: «Действуй так, чтобы последствия твоей деятельности были совместимы с поддержанием подлинно человеческой жизни».

на Земле» (Йонас, 2004, с. 58). Он считает, что такую ответственность за будущее нравственно и интеллектуально может взять на себя элита (Йонас, 2004). Рассмотрение этих проблем также можно обнаружить в психологической науке. С. К. Бондырева и Д. В. Колесов включают в сферу нравственной регуляции отношение к среде обитания, планете и даже околоземному пространству (Бондырева, Колесов, 2008).

Исследования П. Кана показали, что дети из разных культурных групп оценивают загрязнение окружающей среды как нравственное нарушение. Нравственное размышление в отношении окружающей среды имеет три формы: 1) антропоцентрическое (влияние ущерба окружающей среде на личные интересы, физическое, материальное и психологическое благополучие людей, эстетику); 2) биоцентрическое (люди являются частью экологического сообщества, у природы есть ценности и права, уважение к природе и справедливое обращение с ней); 3) непреднамеренный вред природе (ущерб безотносительно к антропоцентрическому и биоцентрическому направлениям). С возрастом антропоцентрическое и биоцентрическое направление усиливается (см.: Берк, 2006). По данным Н. В. Гербачевской (публикация 2006 г.), 61,1% старшеклассников и 53,8% студентов считают, что каждый должен посылно участвовать в жизни общества (Гербачевская, 2006). С учетом этих современных данных вместо духовного уровня в число нравственных ориентаций личности нами была включена мирозидательная направленность (планетарное мышление).

Самоопределяющемуся человеку нужны и более конкретные ориентиры, помогающие выстраивать и реализовать определенный вектор развития – образцы для подражания. Важную роль при этом играют *нравственные идеалы*, т. е. образы людей, которым человек стремится подражать. Неустойчивость идеалов в ситуации общественных перемен сильно дезориентирует самоопределение молодежи (Пряжников, 2004).

Перечисленные и другие содержательные элементы нравственного самоопределения, по нашему мнению, не являются рядоположенными – они отличаются по своей значимости, устойчивости, выполняемым функциям и степени влияния на другие элементы. Перспективной моделью в этом направлении является *уровневая модель самоопределения*. Приложение этой модели к нравственному самоопределению позволяет в качестве основных элементов «ценностно-нравственного стержня» назвать нравственные ори-

ентации, эталоны, идеалы и антиидеалы, базовые нравственные чувства и представления (нравственное мировоззрение), наиболее устойчивые элементы нравственных стратегий и т. д. «Оболочку» же нравственного самоопределения составляют нравственные чувства по отношению к различным объектам окружающего мира и представления о них, нравственные принципы, нормы и правила поведения в различных ситуациях и с различными категориями людей и т. д.

Представленные в этой и предыдущей главе теоретические модели (модель четырех оснований нравственности, уровневая модель самоопределения, 4-сегментная модель и содержательная структура нравственного самоопределения) послужили основой для эмпирического исследования. В ходе него мы стремились найти факты, подтверждающие или опровергающие эти модели (разделы 2 и 3). Полученные данные обусловили необходимость создания на их основе еще одного рисунка, позволяющего рассмотреть, как развивается процесс нравственного самоопределения во времени, а точнее – на протяжении некоторых его этапов (рисунок 5).

Этот рисунок назван *структурно-динамической моделью нравственного самоопределения*. Мы считаем, что зачатки нравственного самоопределения имеют место уже в раннем детстве. Так, согласно нашим теоретическим представлениям, описанным в специальной работе и нашедшим некоторое подтверждение в ходе эмпирических исследований, существует некоторая природная предрасположенность человека к тому или иному типу нравственного самоопределения (глава 2). Эта предрасположенность может быть как биологической (физиологической или инстинктивной), так и духовной. Именно она определяет некоторые *наиболее ранние проявления нравственной активности*, а также *нравственных эмоций и чувств*, например, доверия и любви к окружающим или страха и ненависти, сострадания и взаимопомощи или агрессии и жадности, восхищения или обиды. Эти эмоциональные и поведенческие реакции на начальном этапе жизни не осознаются и не являются результатом осмысленного выбора, поэтому не могут в полной мере считаться показателями самоопределения, поскольку самоопределение есть по большей части процесс осознаваемый. Однако позже, будучи приняты субъектом, они (наряду с убеждениями в том, что нравственность имманентно присуща человеческому сообществу и значима для него) не только создают основу для более зрелых нравственных ориентаций, представлений и эмоций (например, гордости или сты-

да), но и сами на долгие годы сохраняют свою значимость. Об этом говорит их присутствие в эмпирически выделенном стержне нравственного самоопределения молодежи (глава 6).

Кроме того, на первых этапах жизни личность находится под влиянием значительной совокупности факторов: особенностей социализации, когнитивного развития, других детерминант духовного и личностного становления и т. д. Их воздействие обуславливает соответствующее нравственное поведение – подражательное или определяющееся страхом наказания. Такое поведение часто может быть не имманентно личности, поэтому, на наш взгляд, представления, на которых оно основано, относятся большей частью к оболочке нравственного самоопределения.

Позже их осмысление и принятие или непринятие на фоне природной предрасположенности формируют некоторые базовые нравственные чувства (например, благоговения и гордости или отвращения и стыда) и представления о должном нравственном поведении. Эти представления постепенно оформляются в нравственные идеалы, антиидеалы и соответствующие им ориентации (эгоцентрическую, группоцентрическую, гуманистическую, мирозидательную). Как показал анализ наших эмпирических исследований, эти четыре ориентации являются относительно независимыми, т. е. каждая из них в той или иной степени может быть выражена у одного и того же человека. Взаимоисключающими с высокой долей вероятности являются только гуманистическая и эгоцентрическая ориентации. Этап формирования базовых нравственных ориентаций, представлений и чувств может быть назван начальным этапом нравственного самоопределения (рисунок 5).

Согласно данным регрессионного анализа (глава 6), нравственные ориентации, в свою очередь, оказывают влияние на нравственные стратегии, и сильнее всего – на их когнитивный компонент, а также на представления о нравственности. При этом они влияют как на базовые представления, которые относятся к «стержню» (например, представления о значимости нравственности для общества), так и на некоторые частные, которые мы отнесли к «оболочке» нравственного самоопределения. Это является показателем вполне осознанного самоопределения в отношении различных объектов окружающего мира и категорий людей, в ходе которого личность вырабатывает принципы поведения в различных сферах жизни и ситуациях. Этап самоопределения, характеризующийся относительной ясностью, четкостью и упорядоченностью нравственных

норм, может быть назван этапом стабильности (рисунок 5). В зависимости от стадии развития личности он может быть назван этапом определенности или же этапом зрелости.

Мы не случайно упомянули о том, что ясность и четкость норм относительна – в системе нравственных принципов и правил поведения любого человека имеется целый ряд скрытых или явных противоречий, которые при определенных обстоятельствах могут привести к конфликту с социальным окружением, а также вызвать внутриличностный конфликт. Нравственные конфликты различного вида (внутриличностные, межличностные, межгрупповые) могут привести к кризису самоопределения и переосмыслению его основ. К переосмыслению основ самоопределения могут приводить также восприятие изменений внешних условий жизнедеятельности (например, резко улучшившихся или ухудшившихся), оценка человеком собственных жизненных достижений (успех или провал), осознание своего места в социуме (признание или отвержение), а также осмысление обретения личностью новых качеств в процессе ее становления (социальная компетентность и т. д.) и на разных этапах жизни (родительский статус и т. п.). Во всех этих случаях результатом переосмысления явится скачкообразное изменение содержания нравственного самоопределения. Подобный скачок является результатом следующего этапа нравственного самоопределения, так называемого «переопределения» личности (рисунок 5).

Так, наши исследования нравственного самоопределения в сфере СМИ показали, что негативное отношение к неэтичной рекламе и газетным заголовкам резко усиливается у молодых людей после вступления в брак и особенно – после рождения детей (главы 7, 12). С изменением семейного статуса меняются не только частные, но и общие показатели нравственного самоопределения, что является признаком нравственного «переопределения» этих групп молодежи.

На следующем после переопределения этапе вновь наступает этап стабильности самоопределения. Разумеется, этот этап не будет идентичен этапу стабильности нравственного самоопределения на предыдущей стадии жизни личности. Каждый новый этап нравственного самоопределения и переопределения будет иметь особенности у одной и той же личности. Например, с возрастом может снижаться чувствительность к влиянию внешней среды. Возможно также, что отдельные элементы «стержня» (например, нравственный идеал) или «оболочки» (например, правила разре-

шения нравственных конфликтов) буду сохраняться неизменными всю жизнь и на всех этапах самоопределения. Представленная структурно-динамическая модель не учитывает все возможные варианты развертывания процесса нравственного самоопределения и их детерминацию, в частности, возможное сопротивление субъекта, его психологические защиты и т. д.

В целом процесс нравственного самоопределения личности на протяжении жизни характеризуется постоянной сменой детерминации: элементы, сформировавшиеся на предыдущем этапе под влиянием других, на следующей стадии сами становятся их детерминантами. И хотя нам удалось выявить наиболее значимые и устойчивые элементы нравственного самоопределения, которые с полным основанием могут быть отнесены к «ценностно-нравственному стержню» личности, данные регрессионного анализа показали, что эти элементы тем не менее испытывают воздействие элементов «оболочки» нравственного самоопределения, что, по нашему мнению, является признаком этапа «переопределения» (глава 6).

Таким образом, составляющие нравственного самоопределения имеют разную природу, могут быть биологически, духовно, социально или утилитарно обусловлены. Кроме того, они выполняют различные функции в ходе жизнедеятельности. Это могут быть функции социального познания (в том числе апперцепции) и самопознания, самодетерминации, самопрезентации, регуляции поведения, обеспечения взаимодействия с социальным миром, психологической защиты и мн. др. При этом некоторые элементы нравственного самоопределения выполняют сразу несколько подобных функций. И наконец, элементы нравственного самоопределения различаются по своей значимости и степени влияния на другие элементы. Наиболее значимые и устойчивые элементы мы относим к «стержню» нравственного самоопределения, остальные – к его «оболочке». С течением времени отдельные элементы могут переходить из «оболочки» в «стержень» и наоборот, но есть и такие, которые сохраняют свою значимость на протяжении всей жизни человека.

Выводы

1. Современное состояние теоретических и эмпирических исследований самоопределения предоставляет широкие возможности для содержательного наполнения и развития этого понятия. Прежде всего, должна быть продолжена теоретическая работа

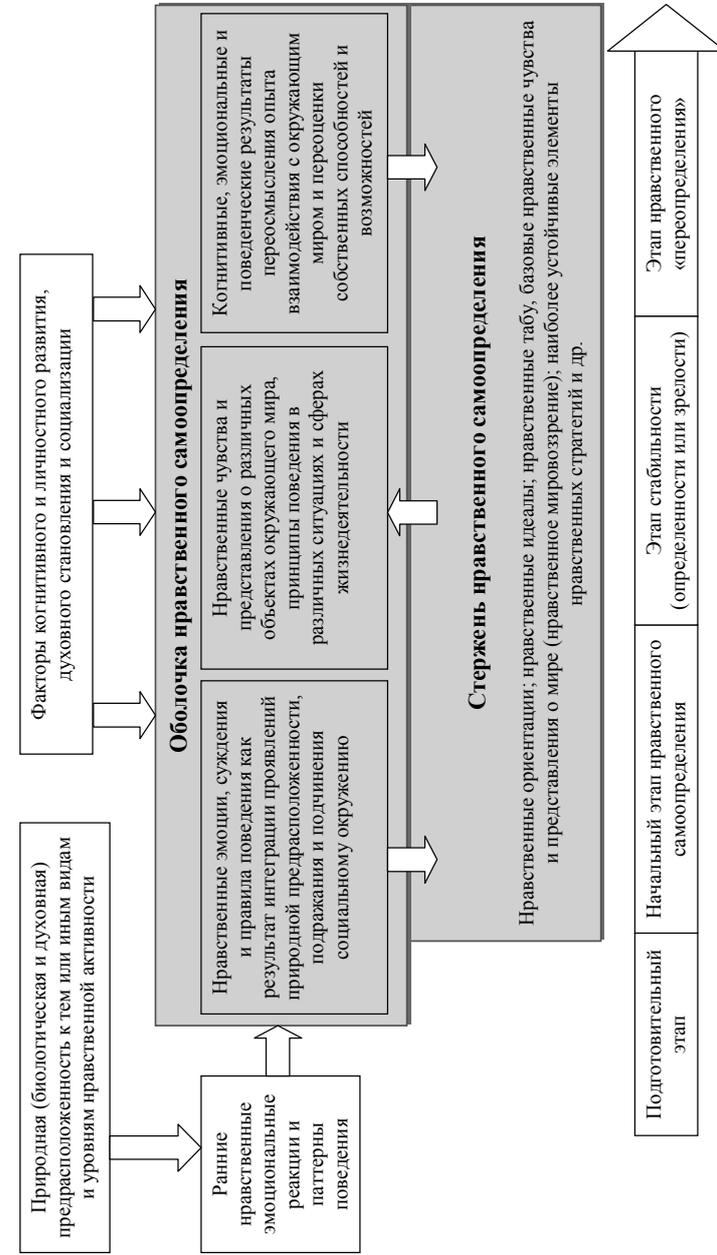


Рис. 5. Структурно-динамическая модель нравственного самоопределения (Купрейченко, 2013)

над структурой самоопределения. Сложную задачу представляет установление родо-видовых и иерархических связей различных видов самоопределения. Можно выделить некоторые *виды самоопределения*, которые являются базовыми или более общими по отношению к другим. Таковыми мы считаем *духовное* и *витальное* самоопределение. Нравственное самоопределение понимается нами как составная часть этих видов самоопределения. На нравственном самоопределении, так же как и на других составляющих духовного и витального самоопределения, выстраиваются более частные виды самоопределения в различных сферах жизнедеятельности личности и общества: социальное, политическое, профессиональное, экономическое. На основе базовых нравственных эталонов и идеалов формируются нравственные оценки самих отдельных сфер жизнедеятельности, а также отношения нравственности (оценки, эмоции и готовность в нравственном поведении), связанные с отдельными объектами и явлениями этих сфер.

2. Нравственное самоопределение от других его видов отличают следующие особенности: 1) особая значимость отдельных структурных компонентов самоопределения, например, первостепенная значимость эталонов и идеалов; 2) отчетливая выраженность уровневого строения; 3) особая устойчивость «стержня» и высокая мобильность «оболочки»; 4) наличие мощных внутренних регуляторов – совести и стыда; 5) особая роль по отношению к другим видам самоопределения – нравственное самоопределение выступает основой и неотъемлемой частью большинства других видов; 6) многоаспектность и многосегментность нравственного самоопределения.
3. *Нравственное самоопределение* понимается нами как процесс ориентации личности в системе нравственных идеалов и ценностей, среди людей и социальных групп, являющихся их носителями, а также как осознанный процесс поиска, выбора и создания личностью собственных нравственных эталонов и идеалов, а затем на их основе принципов, ценностей, норм, правил и т. п. Создание нравственных эталонов и идеалов может осуществляться в разных формах, дифференциация которых определяется по степени представленности в этом процессе внешней и внутренней детерминации. Когда мы имеем в виду внешнюю обусловленность, то чаще называем это формированием, обучением, воспитанием, когда же речь идет о преобладании внутрен-

ней детерминации, то это обозначается как творение, созидание, конструирование.

4. Предложены авторские модели содержания и структуры нравственного самоопределения, а также рассмотрено применение некоторых ранее созданных моделей к нравственному самоопределению. *4-сегментная модель* включает: самоопределение в отношении морали и нравственности как части общественного сознания и социального института; самоопределение в отношении объектов и явлений окружающего мира и бытия субъекта; самоопределение в отношении других людей, групп и общества в целом с точки зрения нравственности; самоопределение в отношении к самому себе как субъекту отношений нравственности. Приложение *уровневой модели* к нравственному самоопределению позволяет в качестве основных элементов «ценностно-нравственного стержня» назвать нравственные ориентации, эталоны, идеалы и антиидеалы, базовые нравственные чувства и представления (нравственное мировоззрение), наиболее устойчивые элементы нравственных стратегий и т. д. «Оболочку» же нравственного самоопределения составляют нравственные чувства по отношению к различным объектам окружающего мира и представления о них, нравственные принципы, нормы и правила поведения в различных ситуациях и с различными категориями людей и т. д.
5. В ходе теоретического анализа с опорой на данные эмпирического исследования нами разработана *структурно-динамическая модель* нравственного самоопределения. Согласно этой модели, элементы нравственного самоопределения имеют разную природу (могут быть биологически, духовно, социально или утилитарно обусловлены). Кроме того, они выполняют различные функции в ходе жизнедеятельности. Наконец, элементы нравственного самоопределения различаются по своей значимости и степени влияния на другие его составляющие. Процесс нравственного самоопределения на протяжении жизни субъекта проходит несколько этапов, характеризующихся изменением содержания нравственного самоопределения и его детерминации – элементы, сформировавшиеся на предыдущем этапе под влиянием других, на следующей стадии сами становятся детерминантами. В процессе нравственного самоопределения могут быть выделены подготовительный этап, начальный этап (этап первичного самоопределения), этап стабильности (определенности или зрелости) и этап переопределения.

ГЛАВА 4

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ДЕТЕРМИНАЦИИ НРАВСТВЕННОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ

Социальная детерминация нравственного самоопределения

Анализ исследований нравственного и безнравственного поведения позволяет выявить значительную совокупность социальных и демографических факторов. Так, к источникам изменчивости уровня насилия в обществе относят пол, возраст, материальный и социальный статус, семейное положение, наличие или отсутствие детей, соотношение мужчин и женщин среди населения, распространенность полигамии, размеры групп населения, экологические факторы (Хаузер, 2008). Социальными факторами развития нравственной надежности личности, по мнению Е. Ю. Стрижова, являются «стабильность или спонтанность социально-экономического состояния общества, ясность или неопределенность господствующей в обществе идеологии, уровень моральной зрелости общества и доминирующие в нем этические ценности» (Стрижов, 2009, с. 45). Д. И. Дубровский отмечает, что под влиянием условий жизни баланс эгоизма и альтруизма в обществе меняется: природные катастрофы, войны, революции, внутренние раздоры резко снижают число альтруистичных индивидов, однако со временем баланс восстанавливается (Дубровский, 2009). Также немаловажно влияние господствующей идеологии и моральных установок, распространенных в обществе (Попов, Голубева, Устин, 2008).

Важную роль в формировании нравственности играет влияние социального окружения. У ребенка осознанность моральных норм прямо зависит от способности родителей объяснять их (Hoffman, 2000; Turiel, 1998), и обратно – от нравственного релятивизма родителей. Условием внутренней мотивации обоснования морального решения у ребенка является оптимальный контакт и партнерские отношения с матерью, внимание матери к его мнению. Неустойчи-

вость позитивного выбора в ситуации морального конфликта связана у ребенка с недостаточной коммуникативной активностью отца. Развитию нравственного сознания ребенка препятствует неразвитость родительских чувств, супружеские конфликты, личностные проблемы родителей, фобия утраты (Шатров, 2006). А. А. Хвостов отмечает, что моральное сознание детей не столько близко к родительскому, сколько не имеет кардинальных отличий от последнего. Он указывает на большое значение социально-экономических факторов семьи для морального сознания ребенка: у детей, чьи родители оценивают свое социальное положение как неблагоприятное, более выражена гуманистическая ориентация с преобладанием ценностей доброты, сострадания, милосердия; дети, чьи родители имеют низкий материальный доход, отличаются неприятием принципа «цель оправдывает средства» (Хвостов, 2005). Таким образом, значимое окружение играет большую роль в нравственном самоопределении ребенка.

В качестве этапов жизненного самоопределения (более общего по отношению к частному виду нравственного самоопределения) упоминаются такие жизненные события, как «завершение учебы, стабилизация социального положения, вступление в брак, рождение первого ребенка» (Гинзбург, 1996, с. 11). Необходимо рассмотреть *периоды, этапы, характерные для них особенности и факторы в нравственном развитии и становлении* индивида в течение всей жизни. В известной нам литературе не приводится единая периодизация нравственного самоопределения, охватывающая весь период от рождения до смерти, поэтому ниже будут представлены периодизации разных авторов, охватывающие разные временные отрезки жизни человека. В научном сообществе существуют дискуссии относительно возраста ребенка, начиная с которого можно говорить о наличии у него понимания морали. Так, А. Блази в отличие от Ж. Каган, Р. Н. Эмд, Г. Кочанска полагает, что действия, совершаемые 2–3 летними детьми, не могут быть квалифицированы как моральные (Blasi, 2005). Ж. Пиаже исследовал моральное развитие ребенка начиная с 4-летнего возраста. Он выделял два типа морали, последовательно сменяющих друг друга. До 7–8 лет наблюдается нравственная гетерономия – слепое подчинение правилам, считающимся фиксированными и абсолютными, установленными взрослыми или Богом; нравственные суждения ребенка основаны на последствиях, величине ущерба от поступка. Затем начинается переходный период от одного типа морали к другому (до 11 лет), раз-

вивается эгалитаризм, уменьшается убежденность в имманентности правосудия. С 11–12 лет чисто эгалитарная справедливость смягчается справедливостью высшего типа, учитывающей специфику ситуации. Процесс перехода завершается нравственной автономией (правила рассматриваются как изобретения людей, созданные равноправными участниками ради сотрудничества и подлежащие изменению при условии всеобщего согласия; нравственные суждения основаны на намерениях, мотивах поступка) (Piaget, 1965). Е. В. Субботский выяснил, что дети дошкольного возраста и первоклассники утверждают, что знать моральные нормы и соблюдать их – одно и то же, в то время как более половины детей в возрасте 10–15 лет считают, что знание нравственных норм не гарантирует их выполнения (Субботский, 1986). С возрастом все большую важность приобретает необходимость внутреннего принятия норм для применения их в повседневной жизни (Субботский, 1986).

Р. В. Овчарова и Н. В. Мельникова, подробно изучив динамику развития нравственной сферы личности (НСЛ) в дошкольном возрасте, отмечают, что 4-летнему возрасту соответствует внеморальный уровень НСЛ, 5-летнему – доморальный уровень НСЛ, 6-летнему – конвенциональный уровень НСЛ, 7-летнему – автономный уровень НСЛ (Овчарова, Мельникова, 2008). Л. Колберг (Kohlberg, 1963) выделял шесть стадий развития моральных суждений, соответствующих трем принципиально разным уровням: 1) послушание и ориентация на наказание (преобладает в возрасте до 7 лет); 2) индивидуализм и обмен (в возрасте от 7 до 10 лет становится преобладающей наряду с предыдущей стадией); 3) хорошие межличностные отношения (в возрасте от 10 до 13 лет становится преобладающей наряду со следующей стадией); 4) сохранение социального порядка (в возрасте от 13 до 16 лет становится преобладающей наряду с предыдущей стадией, а ее безоговорочное доминирование можно обнаружить только после 20–30 лет); 5) социальный контракт и индивидуальные права (появляется только в середине третьего десятилетия жизни, никогда не становится явно преобладающей); 6) универсальные принципы (встречается крайне редко, не имеет четких эмпирических подтверждений, остается на теоретическом уровне – Анцыферова, 1999; Берк, 2006).

В свою очередь, Н. Д. Зотов полагает, что способность к самоопределению в отношении моральных требований формируется в 17–19 лет (Зотов, 1984). А. А. Хвостов также обозначил переломные моменты в нравственном развитии индивида. По результатам его

исследования, возрастные группы разбиваются на две обособленные части. Первую образуют школьники (15–16 лет), студенты (20–22 года) и молодежь (25–35 лет). Вторую – возрастные группы от 35 до 45, и от 45 до 60 лет. В первой группе студенты и молодежь практически идентичны, различие между ними в целом, по совокупности всех учитываемых дескрипторов минимально. Однако школьники от них в моральном сознании отличаются, хотя и не так значительно, как старшие возрастные группы. Таким образом, по мнению исследователя, критический период в развитии морального сознания приходится на возраст от 12 до 14 лет. Зрелости моральных суждений обычно достигают к 16–20 годам, но «молодость» морального сознания заканчивается скорее к 35 годам, чем к 45. Соответственно, вторая часть выборки исследования определялась как носитель «зрелости» морального сознания. Исследователь отмечает, что более точные данные относительно близости возрастных групп и определения границы моральной «молодости» требуют более дробного деления на возрастные категории (что и было сделано в нашем исследовании: возрастная группа 24–35 лет разбита на 2 подгруппы (24–29 лет и 30–35 лет), между которыми обнаружены различия, подробно см. в главе 7). Также было обнаружено, что чисто возрастные тенденции пожилого возраста (после 60 лет) не особенно выражены. Более очевидно изменение моральных принципов, способов решения моральных конфликтов, особенно эмоциональной сферы в зависимости от фактора занятости. Неработающие пенсионеры скорее отличаются от остальных потребностью в оценке их окружающими, но менее настроены на познание, как интеллектуальное, так и эстетическое. Они же явно за принцип талиона. Работающие пенсионеры в ряде случаев в большей степени, чем лица среднего возраста, склоняются к некоторым сомнительным действиям ради достижения цели (Хвостов, 2005).

Т. Н. Сахарова, рассматривая нравственную сферу личности в пожилом возрасте в русле акмеологического подхода, определяет потенциал этого этапа развития в обретении особого морального ресурса жизнедеятельности взамен утрачиваемого физического и энергетического, что открывает перспективу достижения высших форм личностной самореализации – духовной целостности. Содержание и ценность этого периода жизни связаны с уровнем нравственного развития и степенью социально-психологической зрелости личности. В ее исследовании были установлены следующие особенности эмоционально-нравственной сферы людей пожи-

лого возраста: стремление к защищенности, ценность порядочности и добра, выраженная альтруистическая направленность наряду с невысокой терпимостью, индивидуализмом и жесткие принципы в отношении с другими. Неработающие пожилые респонденты отличались от работающих в основном тем, что в решении моральных конфликтов проявили большее стремление к справедливости, большую боязливость по отношению к внешним угрозам и нарушению норм, а также меньшую конформность и доверие к закону. По оценкам моральных принципов неработающим пожилым людям свойственно большее ожесточение нравственной позиции, что проявилось в признании принципа талиона, а также приоритета силы перед добром, допущении бесцеремонного обращения, в неверии и разочаровании в ценности морали как таковой, которая не ведет к счастью и правде. У работающих пожилых людей более выражена альтруистическая направленность. Людям преклонного возраста (от 69 до 78 лет) свойствен большой конформизм и принципиальность в решении моральных конфликтов, чем пожилым (от 62 до 68 лет), вместе с тем их моральные принципы отличаются большей противоречивостью, отмечается невысокая ценность морали и признание принципа талиона, снижение альтруистической направленности, но вместе с тем совесть, признание добра (Сахарова, 2004).

В межпоколенном сравнении, проведенном в исследовании Г. Наннер-Винклер, было выявлено, что для респондентов в возрасте 40–50 лет моральной регуляции (на осознанном уровне) подлежат сфера сексуального поведения (нарушения в других сферах человеческой активности, которые по современным понятиям как раз и подлежат моральному рассмотрению, хотя и осуждались ими, но не признавались подлежащими моральной регуляции), в то время как респонденты в возрасте 20–30 лет часто отказывались оперировать моральными категориями из-за такой трактовки моральной регуляции, хотя в действительности демонстрировали приверженность нормам, а респонденты в возрасте 65–85 лет избегали проявления собственной моральной позиции (осуждали и призывали к терпимому отношению одновременно, что свидетельствует, по мнению исследователя, о попытке примирения с происходящими изменениями в понимании морального) (Nunner-Winkler, 2005).

Уровень нравственного развития не прямо обусловлен возрастом индивида (развитие осуществляется в течение всего жизненного пути личности (Николаичев, 1976; Токарева, 1991), большое значение

имеет *степень достигнутой интеллектуальной, профессиональной, экономической, гражданской, эмоциональной, нравственной, социально-психологической и др. зрелости* (исследование соотношения между когнитивным и моральным развитием, проведенное Прингл и Гуч (Licopa, 1976), показало, что у детей в возрасте 11–15 лет решение экспериментальных задач зависит от психического, а не хронологического возраста) и то, какие нормативные и ненормативные жизненные события произошли с данным индивидом к определенному, интересующему исследователя возрасту. То же можно сказать и о наиболее изученном виде самоопределения – профессиональном. Существуют большие индивидуальные различия в сроках социального взросления, возрастных границах периодов профессионального самоопределения. «Одни определяются с выбором профессии еще до окончания школы, к другим зрелость профессионального выбора приходит лишь к 30 годам, а некоторые продолжают менять профессии в течение всей жизни» (Басхаева, 2005, с. 18). К ключевым событиям периода зрелости принято относить выбор профессионального пути, вступление в брак, рождение детей, достижение определенного социального статуса и др. (Психология человека от рождения до смерти, 2002).

Любая профессиональная деятельность определенным образом влияет на направленность личности и психические функции, включенные в данную деятельность, на установки, интересы, поведение, систему отношений, образ жизни (Борисова, 1981; Деркач, Зазыкин, Синягин, 1990; Психологическое обеспечение профессиональной деятельности, 1991). Е. А. Климов указывает, что типичная профессиональная деятельность влияет на формирование образа мира у человека (Климов, 1995а, Климов, 1995б). Известно, что исполнение профессиональной роли может приводить к отрицательным (в том числе и в моральном плане) изменениям личности, например, к развитию эмоциональной черствости (у медперсонала), поучающего или повелительно-приказного тона (у преподавателей и начальников соответственно) (Попов, Голубева, Устин, 2008). Профессиональная деятельность может способствовать достижению моральной зрелости, если она требует от индивида принятия на себя моральной ответственности за свое поведение и поведение других. Иногда только значительное накопление опыта такой ответственности ведет к наступлению моральной зрелости. Так, например, в отличие от врачей юристы только после 40 лет демонстрируют суждения, соответствующие пятой стадии по Л. Колбергу

(Анцыферова, 1999). Таким образом, профессионализация оказывает влияние на личность: она может привести как к ее росту, так и к деформации, выступая самым важным фактором саморазвития, определяющим его динамику и направленность (Битянова, 1998; Калашникова, 2004). К ненормативным относятся события, случившиеся неожиданно: смерть близкого человека, потеря работы и т. п. Часто они побуждают индивида к поступкам, могущим коренным образом изменить его последующую жизнь. В период ранней зрелости (20–40 лет) готовность к вступлению в брак обуславливается сформированной способностью к установлению близких доверительных отношений, потребностью в проявлении по отношению к кому-то заботы и ответственности (Психология человека от рождения до смерти, 2002). Г. Лейбови-Виф считает критериями когнитивной зрелости взрослых обязательность и ответственность (Labouvie-Vief, 1984). Для данного возрастного периода характерно продолжение начатой в более раннем возрасте самоактуализации без учета последствий для себя и других. В период средней зрелости (40–60 лет) самоактуализация осуществляется уже в пределах нравственных норм. Однако если такой переход не произошел и присутствует ощущение нереализованности своих возможностей, может наблюдаться деятельность, противоречащая социальным и даже личностным нормам. В этот период жизни важной потребностью является поддержка отношений между членами семьи. Отсутствие такой потребности по каким-либо причинам отражается на межличностных отношениях (не только внутрисемейных): такой человек не проявляет заботы ни о ком, кроме себя. Хейвигхерст одной из жизненных задач данного возрастного периода считал достижение зрелой гражданской и социальной ответственности (см.: Психология человека от рождения до смерти, 2002, с. 519). В период поздней зрелости (после 60 лет) наблюдается тенденция к уменьшению чуткости, погружению в себя. По критерию ориентации на ценности добра, справедливости, истины выделяют два типа старения людей: 1) самореализация путем утверждения нравственных ценностей; 2) недостижение высокого уровня нравственного развития, частое преступление нравственных норм в своих поступках (Психология человека от рождения до смерти, 2002).

Степень зрелости является важным показателем нравственного самоопределения, поскольку, по убеждению многих исследователей, зрелый субъект действует во имя общества. Решающая роль в формировании зрелого субъекта принадлежит, по мнению В. М. Русалова,

ва, социальным, политическим, нравственным, духовным факторам общества, в котором живет и развивается человек. Этим он объясняет широкий временной диапазон, в котором возможно обнаружить наступление зрелости – от 35 лет и до самой смерти. При отсутствии адекватных социальных условий зрелость субъекта может не наступить вовсе: согласно концепции А. Маслоу, самоактуализации (ее В. М. Русалов считает сопоставимой с субъектностью) достигает лишь тот, чьи биологические потребности удовлетворены, у кого есть жилье, работа, семья, уважение (Русалов, 2007 с. 36–37). Личный смысл жизни и система ценностей, самоотношений, самооценок созревают по мере того, как индивид убеждается в их личной эффективности. Они могут меняться и усложняться в течение всей жизни. Нравственные свойства – это субъектные свойства, поэтому все сказанное про субъектную зрелость относится и к ним (Русалов, 2007, с. 40, 44). Важно также помнить, что период зрелости неоднороден (Марцинковская, 2007).

Среди других видов зрелости В. А. Кольцова отмечает недостаточную изученность нравственно-духовной зрелости, представляющей важный аспект личностного становления человека. В. В. Зеньковский характеризовал этот вид зрелости как обретение чувства ответственности перед другими, устойчивой ориентации поступков на высшие ценности, идеалы добра, правды, справедливости (Кольцова, 2007, с. 125).

Таким образом, научная картина нравственного развития молодого (да и зрелого тоже) субъекта пока весьма расплывчата. В этом периоде жизни большее значение для характеристики его состояния имеют нормативные и ненормативные жизненные события, чем возраст, поэтому в нашем исследовании предполагается учет этих факторов нравственного самоопределения.

Личностная детерминация нравственного самоопределения

В работах С. Л. Рубинштейна дано прямое указание на механизмы самоопределения. Это становление человека как субъекта развития посредством выработки собственного обобщенного отношения к миру и к себе в мире (см.: Гинзбург, 1996, с. 14). *Активность личности* является важным условием самоопределения, по мнению большинства современных авторов (Иванушкина, 1998; Калашникова, 2004). Е. П. Авдеевская и Т. А. Араканцева основным условием самоопределения считают *способность самостоятельно вырабаты-*

вать моральные принципы и руководствоваться ими в поведении. Результатом развития способности к самоопределению является сформированная высшая духовная ценность человека (см.: Овчинникова, 2004).

В концепции Р. Райана и Э. Деси самодетерминацией называется способность выбирать и иметь выбор. Данное понятие дает возможность учитывать как собственный внутренний выбор человека, так и объективно существующие ограничения для свободы выбора. Самодетерминация включает управление своей средой или своими действиями, направленными на результат, но может также включать и отказ от контроля (Ryan, Deci, 2000). Э. Деси считает, что самодетерминация является не только способностью, но также и потребностью человека (Deci, 1980).

А. В. Мудрик рассматривает в качестве механизма самоопределения идентификацию/обособление (Мудрик, 1977). Соответственно, В. Ф. Сафин и Г. П. Ников также упоминают два механизма самоопределения личности: 1) идентификацию и персонификацию (обслуживает поведенческий аспект самоопределения); 2) самооценку (обслуживает когнитивный аспект самоопределения) (Сафин, Ников, 1984).

Различными авторами выявлен еще ряд личностных детерминант нравственного сознания. К числу факторов склонности к добру/злу Л. М. Попов и др. относят силу воли, ответственность, объективность, эмпатию, доверчивость, агрессивность, смелость, эмоциональную неустойчивость (Попов, Кашин, Страшинова, 2000). В исследовании О. И. Мантониной выявлена взаимосвязь нравственно-этического компонента личности с потребностью в общении, локусом контроля, регулятивно-волевыми параметрами, направленностью на себя, на дело. Связь нравственно-этических характеристик с эмоциональными – отрицательная (Мантонина, 1998). М. И. Воловикова и Т. А. Ребеко, анализируя данные исследований морального развития в русле когнитивной психологии, делают вывод, что высокая стадия морального развития невозможна без достижения определенной стадии когнитивного развития. Их собственное исследование показало, что «отставание в развитии интеллектуальной сферы может приводить как к снятию моральной проблемы, так и к низкому уровню ее интеллектуального осознания» (Воловикова, Ребеко, 1990, с. 85).

Л. В. Темнова в своем исследовании выделила следующие факторы оценки правильности поведения участников ситуации: 1) сте-

пень проанализированности содержания ситуации; 2) нравственная позиция по отношению к предлагаемым ситуациям; 3) уровень социальной активности; 4) характерологические особенности, влияющие на линию поведения в конфликтных ситуациях; 5) степень эмпатии по отношению к участнику ситуации; 6) степень обобщения человеческих взаимоотношений в сходных жизненных обстоятельствах (Темнова, 1991, с. 143).

Мнение исследователей о том, что способность к сопереживанию лежит в основе просоциальных поступков человека, является достаточно согласованным (Haidt, 2001; Krevans, Gibbs, 1996; Trivers, 1971). Механизмом нравственной регуляции поведения, опосредующим усвоение норм взаимоотношений, исследователи считают эмоциональное отношение к людям (Овчарова, Мельникова, 2008, с. 148). «Закрепляясь в стереотипах поведения, сочетаясь с принципами мировоззрения, нравственные чувства входят в моральные качества личности. Они позволяют личности не только понять мотивы другого человека, но и сопереживать их эмоционально. Нравственные чувства вызывают идентификацию с другой личностью, ее радостями и страданиями» (Титаренко, 1974, с. 244). Одна из основ безнравственности, по мнению Д. В. Колесова, – отсутствие эмпатии, способности поставить себя на место другого (Колесов, 2003). «Подлинно нравственным поведение является только тогда, когда индивиду больно причинить боль другому, а не тогда, когда он просто знает, что этого делать нельзя» (Бондырева, Колесов, 2007, с. 122). Нравственное отношение к другим людям обеспечивается знанием о чужих переживаниях и способностью к сопереживанию (Илюшин, 1980).

Эмоции и чувства являются основой нравственного развития личности (Корниенко, 1997). Р. Д. Хаэр, исследуя психопатов, отмечает, что осознания законов общества и разницы между добром и злом недостаточно, чтобы удерживать их от антисоциального поступка, так как у них отсутствуют необходимые эмоции, чувство вины и сожаление, лежащие в основе совести, их переживания страха, могущего тормозить нежелательное поведение, весьма поверхностны (Хаэр, 2007). Н. Д. Зотов отмечает, что во многих ситуациях средством нравственного самоопределения служит способность к состраданию (Зотов, 1981). Эмпатия как феномен межличностного контакта, регулирует взаимоотношения и характеризует нравственные качества личности (Обозов, 1979). «Многokrратно повторяющееся состояние эмоциональной эмпатии в форме сочувствия или сопереживания

может стать свойством личности, характеризую нравственное ядро человека» (Обозов, 1979, с. 133). Н. Эйзенберг интерпретирует плач новорожденных в ответ на крик других младенцев как врожденную готовность к «элементарной форме сочувствия» (Eisenberg, Losoya, Spinrad, 2003), т. е. эмпатия является механизмом, эмоционально способствующим моральным поступкам. *Эмоционально компетентные* люди, по данным Д. Гоулмена, отличаются преданностью, ответственностью, способностью к сочувствию и смотрят на все с этической точки зрения (Гоулмен, 2002). М. Хаузер рассматривает отвращение как эмоцию, противодействующую совершению аморальных поступков. В отсутствие такой реакции индивид мог бы совершить действия, имеющие негативные последствия для репродуктивного успеха и, соответственно, выживания (Хаузер, 2008).

Д. Гоулман утверждает, что альтруистические проявления невозможны без эмпатии и способности идентифицировать эмоции других людей. Также он отмечает, что подверженность своим внутренним порывам, т. е., по сути, отсутствие самоконтроля, характеризуется нарушением принципов морали (Гоулман, 2008). Таким образом, в связи с нравственным самоопределением личности недостаточно рассматривать только способность к сопереживанию, необходим учет всех компонентов эмоционального интеллекта: и понимания чужих эмоций, и способности контролировать свои эмоции и т. д.

Особая роль в детерминации нравственного сознания принадлежит волевым качествам и саморегуляции. Существует взаимосвязь между волевыми и моральными качествами. Не только нравственные качества способствуют проявлению силы воли, но и проявление силы воли обеспечивает нравственное поведение. Однако сама по себе сила воли не делает поведение нравственным (или безнравственным). Нравственной оценке в волевом поведении подлежит его мотив, а не проявление волевого усилия (Ильин, 2009).

Л. Е. Берк отмечала, что изучение нравственного суждения показывает следующее: «сталкиваясь с нравственной проблемой, люди думают о том, что они должны делать и почему. Но хороших намерений часто бывает недостаточно. Тот факт, действуют ли дети и взрослые в соответствии со своими убеждениями, частично зависит от тех качеств, которые мы называем силой воли, твердыми намерениями, или, говоря более простым языком, самоконтролем. Самоконтроль в нравственной области заключается в подавлении побуждения вести себя, нарушая нравственную норму. Иногда это

называется сопротивлением искушению» (Берк, 2006, с. 799). Уже в начальной школе самоконтроль трансформируется в нравственное саморегулирование (Bandura, 1991) («умение следить за своим поведением, постоянно регулируя его, так как обстоятельства предоставляют возможности нарушать внутренние нормы» – Берк, 2006, с. 802). *Нравственная саморегуляция* продолжает совершенствоваться до 20 лет (Берк, 2006).

Другие специалисты выделяют следующие морально-волевые качества: самостоятельность (инициативность, предприимчивость), дисциплинированность, организованность, старательность (усердие), энергичность, героизм, мужество, самоотверженность, принципиальность. Предприимчивость в моральном плане характеризуется социальной смелостью, отсутствием боязни взять на себя ответственность. Различают внутреннюю дисциплину (самодисциплину), дисциплину по принуждению и из соображений выгоды (послушание). Внутренняя дисциплина предполагает интериоризацию норм, регулирующих поведение людей, формирование чувства ответственности, долга. Такая дисциплина не требует принудительных мер и внешних санкций, она основана на убеждении в том, что необходимо поступать определенным образом. Вследствие этого присутствует потребность следовать нормам поведения. Несоблюдение норм поведения в этом случае вызывает угрызения совести, чувство вины, потерю самоуважения. Дисциплина по принуждению и из соображений выгоды опирается на внешние санкции (положительные или отрицательные). Соблюдение норм осуществляется в расчете на вознаграждение или избежание наказания (Ильин, 2009). Мужество определяется как моральное качество, характеризующее поведение и моральный облик человека, которому присущи смелость, стойкость, выдержка, самообладание, самоотверженность, чувство собственного достоинства (Ильин, 2009, с. 204). Самоотверженность определяется как моральное качество, характеризующееся такими действиями, которые представляют собой акт самопожертвования – добровольного принесения в жертву своих интересов, а иногда даже жизни, ради интересов других людей (Ильин, 2009, с. 205).

Л. И. Божович с волевой организацией личности связывала наличие у человека целостного мировоззрения и стойких убеждений (Ильин, 2009). Д. В. Колесов отмечает, что при слабости волевого начала нравственная регуляция неполноценна, так как остается на уровне знания норм морали и самые благие побуждения остаются нереализованными (Колесов, 2000). Чтобы нравственные нор-

мы были приняты и стали требованиями индивида к самому себе, необходимо участие воли (Бондырева, Колесов, 2008; Дубровский, 2009). Моральное воспитание вне волевой деятельности приводит, по мнению Е. П. Ильина, к формированию декларативной нравственности. Представления о нравственности не выражаются в соответствующей волевой деятельности. Первые попытки осуществления нравственных принципов требуют проявления силы воли. Дети становятся нравственными через проявление волевого усилия, а не волевыми через использование нравственных принципов. Потом, когда нравственное поведение станет привычкой, оно само будет облегчать совершение волевых поступков (Ильин, 2009, с. 246).

Таким образом, эмоции и воля являются обязательными компонентами саморегуляции поведения. Часто они действуют как антагонисты. В некоторых случаях возникающие эмоции оказывают на поведение дезорганизующее влияние, тогда воля выступает в роли регулятора, компенсируя последствия возникшей эмоции. В других случаях эмоции стимулируют деятельность и проявление волевого усилия не нужно (Ильин, 2009).

Многие авторы (Осницкий, 1992; Степанский и др., 1987) отмечают важную роль *саморегуляции* в реализации самоопределения. Некоторые авторы (Пряжников, 1996) даже включают саморегуляцию в содержание феномена самоопределения. В понимании А. Л. Журавлева и А. Б. Купрейченко процессуальный компонент самоопределения включает наиболее общие, устойчивые элементы саморегуляции (Журавлев, Купрейченко, 2007). Процесс самоопределения может быть успешен только в том случае, если сложилась развитая функциональная структура процесса саморегуляции (Моросанова, Аронова, 2007). В работе О. В. Овчинниковой (Овчинникова, 2004) саморегуляция выступает одной из составляющих «опыта регуляторных умений» личности, являющегося определяющим основанием внутренней деятельности выбора в ситуации самоопределения. К саморегуляции как психологическому явлению в общем виде относятся процессы инициации и выдвижения субъектом целей активности, а также управление достижением этих целей (Моросанова, 2007). В. И. Моросанова рассматривает становление осознанной саморегуляции как стадию зрелой субъектности, позволяющей человеку быть субъектом своего жизненного пути и саморазвития и *использовать в качестве регуляторов нравственные нормы, ценности и другие содержания самосознания* (Моросанова, Аронова, 2007). Известны исследования особенностей саморегуляции в процессе

профессионального самоопределения (Г. С. Никифоров, О. К. Осницкий) (см.: Наумова, 2005, с. 7).

Личность совмещает в себе позицию субъекта и объекта регуляции поведения. При саморегуляции поведения необходимо прилагать волевые усилия, умение владеть собой, способность сдерживать себя от неразумных действий, проявлять нравственно-волевые качества. Предпосылками моральной саморегуляции является способность заранее представлять свое будущее. С. Г. Якобсон выделяет следующие типы регуляции поведения: 1) *эгоцентрический*; 2) *социоцентрический* (направленность на удовлетворение потребностей, защиту интересов других людей, предпочтение цели социальных групп); 3) *альтруистический* (отказ от собственных целей ради выполнения чужих); 4) *когнитивно-аффективный* (оценочная составляющая – «Я-концепция», оценка представлений о себе и переживание результатов деятельности, лежащих в основе отношения к себе) (Якобсон, 1984).

Л. И. Анцыферова отмечает, что «успех поведения зависит от того, насколько умело и тонко человек интерпретирует конфликтную моральную ситуацию, насколько он сензитивен к существенным ее особенностям, насколько адекватным оказывается план его действий» (Анцыферова, 1999, с. 10). Особенно актуальной научной проблемой она считает вопрос о воздействии вынужденного внешними обстоятельствами высокоморального поведения на развитие морального сознания (происходит трансформация такого поведения в принцип отношения к миру) (Анцыферова, 1999).

Исследования, проведенные Д. Хартом и С. Фегли, А. Колби и В. Дамоном, показали, что на нравственное поведение подростков и взрослых влияет моральная самоотнесенность, та степень, в которой нравственность является ведущей в Я-концепции (в их самоописаниях основное внимание уделяется нравственным чертам и целям) (Берк, 2006; Colby, Damon, 1992).

Спектр изученных исследователями личностных детерминант различных видов самоопределения довольно широк. Так, процесс профессионального самоопределения обусловлен, по мнению П. А. Шавира, склонностями, способностями, самооценкой, уровнем притязаний, идеалами, ценностными ориентациями, эмоциональными установками, уровнем развития волевых качеств (см.: Зуева, 2000, с. 45). Л. А. Наумова показала, что «наиболее значимое влияние на результат профессионального самоопределения оказывают установки, описывающие степень личностно-профессиональной

зрелости субъектов и их готовность к рациональной саморегуляции в профессиональном развитии» (Наумова, 2005, с. 16). С. О. Зуева утверждает, что «ценностные ориентации являются важным звеном профессионального самоопределения старшеклассников, определяющим соответствие личности учащегося потенциальному субъекту профессиональной деятельности» (Зуева, 2000, с. 7).

И. И. Басхаева пишет о влиянии особенностей темперамента и характера, об уровне подготовки, состоянии здоровья, информированности о мире профессий, социальных характеристиках (образовательный уровень родителей, социальное окружение и др.) как детерминантах профессионального самоопределения (Басхаева, 2005). Таким образом, и субъективные, и объективные детерминанты профессионального самоопределения проанализированы довольно подробно, чего нельзя сказать о других видах самоопределения личности. Однако мы предполагаем, что большая их часть выступает также детерминантами нравственного самоопределения.

Типологический подход к анализу нравственного сознания и самоопределения личности

Типологический подход, как было отмечено выше, является перспективным направлением изучения нравственного самоопределения. В целом деление, или распределение, на группы воплощается в двух формах – классификация и типологизация. Первая форма – классификация – предполагает оперирование жесткими понятиями, соблюдение определенных требований: одно основание, соразмерность (исчерпываемость), взаимоисключаемость членов деления, непрерывность (Ивин, 1994). Подобный подход используется в работе В. Н. Левиной, которая выделяет типы на основе двух показателей – локуса контроля и самооценки. Она описывает *деморализованную личность*, которой свойственна заниженная самооценка и внешний локус контроля. Также выделяется *личность приспособленца* с завышенной самооценкой и внешним локусом контроля. Этот тип нормативен, ориентируется на внешнее одобрение, исходит из прагматических соображений. Возможен и *индивидуалистический* тип личности с внутренним локусом контроля и завышенной самооценкой. Он критичен к нравственным ценностям в силу собственных эгоистических устремлений. Возможны и другие типы, в том числе с адекватной самооценкой (Левина, 1988).

В свою очередь, Д. Райт строит классификацию социального влияния на основе расположения индивида на двух перпендикулярных осях: доминирование влияния взрослых или сверстников; второе измерение одномерно – это степень интернализации социального влияния. Соответственно, возможен *аморальный* тип, который не социализирован и находится в равной степени под влиянием взрослых и сверстников, умеет казаться моральным и использовать преданность и честность других, не будучи таковым сам, его истинное лицо известно только ближайшему окружению. *Автономный альтруист*, также находящийся под влиянием взрослых и сверстников, но социализированный, в отличие от предыдущего типа независим от социального давления, хотя содержание его морали и предопределено другими. *Конформист* и *коллективист* находятся скорее под влиянием сверстников, а *авторитарный* и «*сознательно привязанный к правилам*» – под влиянием взрослых, при этом коллективист и «сознательно привязанный к правилам» более социализированы (Wright, 1978).

А. А. Хвостов отмечает, что при всей своей строгости такие классификации мало что дают для научного познания, так как характеристики, на которых они построены, могут быть взаимосвязаны. Типология же не обязана удовлетворять вышеуказанным строгим требованиям, она может быть неисчерпывающей и содержать пересекающиеся деления (Оссовская, 1987). Имея многомерное описание выборки, можно упорядочить составляющих ее респондентов по мере приближенности к некоторому типу. А. И. Титаренко свидетельствует о том, что «различные типы социальных отношений... вызвали к жизни и разные, *качественно-своеобразные...* структуры нравственного сознания» (Титаренко, 1974). Фактически он утверждает существование *типов структурности*. Это положение принципиально важно, поскольку оно допускает существование разных типов нравственного самосознания в разных этносах.

В научной литературе встречаются также «*интуитивные*» *типологии*, которые соответствуют интуитивным представлениям о типе личности. Примером таких типологий могут служить нижеследующие. М. Оссовская описывает «*буржуа*», для которого главное – накопительство, и «*рыцаря*», ведущим мотивом которого является сохранение собственного достоинства. Тип «буржуа» схож с протестантским идеалом М. Вебера, он осторожен, трудолюбив и профессионален, по сравнению с ним «рыцарь» – любитель, однако он все-

гда держит слово, не стремится воспользоваться слабостью другого и относится одинаково ко всем людям (Оссовская, 1987).

И. Л. Зеленкова и Е. В. Беляева также выделяют «аристократический» и «героический» типы, близкие «рыцарю», «потребительский» и «конформистский» – аналоги «буржуа». Для «конформистского» типа высшей ценностью является чувство общности с социальной средой. «Религиозный» тип приходит к нравственности не коллективно, а индивидуально, исповедует нравственность перед лицом Бога. «Аристократа» характеризует презрение к труду ради заработка, он предпочитает риск, честолюбив, для него честь и достоинство выше любых материальных благ. Источником нравственных правил для представителей этого типа является совесть. Поведение «героя» ценностно-рационально, он нетерпим к инакомыслию, фанатично предан идее, социально ориентирован вплоть до служения обществу (Зеленкова, Беляева, 1997).

На основе теоретического анализа Л. М. Поповым с соавт. был выделен целый ряд характерологических типов ориентаций личности на добро и зло в пространстве векторов «духовность–бездуховность» (или «добро – зло») и «преобразование–созерцание»: 1) Аполлон (духовный); 2) религиозный; 3) гуманист; 4) плодотворный («творец»); 5) аристократ; 6) герой (справедливый, борец); 7) любимый; 8) виноватый; 9) приспособленец (терпеливый, конформист); 10) сомневающийся; 11) нудный; 12) потерянный; 13) авторитарный; 14) тяжелый; 15) товарный; 16) потребитель; 17) скупой; 18) жадный; 19) хитрец; 20) злой, разрушитель (деструктивный); 21) интриган; 22) провокатор; 23) жестокий (см.: Попов, Голубева, Устин, 2008). Эти типы объединяются авторами в 5 подтипов (таблица 2).

Таблица 2

Типология ориентации личности на добро и зло Л. М. Попова с соавт. (графическое представление наше)

Конкретные типы	Подгруппы типов				Плодотворно-конструктивный (духовно-деятельный)
	Духовно-созерцательный	Созерцательный	Бездуховный	Деструктивный (аморально-деятельный)	
Аполлон, религиозный, аристократ, гуманист	Конформный, любимый, потерянный, нудный	Товарный, жадный, скупой, разрушитель	Провокатор, хитрец, антигерой, жестокий, интриган, авторитет		Герой

Вышеперечисленные типологии построены на основе ведущих моральных ценностей. Существует типология, в основу которой положено то, как личность достигает цели. Например, Р. С. Соломон и К. Р. Хансон выделяют следующие этические стили: 1) «привязанный к правилам» мыслит и действует на основе правил и принципов, не слишком внимателен к внешним обстоятельствам и случаям, не подходящим под известные правила; 2) «интуитивный» принимает решения на основе совести, без размышлений; 3) «эмпатичный» следует чувству симпатии и сострадания; 4) «утилитарный» взвешивает возможные последствия для себя и общества; 5) «дарвинист» нацелен на личную победу любой ценой (Solomon, Hanson, 1988).

С. Л. Рубинштейн выделял два исходных типа нравственности в зависимости от основного способа существования и отношения человека к жизни: 1) «нравственность как естественное природное состояние человека», «как неведение зла» (этот тип морали ориентирован на нормы непосредственного окружения и может быть разрушен в непривычной ситуации) и 2) нравственность на основе рефлексии, осмысления жизни (этот тип морали имеет характер общего суждения о жизни, отношения к ней, т. е. является *результатом нравственного самоопределения личности*) (Рубинштейн, 1994). Первый тип морали, по оценке Л. М. Попова с соавт., «абсолютен и всеобщ с точки зрения установок, однозначно влияющих на поведение человека в любой знакомой ситуации, но относителен и изменчив за пределами привычного жизненного круга», в то время как второй тип морали «относителен в том смысле, что учитывает особенности каждой ситуации, не имеет жестких рамок стандарта, но абсолютен в своей основе – сознательно-нравственном общем подходе к жизни» (Попов и др., 2008, с. 49). Во втором случае, «собственно, и встает проблема ответственности человека за все содеянное и упущенное» (Рубинштейн, 1994, с. 352).

Наибольший интерес представляют *эмпирические типологии* нравственного сознания. Из отечественных работ следует отметить типологию Л. В. Темновой, которая на основе характеристик решения нравственных задач выделяет три типа: *ортодоксальный* (безапелляционный, человек придерживается одного пути решения), «колеблющийся» (обсуждающий попеременно различные пути решения) и «уходящий» от решения (Темнова, 1991).

В свою очередь, С. П. Парамонова выделяет следующие типы морального сознания (приводятся некоторые): *коммунотарист* – тип морального сознания, характеризующийся приоритетом коллекти-

вистских ценностей над индивидуальными. *Прагматик* – деятельный тип, чаще всего в общественном и личном соотносится с получением непосредственной пользы (Парамонова, 1997).

Ряд эмпирических типологий имеет «привязку» к возрасту и позволяет вычленивать типы, наиболее характерные для тех или иных возрастных групп (А. А. Хвостов, Л. Э. Орбан, В. А. Токарева, А. Е. Воробьева, Т. Н. Сахарова). Кросс-культурных типологий нравственного сознания известно крайне мало (А. А. Хвостов и А. Иванова).

Типология морального сознания, полученная А. А. Хвостовым, содержит следующие типы. *Конформисты-лицемеры* отличаются только тем, что хотят производить впечатление порядочных, но не стремятся быть такими, ориентированы на взаимность. Этот тип весьма распространен среди старшеклассников, среди студентов предстативителей данного типа меньше, и они, по оценке автора, ближе к фарисейству. *Принципиальные гуманисты* к людям относятся хорошо, ценят порядочность, но сильно скованы правилами и хорошо знают, что недопустимо, испытывают затруднения с определением должного; скорее всего, довольно пассивны. *Эгоисты-дарвинисты* живут по «закону джунглей», нацелены на цель любыми средствами; целью часто является удовольствие. С возрастом «концептуализируют» свои позиции. Среди школьников это в основном юноши. У студентов этот тип менее распространен (16% против 25,5%), особенно среди юношей. *«Самоотверженная женщина»* (чисто женский тип, появляется только среди студентов) стыдлива, ориентируется на потребности других людей, для них готова на многое, вплоть до правонарушений, и весьма нацелена на результат. Автор отмечает, что данная типология весьма условна, она построена исключительно на российских (русских в большинстве) школьниках и студентах. Пока трудно сказать, сколько еще типов можно выявить в рамках одной социальной общности.

Еще труднее экстраполировать полученные данные на все времена и народы (Хвостов, 2005). Региональные и кросс-культурные исследования позволили автору выделить несколько новых типов. Одним из них стал *«ответственный товарищ»*, наиболее распространенный среди жителей Краснодарского края. Это ответственные, гуманные люди, они получают удовольствие от того, что делают добро другим, считают такое поведение залогом счастья, они также против сомнительных действий даже для достижения цели. На адыгейской выборке выделяется еще один тип, условно названный *«адыгейский мужчина»*, весьма малочисленный и состоящий только из мужчин,

все они адыгейцы. Однако он четко отличается от других типов (даже при такой малой численности значимо по многим параметрам), и игнорировать его нельзя. Он ближе всего к описанным выше дарвинистам. В целом люди, входящие в этот тип, за нравственное поведение, при этом они не оправдывают целью средство, не считают, что победитель прав и против «самоопределения» в морали, но очень жестко поступают с теми, кто от норм морали отклоняется. Принцип талиона («око за око») выражен по всем возможным вопросам. Иными словами, это гуманисты с друзьями (добропорядочными людьми вообще), беспощадные с врагами и негодями (Хвостов, Иванова, 2001).

П. Ф. Лесгафт методом наблюдения за школьниками выделял следующие типы: лицемерный, честолюбивый, добродушный, забитый мягкий, забитый злостный, угнетенный (Лесгафт, 1998). Исследование нравственного становления подростков, выполненное Л. Э. Орбаном, дало следующие 5 типов (названия отсутствуют):

- 1) 9,1% – высокие показатели нравственной активности, полнота и правильность знаний о нравственных нормах, умение адекватно следовать своим убеждениям в повседневной жизни, принимать правильные нравственные решения;
- 2) 39,4% – высокий уровень сформированности нравственных знаний и умений при низком уровне сформированности нравственного поведения (социально одобряемые нравственные нормы не стали мотивами и потребностями личности, нравственные знания не превратились в нравственные убеждения);
- 3) 27,5% – низкий уровень сформированности нравственных знаний при развитом эмоциональном отношении к нравственным нормам приводит к затруднениям в принятии правильных решений, способности отреагировать на аморальный поступок или оказать помощь;
- 4) 8,3% – низкая сформированность всех показателей нравственной активности (слабое представление о нравственных нормах и их значимости для общества, поведение ситуативное);
- 5) 15,7% – нравственные знания формальны, ошибочное понимание нравственных норм, отрицательная направленность в нравственных отношениях, завышенная нравственная самооценка, в поведении исходят из собственных интересов (Орбан, 1992).

В эмпирическом исследовании В. А. Токаревой у студентов было выявлено 6 нравственных типов личности. В основу типологии было

положено различное сочетание компонентов нравственных способностей (по-видимому, речь идет о показателях следующих методик: методики Е. С. Махлах для изучения нравственных качеств и анкеты по диагностике нравственной воспитанности Н. В. Кузьминой). Первый тип – *подлинно нравственный, морально-активный* (7,3% от выборки исследования) – обладает высоким уровнем развития всех нравственных способностей, полными и правильными знаниями о нравственных нормах, хорошим их пониманием, осознанием общественной и личной их значимости, способен дать адекватную самооценку нравственных качеств. Нравственные нормы ощущаются представителями этого типа как желаемые и даже необходимые, они испытывают потребность в их соблюдении, а в случае отступления от норм – угрызения совести. Они нацелены на максимальную реализацию своих нравственных способностей, легко принимают нравственное решение и отказываются от своих желаний, которые могут ему противоречить. Этому типу свойственно также развитое чувство ответственности, долга, принципы товарищества и взаимопомощи, уважения к людям, ценности патриотизма, коллективизма, честности, скромности. Способны противостоять безнравственному. Второй тип – *просвещенно-пассивный* (35,5%) – характеризуется преобладанием когнитивного компонента нравственных способностей: его представители хорошо знают и понимают социально-одобряемые нравственные нормы, но они не являются для них личностно значимыми и необходимыми. Могут не испытывать удовлетворения от соблюдения норм и угрызений совести от их нарушения. Характеризуются как эмоционально «глухие». Моральная самооценка завышена, отношение к тому, что противоречит нравственности, терпимое. Однако они склонны к поучениям и морализаторству. Третий тип – *ситуативно эмоционально нравственный* (10,7%) – понимание и осознание нравственных норм находятся на среднем уровне, эмоциональная приверженность, желание следовать им высоко развито вместе со способностью испытывать угрызения совести в случае их нарушения, при этом волевая подструктура слабо развита, способность предотвращать нарушение норм отсутствует. Четвертому типу (25,1%) также свойственна слабость волевой подструктуры нравственных способностей, но при этом когнитивные и эмоциональные компоненты развиты хорошо (способны понять и осознать смысл и значение нравственных норм, четко различают добро и зло, способны внутренне принять нравственные нормы). В моральной самооценке представители этого типа не-

однородны (встречаются личности как с адекватной, так и с заниженной или завышенной самооценкой). Их эмоциональные переживания по поводу проступков носят демонстративный характер, они не могут быстро и правильно принимать решение в ситуации моральной дилеммы. Пятый тип (5,3%) представлен студентами с *относительной нравственной неспособностью*: представления о нравственных нормах смутные, нет осознания их значимости для общества и себя, поэтому нет и внутреннего их принятия, вопросы, связанные с нравственной сферой, их не интересуют, моральная самооценка, как правило, завышена, к угрызениям совести и принятию нравственного решения в ситуации выбора не способны, не склонны противостоять безнравственному поведению окружающих, эгоистичны. Шестой тип – *нравственный негативист* (16,1%) – отличается выраженным негативным отношением к моральным ценностям, при этом нравственные знания полные и безошибочные. Представители этого типа пассивны, эгоцентричны, имеют завышенную самооценку, категоричны в суждениях (по их мнению, патриотизм, коллективизм, трудолюбие – всего лишь громкие слова), нравственные цели и идеалы у них отсутствуют (Токарева, 1991).

В эмпирическом исследовании эмоционально-нравственных особенностей пожилых людей, выполненном Т. Н. Сахаровой, было выявлено всего лишь 3 типа. Первый – *моралисты* (43,5%) – верят в позитивную сущность людей, не принимают закон талиона, являются сторонниками соблюдения и культивирования универсальной морали, обеспечивающей, по их мнению, всеобщее счастье. Автор считает такую моральную позицию сходной с «этический утилитаризмом». Этот тип характерен для работающих женщин в возрасте до 70 лет. Второй тип – *индивидуалисты* (15,3%) – привержены своим внутренним принципам и голосу совести, не склонны прощать обиды, могут бороться со злом его же методами, альтруисты. Этот тип характерен для неработающих женщин старше 70 лет и работающих мужчин моложе 70 лет. Третий тип – *анархисты* (41,2%) – ориентирован на закон талиона, не склонен считать всех людей достойными того, чтобы с ними церемониться, не верят в закон и справедливость. Отношение к морали девальвировано, нравственность, по их мнению, никого счастливее не делает, у них отсутствует ценность добра как блага, полагают, что каждый сам в праве решать, что хорошо, а что плохо. Автор интерпретирует такую моральную позицию как следствие разочарованности моральными

устоями общества. Этот тип характерен для неработающих пенсионеров (Сахарова, 2004).

Выделенные разными специалистами типы можно сгруппировать по степени сходства в несколько более общих групп (таблица 2).

Анализ показывает, что в работах разных авторов используются сходные основания классификации и, соответственно, выделяются сходные типы. Некоторые приведенные типы имеют сходство с типами нравственного самоопределения личности, выявленными нами в ходе эмпирического исследования (глава 8).

Для нашего исследования полезными могут быть также описанные разными авторами типы нравственного поведения личности в профессиональной деятельности (А. Даунс, И.Л. Зеленкова и Е. В. Беляева и др.). Так, И.Л. Зеленкова и Е. В. Беляева в соответствии с выбором руководящих нравственно-этических принципов выделяют следующие типы людей, *включенных в служебные отношения: Потребительский* – самым важным в деятельности является удовлетворение своих личных потребностей, а критерием успеха – выгода и удовлетворенность в амбициях; *Конформистский* – ведущим в мотивации и организации поведения является стремление к согласованности, боязнь идти на конфликты, воспитанность, зависимость от общественного мнения, верность принципам, иногда доходящая до иррациональности поведения; *Героический* – обостренное чувство справедливости, стремление улучшить и исправить ситуацию (см.: Алдашева, Медведев, Сарбанов, 2006, с. 335).

А. Даунс, используя такие критерии, как власть, самооценność, деньги и другие материальные привилегии, престиж, комфорт при минимуме личных усилий, безопасность и социальная защищенность, выделил 5 типов *нравственного поведения служащих. Карьерист* – вся деятельность посвящена стремлению получить как можно больше власти, увеличить свое материальное благосостояние и свой статус в обществе. Он будет стараться работать, быть в меру инициативным, особенно тогда, когда этого ожидают начальники, но спокойно бросит все дела и расстанется с организацией, порвет все формальные и неформальные связи, установленные им в целях карьеры, в том числе и имевшие вид дружеских связей и взаимной симпатии, если это будет способствовать ему в карьере. *Активист*, для которого самое главное – это повышение своего социального статуса, ради этого он способен покинуть интересную работу и заняться скучным, но повышающим его социальный статус делом. Он стремится быть на виду, очень активен в своей деятель-

Таблица 2
Авторское группирование типов нравственности личности, выделенных различными авторами

Название группы	Нравственный	Руководствующий практическими соображениями	Руководствующий эмоциями	Антинравственный	Философ	Аутнравственный
Краткая характеристика	Служение, все люди хорошие, быть нравственным естественно и необходимо	Коллективист, ориентация на пользу и воздаяние	Сострадание, служение, вера	Ориентация на себя, негативное отношение к нормам, злопамятность	Знание норм, эмоциональная отстраненность, терпимость к нарушениям	Знаний мало, нравственность не интересует, не вызывает эмоционального отклика
Представители	1) рыцарь (М. Оссовская), 2) аристократический (И.Л. Зеленкова и Е. В. Беляева), 3) героический (И.Л. Зеленкова и Е. В. Беляева), 4) инициативный (R.S. Solopon и K.R. Hanson), 5) приверженный нравственным нормам (А. Е. Воробьева и А. Б. Купрейченко), 6) герой (И.Л. Зеленкова и Е. В. Беляева), 7) принципиальный руководитель (А. А. Хвостов), 8) подлинно нравственный и морально активный (В. А. Покарева), 9) поборник нравственности (А. Е. Воробьева и А. Б. Купрейченко), 10) моралисты (Т. Н. Сахарова), 11) автономный альтруист (D. Wright)	1) буржуа (М. Оссовская), 2) потребительский (И.Л. Зеленкова и Е. В. Беляева), 3) конформистский (И.Л. Зеленкова и Е. В. Беляева), 4) утилитарный (R. S. Solopon и K. R. Hanson), 5) прагматик (С. П. Парамонов), 6) коммюнитарист (С. П. Парамонов), 7) конформист-лимемер (А. А. Хвостов), 8) социально-нормативный (А. Е. Воробьева и А. Б. Купрейченко), 9) конформист (А. Е. Воробьева и А. Б. Купрейченко), 10) индивидуалист (Т. Н. Сахарова), 11) привязанный к правилам (R.S. Solopon и K.R. Hanson), 12) приспособленец (В. Н. Левина), 13) конформист (D. Wright), 14) коллективист (D. Wright), 15) авторитарный (D. Wright), 16) сознательно привязанный к правилам (D. Wright)	1) религиозный (И.Л. Зеленкова и Е. В. Беляева), 2) самоотверженный (И.Л. Зеленкова и Е. В. Беляева), 3) верная женщина (А. А. Хвостов), 4) ситуативно эмоциональный нравственный (В. А. Покарева), 5) ответственный товарищ (А. А. Хвостов)	1) дарвинист (И.Л. Зеленкова и Е. В. Беляева), 2) эгоист-дарвинист (А. А. Хвостов), 3) адагетский мужчина (А. А. Хвостов), 4) нравственный негативист (В. А. Токарева), 5) релятивистско-эгоцентрический (А. Е. Воробьева и А. Б. Купрейченко), 6) анархист (Т. Н. Сахарова), 7) индивидуалистический (В. Н. Левина)	1) просвещенно-пасивный (В. А. Токарева), 2) теоретик (А. Е. Воробьева и А. Б. Купрейченко)	1) отстраненный (А. Е. Воробьева и А. Б. Купрейченко), 2) относительной нравственной неспособностью (В. А. Токарева), 3) деморализованная личность (В. Н. Левина), 4) аморальный (D. Wright)

ности. *Консерватор* – его главная задача сохранить свое благополучие, поэтому он боится нового, неохотно идет на любые изменения, даже если они помогают ему в работе. *Фанатик* – это человек, который идентифицирует свои мысли и чувства с той структурой, в которой он работает. Он активно борется за выполнение всех положений политики организации, идентифицируя ее с государственной политикой. *Адвокат-ходатай*, для него служба – это исполнение своей миссии в жизни, своего долга перед обществом. Его внутренняя служебная цель – обеспечить компромисс между клиентом и организацией (см.: Алдашева и др., 2006, с. 336)

С. П. Табхарова (2008) определяет психологические типы отношения к соблюдению нравственных норм делового поведения.

Тип 1 – *высокоправдивый независимо от доверия и недоверия, требовательный к окружающим*. Представители этого типа, имея высокий уровень отношения к соблюдению нормы правдивости, ценят открытость, нравственность в отношениях доверия. Представители данного типа склонны быть правдивыми со всеми, наряду с этим в силу агрессивного отношения к окружающим они категоричны. Тип характерен для женщин-руководителей 20–25 лет и мужчин-руководителей 26–35 лет.

Тип 2 – *нетерпимый, принципиальный, сильно дифференцирующий отношение к соблюдению нравственных норм в зависимости от доверия и недоверия* – защищающий себя от нежелательных последствий взаимодействия. У представителей данного типа преобладают наиболее высокие показатели по шкале «дружелюбность» отношения к людям. Этим может объясняться терпимость к формальным признакам «чужака» и к безнравственности близких и знакомых людей, а также нетерпимость к враждебности, конфликтности и конкурентности других людей. В наибольшей степени он характерен для мужчин-руководителей 36–50 лет.

Тип 3 – *терпимый, но малосправедливый и малоправдивый*, недооценивающий отношения доверия, не стремящийся преодолеть недоверие. У представителей данного типа преобладают наиболее высокие показатели по шкале «альтруистичность». Однако по содержанию этот тип отношения к людям является «псевдоальтруистичным». В наибольшей степени он характерен для возрастной группы 26–35 лет.

Тип 4 – со средним уровнем отношения к соблюдению нравственных норм, зависящим от доверия и недоверия – *поддерживающий сложившийся баланс доверия и недоверия*. У представителей

данного типа преобладают наиболее высокие показатели по шкале «авторитарность». Он наиболее характерен для девушек – рядовых сотрудников 20–25 лет.

Тип 5 – *терпимый, ответственный и справедливый, стремящийся оправдать доверие и преодолеть недоверие*. Он отличается высоким уровнем готовности к проявлению справедливости, ответственности и низким уровнем готовности к проявлению принципиальности в ситуации как собственного, так и воспринимаемого доверия и недоверия. Последняя характеристика проявляется в относительно высоких оценках ОСНН правдивости и ответственности в отношениях, согласно формулировке, с «человеком, который мне доверяет», а также готовности к более низкой принципиальности при взаимодействии с ним (Табхарова, 2008).

Наша собственная эмпирическая типология нравственного самоопределения личности на основе шкалы опросника «Нравственное самоопределение личности» на молодежной выборке включает 7 типов (подробно эти результаты представлены в главе 8): Первый – «Теоретик». Второй тип – «Отстраненный». Третий тип – «Конформист». Четвертый тип – «Релятивистско-эгоцентрический». Пятый тип – «Поборник нравственности». Шестой тип – «Приверженный нравственным нормам». Седьмой тип – «Социально-нормативный». Сопоставление нашей типологии с приведенными выше типологиями нравственного сознания позволило увидеть как определенное сходство, так и особенности. В целом, как будет показано в главе 8, выполненный анализ демонстрирует перспективность типологического подхода к изучению нравственного самоопределения и высокие возможности в этом направлении авторской программы исследования.

Выводы

1. К числу факторов нравственного самоопределения может быть отнесена значительная совокупность переменных: пол, возраст, материальный и социальный статус, семейное положение, наличие/отсутствие детей, сила воли, эмпатия, доверчивость, агрессивность, смелость, эмоциональная неустойчивость, локус контроля, направленность на себя/дело, уровень интеллекта, профессиональная деятельность, влияние значимого окружения, социально-экономическая ситуация в обществе и т. д. Некоторые из них взаимосвязаны (например, эмоциональные и волевые качества).

2. В современной литературе не представлена единая периодизация нравственного становления или самоопределения в течение всей жизни человека. Начало отсчета нравственного поведения является дискуссионным (2–4 года). Зрелая нравственность по разным периодизациям может быть только после 30 лет. У взрослых и пожилых людей специфика нравственного сознания обусловлена не столько возрастом (хотя отдельные исследователи все же говорят о различиях в зрелом, пожилом и старческом возрасте), сколько достигнутым уровнем зрелости и жизненными событиями, через которые пришлось пройти.
3. Анализ существующих типологий нравственного сознания показал, что на разных возрастных группах выявляется разное число возможных для них типов нравственного поведения личности. Чем это вызвано – возрастными изменениями личности или особенностями организации исследования – вопрос, требующий отдельного рассмотрения. Также были обнаружены специфические для конкретной сферы человеческой деятельности типы нравственного поведения. Существует и культурная специфика типов, но данных по этой проблеме пока крайне мало. В целом выполненный анализ демонстрирует перспективность типологического подхода к изучению нравственного самоопределения.

РАЗДЕЛ 2

ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ НРАВСТВЕННОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ РАЗЛИЧНЫХ СОЦИАЛЬНО- ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ ГРУПП МОЛОДЕЖИ

ГЛАВА 5

ПРОГРАММА ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ НРАВСТВЕННОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ

Анализ современных психологических методик для изучения и коррекции нравственности

Существует немалое количество методик, направленных на оценку нравственной сферы личности. Некоторые из них доступны в виде полных текстов со структурой и ключами, некоторые другие представлены только бланками опроса, есть и такие методики, о которых известно только их название по упоминаниям в публикациях. Не всегда удается установить автора той или иной методики. Сравнительный анализ более 70 методик для оценки нравственной сферы личности, упоминания о которых удалось обнаружить в доступной литературе, представлен в приложении 1.

Одна из первых методик оценки моральных суждений – моральные дилеммы Л. Колберга – базируется на этическом абсолютизме, не учитывающем культурные особенности различных обществ, измеряет установки, которые далеки от реального поведения (Журавлев, Купрейченко, 2003). Сам автор не претендовал на анализ всей сферы нравственности человека, а ограничился феноменом справедливости (см.: Анцыферова, 1999). Исследования Л. Д. Уокер показали, что при решении повседневных дилемм, люди испытывают затруднения, их рассуждения соответствуют более низкому уровню морального развития. Гипотетические ситуации не учитывают мотивационную и эмоциональную сторону нравственного суждения, делают возможным рассуждение без какого-либо личного риска, поэтому респонденты дают ответы, соответствующие более высокой стадии морального развития (Берк, 2006).

Много методик узкого применения: *только для детей* (Комплексная методика исследования нравственной сферы личности дошкольника на основе усвоения базисных этических понятий, методика

«Сюжетные картинки», задачи О. П. Николаевой, задачи М. А. Якобсон, рисуночный тест «Доброе – Злое», беседы на нравственные темы по рассказам Л. Толстого, В. Осеевой, Л. Воронковой, С. Михалкова и др.), *только для подростков* (методика изучения этических характеристик, анкета «Нравственная характеристика личности подростка», Методика исследования моральных суждений, методика «Моральные дилеммы. Эмпатия. Компетентность», Опросник моральных аттитюдов, опросник для изучения нравственного сознания и предполагаемого поведения подростка), *только в сфере бизнеса* (Отношение предпринимателей к соблюдению нравственных норм, Тест на этику бизнеса, методика оценки организационной культуры и этики, Методика моделирования этически сложных деловых ситуаций «Прошу совета», Behaviorally Anchored Rating Scale, Поведение в этически неоднозначных ситуациях, Moral Competency Inventory), *измеряющих только одно нравственное качество* (Шкала диспозиционного эгоизма, шкала совестливости, Методика изучения совестливости, опросник «Ответственность», методика диагностики честности) и т. д.

Анализ имеющегося психодиагностического инструментария для оценки нравственной сферы личности дошкольника, проведенный Р. В. Овчаровой и Н. В. Мельниковой, показал, что «подавляющее большинство методик не имеют четкого методологического обоснования и не валидизированы. Они направлены на исследование конкретного параметра одного из компонентов нравственной сферы личности дошкольника, не затрагивают этого компонента полностью. Нет методик, которые охватывали бы нравственную сферу в единстве всех ее компонентов и обеспечивали представление об общем уровне нравственного развития ребенка» (Овчарова, Мельникова, 2008, с. 156).

Анализ методик диагностики индивидуальной морали (Defining Issues Test, Sociomoral Reflection Measure, Sociomoral Reflection Objective Measure, Sociomoral Reflection Objective Measure – Short Form, Ethical Styles, Protestant Ethic Scale, Sociomoral Reflection Measure-Short Form), проведенный А. А. Хвостовым (Хвостов, 2005), показал, что получаемые с их помощью результаты несопоставимы. Автор объясняет это спецификой предметной области и заданностью морального типа концепцией авторов. А. Ф. Терешкин в своем анализе опросных методов измерения моральных установок отмечает распространенность одномерного подхода (морально-аморально), исследований отношения к отдельному моральному

требованию или основанию морального выбора (нормативность, честность, ответственность и т. д.), что сужает возможности анализа моральных установок (например: шкала совестливости В. В. Мельникова, М. Т. Ямпольского) (Терешкин, 2005). Е. Ю. Стрижов, анализируя группы разнотипных отечественных и зарубежных методик для определения их пригодности для психодиагностики нравственно-смысловой сферы личности, заключает, что «суждения носят общий характер, не учитывают культурно-исторические особенности ситуации и взаимодействующих субъектов, часто не являются значимыми для испытуемого, перенос и адаптация зарубежных методик затруднены, поскольку восприятие социальных объектов различается в различных культурах» (Стрижов, 2009, с. 142). Г. Линд утверждает, что до сих пор (публикация 2004 г.) «между понимаемым содержанием и измерением моральной компетентности существует большой разрыв» (см.: Подольский, 2007, с. 55). О. А. Подольский делает вывод о необходимости продолжения поисков адекватного инструмента для измерения моральной компетентности (Подольский, 2007). Таким образом, разные авторы отмечают недостаточность существующего инструментария для оценки нравственности. Необходима многомерная методика, доступная для широкого применения, охватывающая всю нравственную сферу, использующая реалистичные ситуации морального выбора.

Что же касается методик, направленных на изучение феномена самоопределения и разных его видов, то анализ программ эмпирических исследований, проведенный А. Л. Журавлевым и А. Б. Купрейченко (Журавлев, Купрейченко, 2008), показал, что имеется существенный недостаток стандартизованного инструментария, в ходе качественных исследований и авторские приемы. Наиболее часто используются наблюдение (в том числе включенное в реальную жизнедеятельность, в ход тренинга или деловой игры), экспертная оценка, анализ служебной документации и автобиографий, индивидуальная беседа, интервью, анкетные опросы, проективные методики, констатирующий и формирующий эксперименты, лонгитюдные исследования и т. д. (Журавлев, Купрейченко, 2007; Калашникова, 2004; Миронова, 2005; Наумова, 2005; Ожерельева, 2006 и др.). «Каждый исследователь самостоятельно определяет совокупность эмпирических показателей самоопределения и подбирает соответствующие методы и приемы для их изучения» (Журавлев, Купрейченко, 2008, с. 3).

Таким образом, потребность в методическом инструментарии для изучения нравственного самоопределения личности существует как со стороны исследований нравственной сферы, так и со стороны исследований самоопределения.

Авторская программа исследования нравственного самоопределения

Структура программы

Выше в главе 3 была представлена авторская модель содержания и структуры нравственного самоопределения и обоснован некоторый оптимальный для выполнения исследования перечень его элементов. В качестве таковых были выбраны: представления личности о нравственности и морали, нравственные стратегии, нравственные ориентации личности. В данной программе мы отказались от анализа такого, безусловно, важного элемента нравственного самоопределения, как нравственный идеал по той причине, что для его анализа сложно использовать количественные методы оценки. Мы же стремились на данном этапе исследования создать инструментарий, который позволял бы получать достаточно надежные данные в результате статистической обработки. Основанием исследования также выступал анализ основных детерминант нравственного самоопределения (глава 4). Обобщения и теоретические модели, представленные в разделе 1, послужили основой для разработки представленной ниже программы эмпирического исследования.

Программа включает специально разработанный опросник «Нравственное самоопределение личности», оценивающий представления личности о происхождении, значимости и роли нравственности в жизни общества, ключевые элементы этических стратегий, а также преобладающую нравственную направленность личности. Важным элементом программы выступает блок *методических приемов изучения отношения к неэтичным явлениям* окружающего мира на примере изучения психологического отношения респондентов к неэтичной рекламе и неэтичным газетным заголовкам. Эти приемы позволяют анализировать неосознаваемую нравственно-психологическую регуляцию и оценивать согласованность/несогласованность нравственного самоопределения. Отдельный *методический прием* направлен на изучение *нравственных идеалов и ориентиров*.

Первым этапом разработки программы явилось создание опросника «Нравственное самоопределение личности» (Журавлев, Куп-

рейченко, 2007). Его структура основана на наиболее принципиальных, по нашему мнению, положениях концепций нравственности Б. С. Братуся, К. Гиллиган, Дж. Джиббса, Л. Колберга, К. К. Платонова, А. А. Хвостова и др. (Gilligan, 1982; Kohlberg, 1963; Братусь, 1993; Платонов, 1984, 1986; Синягин, 1996; Хвостов, 2000, 2001, 2005). Некоторые формулировки утверждений были заимствованы из опросника А. А. Хвостова (Хвостов, 2005). Отбор утверждений осуществлялся семью экспертами-психологами, специализирующимися в области психологии нравственности. Использование данного варианта методики – пилотажный этап работы, которую в дальнейшем планируется продолжить с целью совершенствования методического инструментария. Опросник содержит *три смысловых блока*: «Представления о нравственности, морали», «Нравственные стратегии» и «Нравственные ориентации личности».

Блок «Представления о нравственности, морали» включает следующие шесть шкал: происхождение нравственности; значимость морали, нравственности для общества; абсолютность/относительность нравственности, морали; воздаяние за добро или зло; нравственность личности – проявление ее силы или слабости; природа нравственности личности.

Блок «Нравственные стратегии» оценивает когнитивный, эмоциональный и конативный компоненты психологического отношения личности к различным сторонам нравственного поведения. Блок представлен тремя следующими шкалами: обязательность/необязательность соблюдения нравственных норм; активность/пассивность нравственного поведения; взаимность/невзаимность нравственного поведения. В пилотажном исследовании оценивался только когнитивный компонент нравственных стратегий. В результате апробации опросника в него были включены утверждения, направленные на оценку эмоционального и конативного компонентов.

Блок «Нравственные ориентации личности» содержит следующие четыре шкалы: эгоцентрическая ориентация; группоцентрическая ориентация; гуманистическая ориентация; мирозидательная ориентация.

Апробация и валидизация методики «Нравственное самоопределение личности»

Е. Ю. Стрижов в рамках валидизации своей методики «Опросник нравственной надежности личности» сопоставил его с предлагаемой нами методикой. На выборке объемом 329 человек им были получены

устойчивые и статистически значимые связи психологических критериев нравственной надежности со следующими шкалами методики «Нравственное самоопределение личности»: «Происхождение нравственности», «Абсолютность/относительность нравственности», «Обязательность соблюдения нравственных норм», «Активность/пассивность», «Эгоцентрическая ориентация» (Стрижов, 2009) (подробнее см. приложение 4.2). Признание абсолютности морали коррелирует с устойчивостью к негативным правилам поведения и пониманием необходимости соблюдения моральных норм в повседневной жизни, а осознание ответственности личности за свой нравственный облик и этичность поведения имеет обратную связь с учетом моральных норм в своем поведении. С нашей точки зрения это может объясняться тем, что нравственный облик может быть не только позитивным, но и негативным, индивид может сознательно выбрать второй, осознавая всю меру ответственности за свое решение. Принятие стратегии активности в нравственном поведении связано со стремлением учитывать моральные нормы в своем поведении, устойчивостью к негативным правилам поведения. Стратегия взаимности также связана с учетом моральных норм в своем поведении. Эгоцентрическая ориентация имеет прямую связь с одобрением воровства и мошенничества и обратную связь с признанием своей ответственности перед нравственными нормами, пониманием необходимости соблюдения моральных норм в повседневной жизни, учетом моральных норм в своем поведении. Группоцентрическая ориентация коррелирует с эгоизмом. По справедливому замечанию Б. С. Братуся (Братусь, 1993), на группоцентрическом уровне нравственности еще нет, есть только клановая мораль. Миросозидательная ориентация имеет прямую связь с одобрением воровства и мошенничества и обратную связь с пониманием необходимости соблюдения моральных норм в повседневной жизни, учетом моральных норм в своем поведении. С нашей точки зрения, это может объясняться тем, что понимание миросозидания может быть различным, в частности, утверждение «в нестабильных условиях мы должны сами вырабатывать нормы и правила взаимодействия людей» может реализоваться на практике в виде совершенно разных, возможно, противоречащих друг другу моральных кодексов.

В ходе аппробации были получены следующие интеркорреляции* (Коэффициенты корреляции по Пирсону см. в приложении.)

* Данные предоставлены Е. Ю. Стрижовым.

Нет ни одной шкалы, которая была бы не связана ни с одной из прочих шкал опросника «Нравственное самоопределение личности». Таким образом, предлагаемый опросник обладает цельностью. Обращает на себя внимание следующее. Эгоцентрическая ориентация имеет устойчивые отрицательные связи с прочими ориентациями и блоком «нравственные ориентации личности» в целом, что позволяет сделать вывод о том, что она «противоположна им, находится на другом полюсе, в то время как группоцентрическая, гуманистическая и миросозидательная ориентации являются последовательным продолжением друг друга, имеют положительные связи между собой. Таким образом, группоцентрическая ориентация может со временем перерасти в гуманистическую и миросозидательную, в то время как эгоцентрическая никогда не перейдет в группоцентрическую и далее, для нравственного роста необходим отказ от эгоцентризма.

Все шкалы методики имеют связи с целыми блоками, к которым они относятся. Эти связи положительные (за исключением эгоцентрической ориентации, что неудивительно, так как она может быть охарактеризована как «безнравственная»).

Эгоцентрическая ориентация имеет закономерные связи с нравственно негативными представлениями и стратегиями, отвержением позитивных нравственных ориентаций. Стратегия взаимности в нравственном поведении имеет связи с нравственно негативными представлениями и ориентациями. Таким образом, представления и ориентации действительно являются основой для стратегий личности.

Мало связей с другими шкалами имеют шкалы «происхождение нравственности», «природа нравственности личности», «стратегия взаимности», «группоцентрическая ориентация».

Корреляции с тестом Кеттелла* показали следующее (выборка – 250 чел., коэффициент корреляции по Пирсону см. в приложении 9). Нравственность личности не зависит от ее интеллекта, смелости, практичности, доминантности. Представления о нравственности (за исключением воздаяния за добро и зло) не связаны с личностными факторами. Вероятно, они определяются тем, как под влиянием воспитания, среды будут развиты базовые, врожденные основы морали (моральная грамматика по Хаузеру). Именно они и являются стержнем. В то время как стратегии, ориентации личности зависят

* Данные предоставлены Е. Ю. Стрижовым.

от ее свойств, т. е. являются динамичными элементами самоопределения. Со многими показателями нравственного самоопределения имеют связи такие факторы, как «сила Сверх-Я», «самоконтроль». Таким образом, волевое начало, способность к самоограничению, саморегуляции, самокоррекции имеет большое значение для нравственного самоопределения личности.

Корреляции с тестом Шмелева* показали (выборка – 81 чел., коэф. корреляции по Пирсону см. в приложении 10) отчасти сходные, отчасти новые, отчасти противоречащие закономерности, так, интеллект, развитость Супер-Эго, степень эмоциональной устойчивости, прямолинейности, мера консервативности, способность к самоконтролю не связаны с нравственным самоопределением. Представления о естественном происхождении нравственности, ее абсолютности, существовании воздаяния за добро и зло, уверенность в ответственности личности за ее моральный облик свойственны идеалистам. Стратегия взаимности в нравственном поведении прямо связана с доверчивостью личности.

Методические приемы для изучения отношения к неэтичным явлениям

Выше было отмечено, что между декларируемой нравственной позицией и реальным поведением личности может существовать значительное расхождение. С этой целью программа исследования нравственного самоопределения должна включать анализ психологической готовности личности к нравственному поведению в этически сложных ситуациях и/или психологического отношения личности к нарушению нравственных норм. Для выявления скрываемых и неосознаваемых аспектов нравственного самоопределения через отношение к неэтичным явлениям применялись дополнительные авторские методические приемы – Методика оценки психологических показателей эффективности газетных заголовков (см. главу 12 и приложение 3.1) и Методика оценки психологических показателей эффективности рекламы (см. главу 7 и приложение 3.2). За основу была выбрана методика, предложенная Л. В. Матвеевой и Т. Я. Аникеевой для оценки восприятия телевизионных передач (Матвеева, Аникеева, Мочалова, 2002), также учитывалось современное понимание психологической эффективности рекламного сообщения, предложенное Е. Ю. Байковой и А. Б. Купрейченко (Бай-

* Данные предоставлены Е. Ю. Стрижовым.

кова, Купрейченко, 2005). В качестве теоретической модели психологической эффективности рекламы и газетных заголовков была выбрана трехкомпонентная модель, включающая когнитивный, эмоциональный и конативный компоненты. Для оценки психологической эффективности рекламы был разработан семантический дифференциал (СД), включающий 28 шкал. С целью решения задач данного исследования в методики были также включены шкалы оценки степени идентификации респондентов с персонажами рекламы и газетных статей и шкалы оценки этичности/неэтичности сообщения (Купрейченко, Воробьева, 2004).

В современном индустриальном обществе избежать контакта с продукцией СМИ, рекламой практически невозможно, реклама и заголовки «желтой» прессы коротки и емки, поэтому в качестве стимульного материала в данном исследовании было решено использовать неэтичные формулировки газетных заголовков (глава 12) и телевизионные рекламные ролики (глава 7). Такой стимульный материал имеет свои достоинства и недостатки: ролики динамичны, наглядны, представляют ситуацию взаимодействия персонажей; заголовки же статичны, абстрактны, являются всего лишь обезличенным высказыванием, обеспечивают гораздо меньшую эмоциональную включенность респондентов. Однако ролики весьма вариативны по своим формально-динамическим характеристикам, а заголовки могут быть представлены единообразно и в этом смысле являются более строгим стимульным материалом. Таким образом, чтобы компенсировать указанные недостатки достоинствами каждого из видов стимульного материала, они используются в исследовании совместно.

Структура методики оценки психологических показателей эффективности рекламы

Когнитивный компонент: Непонятная–Понятная, Оригинальная–Неоригинальная, Реалистичная–Нереальная, Современная–Несовременная, Дешевая–Дорогая, Привлекает внимание–Не привлекает внимания, Соответствует товару–Не соответствует товару, Запоминается продукт–Не запоминается продукт, Товар кажется хорошим–Товар не кажется хорошим, Вызывает доверие–Не вызывает доверия.

Эмоциональный компонент: Притягивающая–Отталкивающая, Огорчающая–Радующая, Раздражающая–Успокаивающая, Сексуальная–Асексуальная, Смешная–Несмешная.

Поведенческий компонент: Хочется повторять слова и действия–Не хочется повторять, Возникает желание приобрести товар–Не возникает желания приобрести товар, Хочется досмотреть рекламу–Не хочется досмотреть рекламу, Рекомендую другим посмотреть этот ролик–Не рекомендую другим посмотреть этот ролик.

Идентификация: Персонажи близки–Не близки, Герои вызывают симпатию–Герои вызывают антипатию, Ролик понравится моим друзьям–Не понравится моим друзьям, Понимаю чувства героев–Не понимаю чувств героев.

Этичность/неэтичность: Приличная–Неприличная, Пошлая–Порядочная, Одобряю поведение героев–Осуждаю поведение героев, Поведение героев неприемлемое в обществе–Поведение героев приемлемое в обществе, Ролик понравится моим родителям–Не понравится моим родителям.

При помощи данной методики оценивались неэтичные рекламные ролики (аннотации см. в приложении 2.2) из российского ТВ эфира следующих видов: вызывающе сексуальные, агрессивные, циничные (по 3 каждого вида). Отбор эмпирического материала осуществлялся экспертами (3 чел.), занимающимися исследованием нравственно-психологических феноменов. Экспертам было предложено 26 рекламных роликов, которые нужно было классифицировать по 4 группам: 1) вызывающе сексуальный; 2) агрессивный; 3) циничный; 4) не относится ни к одной из 3 категорий. В итоге для использования в исследовательских целях в каждой из 3 категорий были отобраны те ролики, которые получили наибольшее число голосов экспертов.

Установление взаимосвязей отношения респондентов к различным видам неэтичной телевизионной рекламы и газетных заголовков, а также особенностей отношения к ним у разных типов нравственного самоопределения, выполненное в ходе исследования, позволило более полно представить механизмы нравственно-психологической регуляции социального поведения.

Методический прием для изучения нравственных идеалов и нравственных ориентиров молодежи

Согласно авторской концепции, одной из особенностей нравственного самоопределения является высокая значимость таких элементов его структуры, как эталоны и идеалы, которые, в свою очередь, являются основой выбора личностью других элементов самоопре-

ления (ценностей, принципов, правил поведения и т. д.). Под нравственным идеалом мы понимаем представленный в индивидуальном или коллективном сознании образ безупречно нравственного образца (конкретной личности, системы принципов, прототипа и т. д.). Под нравственным ориентиром мы понимаем личность, чьим примером человек руководствуется в повседневной жизни при решении бытовых моральных дилемм. Нравственным идеалом и ориентиром может быть как реальный человек (близкий человек, выдающийся современник, историческая личность – представитель нравственной элиты – Журавлев, Купрейченко, 2010), так и литературный персонаж, собирательный образ и т. п.

Методический прием для изучения нравственных идеалов и ориентиров состоял из следующих вопросов:

1. Есть ли у вас нравственный идеал?
2. Если есть, то кто этот человек?
3. Перечислите нравственные качества, которые делают его нравственным идеалом.
4. Есть ли у вас нравственный ориентир?
5. Если есть, то кто этот человек?
6. Перечислите нравственные качества, которые делают его нравственным ориентиром.

Объект, задачи и гипотезы эмпирического исследования

Объект исследования: молодежь в возрасте 18–35 лет. Совокупный объем выборки исследования, выполненного в период 2003–2012 гг., – 546 чел. Общий анализ нравственного самоопределения выполнен на выборке – 337 чел. Выборка исследования разнородна по образовательному уровню и профессиональному составу. В исследовании личностных и групповых факторов принимало участие 208 чел. Мужчин – 96 чел., женщин – 112 чел. Известны межполовые различия в нравственном развитии и других личностных характеристиках, поэтому учитывать различия нравственного самоопределения мужчин и женщин необходимо. Выборка разделена на три возрастные группы: 18–23 года, 24–29 лет, 30–35 лет. Представителей первой возрастной группы – 80 чел., второй – 64 чел., третьей – 64 чел. Выбор данной возрастной группы и таких возрастных срезов был обусловлен следующими причинами: 1) учетом известных возрастных кризисов взрослой жизни («встреча со взрослостью»

в 23–25 лет, кризис – 30 лет и т. д.), вызванных социальными ожиданиями, физиологическими изменениями и т. д. (Каракулова, 2008; Хухлаева, 2009; Шихи, 2005; Болотова, Молчанова, 2012); 2) к юношескому возрасту (16–20 годам) обычно достигается зрелость моральных суждений (Зотов, 1984; Хвостов, 2005), завершается формирование саморегуляции (Берк, 2006), проявляются гендерные особенности морального сознания, а молодость морального сознания длится до 35 лет (Хвостов, 2005). Также мы будем учитывать основные нормативные события, характерные для данного возрастного периода, выделяемые в качестве этапов жизненного самоопределения (Гинзбург, 1996), а именно: изменение семейного статуса, появление детей, изменение стадии профессионального становления. Таким образом, в данном исследовании учитывался семейный статус респондентов: состоят в зарегистрированном либо гражданском браке – 91 чел., не состоят в браке – 117 чел. Также принималось во внимание наличие детей: имеют хотя бы одного ребенка – 56 чел., не имеют детей – 152 чел. Был учтен и характер занятости респондентов: только учащиеся – 66 чел., только работающие – 66 чел., работающие и учащиеся одновременно – 76 чел. Апробация методики оценки психологических показателей эффективности рекламы выполнена в пилотажном исследовании на выборке 145 чел. (Журавлев, Купрейченко, 2007). В исследовании нравственного идеала и нравственного ориентира приняло участие 64 чел., преимущественно девушки, получающие первое высшее образование.

Методические задачи

1. Разработать авторскую методику для изучения нравственного самоопределения;
2. Модифицировать авторские методики для оценки психологических показателей эффективности рекламы и газетных заголовков (методический прием для оценки отношения к неэтичным явлениям);
3. Разработать авторский методический прием для изучения нравственных идеалов и нравственных ориентиров личности.

Эмпирические задачи

1. Охарактеризовать нравственное самоопределение современной российской молодежи;

2. Охарактеризовать специфику нравственного идеала и нравственного ориентира у молодежи;
3. Проанализировать личностные особенности нравственного самоопределения, в том числе выделить эмпирические типы нравственного самоопределения личности;
4. Проанализировать социально-демографические особенности нравственного самоопределения.

Основная гипотеза исследования: нравственное самоопределение, оцениваемое по представлениям о нравственности, нравственным ориентациям, стратегиям и оценкам неэтичных явлений, имеет особенности у представителей разных социально-демографических групп и опосредствуется уровнем эмоционального интеллекта и саморегуляции личности.

Частные гипотезы

1. Возраст, наличие семьи и детей и другие социально-демографические характеристики значимы для нравственного самоопределения. В частности, молодежь, имеющая детей, демонстрирует более позитивную нравственную позицию (гуманную, сформированную).
2. Молодежь, обладающая высоким уровнем эмоционального интеллекта и саморегуляции, демонстрирует более позитивную нравственную позицию (результат нравственного самоопределения).
3. Существуют различные личностные типы нравственного самоопределения. Представления о нравственности, нравственные стратегии и ориентации представителей этих типов могут как соответствовать, так и не соответствовать их отношению к неэтичным явлениям (неэтичной рекламе).
4. Общность нравственного самоопределения всей выборки заключается в представлениях о социальной природе морали, индивидуальной ответственности за свой нравственный облик, гуманистической ориентации, различия – в представлениях о возможности/невозможности безнаказанности не обремененной моральными нормами жизни, приоритете личных/общественных интересов.
5. Нравственный идеал и нравственный ориентир могут не дифференцироваться, в их характеристиках присутствуют не только

нравственные качества, но и коммуникативные, интеллектуальные и т. д.

Методики исследования

1. Нравственное самоопределение личности (А. Е. Воробьева, А. Б. Купрейченко);
2. Авторская методика оценки психологических показателей эффективности рекламы;
3. Авторская методика оценки психологических показателей эффективности газетных заголовков;
4. Авторский методический прием для оценки нравственных идеалов и нравственных ориентиров;
5. Стиль саморегуляции поведения – 98 (В. И. Моросанова). Измеряемые показатели: 1) общий уровень саморегуляции – общий уровень сформированности индивидуальной системы осознанной саморегуляции произвольной активности человека (Моросанова, 2004);
6. Тест на эмоциональный интеллект (Д. В. Люсин). Измеряемые показатели: 1) межличностный эмоциональный интеллект – способность к пониманию эмоций других людей и управлению ими; 2) внутриличностный эмоциональный интеллект – способность к пониманию собственных эмоций и управлению ими (Люсин, 2006).

Концептуальная модель эмпирического исследования представлена на рисунке 6. Как видно из рисунка в модель были включены детерминанты нравственного самоопределения, рассмотренные в главе 4 (на рисунке 6 жирным шрифтом выделены переменные, включенные в представленную выше программу исследования).

Выводы

1. Существует значительное число методик, направленных на оценку нравственной сферы личности. Многие из них предназначены для решения узкого спектра задач, например, только для определенной возрастной группы, сферы жизнедеятельности человека, конкретного параметра нравственной сферы. Имеется необходимость в разработке многомерного методического инструментария для широкого применения, охватывающего

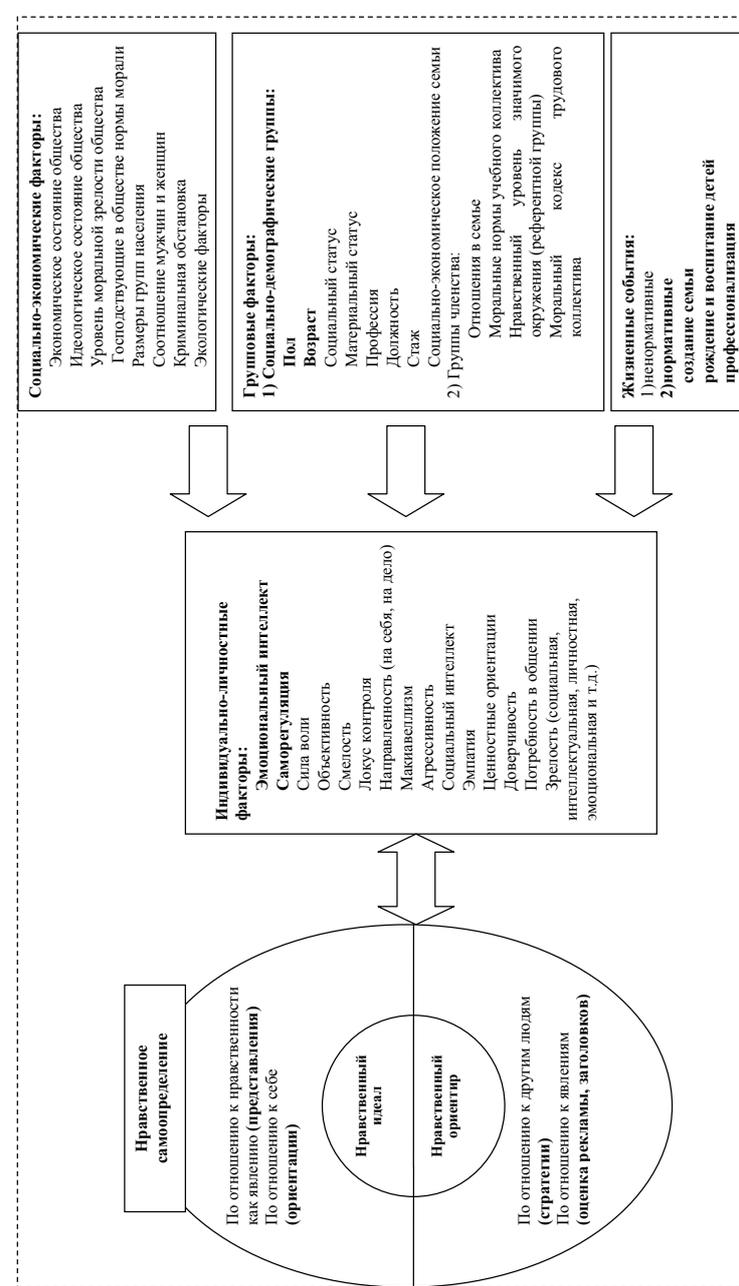


Рис. 6. Концептуальная модель исследования нравственного самоопределения (жирным шрифтом выделены элементы, включенные в эмпирическое исследование)

несколько аспектов нравственной сферы и использующего реалистичные ситуации морального выбора. Существует также нереализованный потенциал в методическом обеспечении исследований феномена самоопределения.

2. Авторская модель детерминации нравственного самоопределения включает компоненты структуры самоопределения, личностные и социально-демографические факторы нравственного самоопределения. Она позволяет охарактеризовать нравственную позицию личности, направленность и отношения к миру, себе, другим людям, выявить некоторые механизмы нравственного самоопределения, определить роль отдельных факторов в детерминации нравственного самоопределения. На основании теоретического анализа в качестве структурных элементов разрабатываемой методики изучения нравственного самоопределения выбраны три блока утверждений: представления личности о нравственности и морали, нравственные стратегии, нравственные ориентации личности. Отдельный методический прием направлен на изучение нравственных идеалов и ориентиров.
3. Апробация и валидизация методики «Нравственное самоопределение личности», выполненная как на основе собственных данных, так и с использованием данных, полученных от коллег, показала наличие корреляций со шкалами опросника нравственной надежности личности, теста Кеттелла и Шмелева. Предлагаемая авторская методика обладает цельностью, все шкалы методики имеют положительные связи с целыми блоками, к которым они относятся.
4. Исследования нравственного самоопределения должны включать анализ психологической готовности личности к нравственному поведению в этически сложных ситуациях и/или анализ ее психологического отношения к нарушению нравственных норм. Эти приемы позволяют анализировать неосознаваемую нравственно-психологическую регуляцию и оценивать согласованность/несогласованность нравственного самоопределения. В апробированном варианте программы оценивалось психологическое отношение респондентов к неэтичной телевизионной рекламе и газетным заголовкам трех видов (вызывающе сексуальные, агрессивные и циничные).

ГЛАВА 6

ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ СОДЕРЖАНИЯ И СТРУКТУРЫ НРАВСТВЕННОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ МОЛОДЕЖИ

Общая характеристика нравственного самоопределения молодежи

Обобщенный «портрет» нравственного самоопределения современной городской молодежи в соответствии с данными описательной статистики, представленными в приложении 5, следующий.

Сторонников божественного происхождения нравственности (24,6%) примерно в 2 раза меньше, чем сторонников ее искусственного происхождения (47,8%). Наши респонденты убеждены в том, что общество формирует нравственность, соответствующую его потребностям (71,22%), и нравственность неотъемлемо присуща любому сообществу (72,1%). Однако, авторами моральных норм, по мнению большинства, являются все же не власть имущие (45,4% не согласны), а кто-то другой. Сторонников позиции, что человек нравственен по своей природе (43,3%), не меньше, чем ее противников (40,1%). Нравственность признается основой сосуществования и сотрудничества людей (81,9%), средством регулирования их поведения (64,1%).

Нравственные нормы признаются неустаревающим фундаментом общества (81,3%), который не может быть полностью заменен законами (51,9%) и без которого оно непременно деградирует (79,5%). Нравственность не является только предметом философии и религии (55,5%), она актуальна и для других сфер человеческой мысли.

Наши респонденты признают, что в зависимости от ситуации добро может стать злом (61,7%). Однако они против того, чтобы у своих и чужих была разная мораль (65,3%). Большое число респондентов считают, что мораль относительна и у каждого должен быть свой моральный кодекс (51,6%). Многие также полагают, что со вре-

менем мораль устаревает (45,4%) и меняется (48,7%), но все же некоторые нормы остаются базовыми (61,4%).

Большинство респондентов не согласны с тем, что на доброе отношение часто отвечают злом (65,3%). По их мнению, человек со спокойной совестью счастлив (73,6%). Примерно равное количество респондентов согласно (35,6%) и не согласно (38,6%) с тем, что можно легко избежать наказания за безнравственные поступки и что порок приносит больше удовольствия, чем добродетель (37,4% согласны, а 33,8% не согласны с последним). Однако подавляющее большинство верит, что тот, кто творит зло, рано или поздно будет наказан (74,2%), а добрые поступки будут вознаграждены (69,7%). Это согласуется с данными теоретического анализа, проведенного Л. М. Сосниной, согласно которому представителям всех этносов в той или иной степени (однако коллективистическим культурам в гораздо большей мере) присуще представление об имманентной справедливости как о высшем законе (Соснина, 2005).

Большинство респондентов признают нравственность показателем силы личности (72,1%) и не согласны с тем, что мораль нужна только слабым (72,1%), она также нужна и сильным, чтобы знать, как себя вести (59,3%), как противостоять соблазнам и своим слабостям (67,1%), влиянию близких (49,9%). Слаб тот, кто нарушает нравственные нормы (62,3%).

Многие согласны с тем, что общество определяет нравственность и безнравственность своих членов (48,7%). Наши респонденты не согласны с тем, что человек от рождения добр или зол и не виноват в этом (59,9%). Они не согласны и с тем, что человек добр или зол в результате определенного воспитания и не виноват в этом (63,5%). Можно предположить, что, по их мнению, ни воспитание, ни наследственность не могут служить оправданием негодяю, тем более, что многие уверены: можно оставаться нравственным в безнравственном мире (58,2%), зрелая личность способна противостоять негативному влиянию среды (73,6%). Каждый отвечает за свое поведение сам (89%).

Многие респонденты считают, что нравственные нормы необходимо соблюдать в любой ситуации (46,9%). Однако немало и тех, кто с этим не согласен (30,9%). Подавляющее большинство допускает отступление от нравственных норм в ситуации опасности и ради близких людей (73,3%), но не допускает в тех случаях, когда просто можно скрыть факт нарушения (53,7%). По-видимому, только исключительная ситуация, а не личная прихоть может слу-

жить оправданием отклонению от должного. Многие респонденты испытывают чувство удовлетворения при соблюдении норм (68%) и угрызения совести при отклонении от них (60,5%). Однако нарушение норм может радовать не меньше (42,7%). Многие могут нарушить нравственные нормы при взаимодействии с тем, кто им не нравится (48,7%). Следовать нормам в ущерб себе (31,4%) и отказаться от этого (38,6%) готово примерно равное количество респондентов. Наши респонденты не стремятся соблюдать те нормы, которые они не принимают (52,8%).

Многие согласны с тем, что нужно не только самому соблюдать нравственные нормы, но и противодействовать их нарушению и поддерживать тех, кто соблюдает нормы (60,8%). Однако вмешиваться в чужие этически сложные ситуации большинство не считают возможным (70,3%), хотя и испытывают негативные эмоции при виде нарушения нравственных норм в отношении посторонних (60,8%) и удовлетворение, если удастся пресечь чье-то безнравственное поведение (55,2%). Похоже, что наши респонденты вмешиваются в чужую ситуацию, если видят явное нарушение нравственных норм, а если ситуация неоднозначна, предпочитают не встречать. Большинство респондентов уверено, что, не делая добра, нельзя быть счастливым (70,3%). Респондентов, заявивших, что они стараются бороться со злом (35%), и тех, кто этого не делает (31,5%), примерно равное количество, а тех, кто совершает добро и поддерживает тех, кто его совершает, подавляющее большинство (76%). Позицию неумножения зла (и добра) занимает немалое число респондентов (34,1%), но тех, кто не согласен с такой позицией, все же несколько больше (39,5%).

Наши респонденты рады ответить добром на добро (88,7%) и не стремятся к мести (51,3%), хотя и сохраняют обиду (44,2%). Закон «талиона» не слишком популярен (только 27,3% респондентов придерживаются его). 58,1% убеждены, что нельзя отвечать злом на зло. Да и не у всех получается – 43,3% респондентов не могут так поступать. Нужно одобрять нравственное поведение, так как это способствует его развитию, считают 84,3%. 73% респондентов стараются вознаграждать людей за добрые поступки. Не стремятся вознаграждать людей за нравственное поведение 36,2% респондентов, так как такое поведение совершается добровольно. 34,4% респондентов подходят к этому иначе. При разной формулировке вопроса разное число респондентов выражают готовность вознаграждать нравственное поведение окружающих.

Ради достижения желаемого готовы (36,2%) и не готовы (39,8%) пренебречь чужими интересами примерно равное количество респондентов. Многие не согласны с тем, что хорошие люди – это только те, кто добр с ними (64,4%). Чьи интересы должны быть учтены в первую очередь – свои или других людей – очень трудный вопрос: 37,7% респондентов поставили на первое место других людей, 35% не дали определенного ответа, а 27,3% поставили на первое место себя. Многие признаются, что поддерживают тех, кто им полезен (48,4%), и убеждены, что никто, кроме их самих, не позаботится об их интересах (73,3%). 46,3% наших респондентов не согласны с тем, что окружающие при любой удобной возможности могут воспользоваться их слабостью. Но немало и тех, кто не доверяет другим людям (32%).

Также многие респонденты заявили, что готовы заботиться о друзьях (70,3%) в любой ситуации (69,1%) и в ущерб другим людям (49%). Только 38% респондентов уверены в том, что их друзья – высоконравственные люди. Однако совсем не беспокоиться о тех, кто не входит в число близких друзей, все же нельзя (64,7%). Примерно равное количество респондентов готовы (32,3%) и не готовы (35,9%) отдать приоритет интересам близких перед своими личными.

Большинство готово руководствоваться общечеловеческими ценностями при принятии решений (61,1%), учитывать интересы других людей (70,3%), признавать всеобщее равенство (71,2%), оказывать помощь нуждающимся (85,2%). Половина респондентов верят в то, что отъявленный негодяй может раскаяться (50,7%), но не согласны с тем, что жестокие преступники заслуживают милосердия (54,9%).

Большинство респондентов согласны с необходимостью учета последствий каких-либо решений для окружающей среды (81,9%), ответственности за будущее планеты и ее обитателей (77,5%), создания ценностей (79,5%), способствующих преумножению добра (79,8%), выработке норм взаимодействия людей (71,8%), новых этических «кодексов» (64,1%) в нестабильных условиях.

Таким образом, в нравственном самоопределении молодежи можно заметить как общность нравственной позиции, так и расхождение взглядов (в ответах респондентов на вопросы методики «Нравственное самоопределение личности» нет ни единства, ни выраженной полярности). Общность наблюдается в убежденности, что мораль формируется в человеческом сообществе как необходимое условие

взаимодействия его членов, она неизменна. Наши респонденты придерживаются представлений о личной ответственности каждого за свой моральный облик и не склонны перекладывать ее на наследственность или влияние окружающей среды. Отклонение от должного допускается ими только в крайних случаях. Также они убеждены в необходимости активной нравственной позиции, получении удовлетворения от соблюдения нравственных норм, соглашаются с гуманистическими утверждениями и осознают свою ответственность за будущее всего живого. Расхождение взглядов наблюдается по вопросам божественность/искусственность происхождения нравственности, возможность/невозможность замены нравственности законами, готовность/неготовность понести ущерб ради соблюдения нравственных норм, борьба со злом/пассивность, а также по вопросу: может ли закоренелый преступник измениться и получить прощение? Можно отметить полярные группы респондентов (ответы на один пункт методики «Нравственное самоопределение личности» выражено полярно, нейтральных ответов мало):

- считающие возможной безнаказанную счастливую, не обремененную моральными нормами жизнь и те, кто считает это невозможным;
- те, кто считает людей нравственными от природы, и их противники;
- готовые пренебречь интересами других ради личной выгоды и не готовые к такому;
- доверяющие намерениям окружающих и не доверяющие.

Ввиду особой значимости в структуре нравственного самоопределения **нравственных идеалов и нравственных ориентиров** их изучению было посвящено специальное исследование. В нем участвовали 64 человека – студенты трех московских вузов, получающие первое высшее образование, преимущественно девушки. Исследование носило поисковый характер. В анкете спрашивалось о наличии нравственного идеала и нравственного ориентира, предлагалось назвать человека, который им является, и указать его нравственные качества. Исследование было анонимным, респондентам разъяснялось, что они могут отражать свою точку зрения, не оглядываясь на социальные нормы, что отрицательный ответ также приемлем, как и положительный.

Качества, которыми, по мнению респондентов, обладает (или должен обладать) нравственный идеал или нравственный ориентир, бы-

ли подвергнуты контент-анализу, в котором были выделены нравственные, коммуникативные, лидерские качества, эмоциональный интеллект, интеллектуальные показатели (академический интеллект), трудовая активность и категория «прочее».

О наличии нравственного идеала заявили 27 человек, у 37 человек его нет. О наличии у себя нравственного ориентира заявили 37 человек, у 27 человек его нет. Выявлены те, у кого нет ни нравственного идеала, ни нравственного ориентира, и те, у кого нет или нравственного идеала, или ориентира. Не различают нравственный идеал и нравственный ориентир 8 человек.

В качестве *нравственного идеала* студенты называют членов семьи, родственников (10 – отец, муж, мать, сестра, бабушка – женщин упоминают чаще), друзей (1), преподавателей (2), идеальный образ себя (2), литературных и кино-персонажей (князь Мышкин, средневековый рыцарь, Остап Бендер, Форрест Гамп, доктор Кто), актеров (Безруков), музыкантов (Илья Черт – гр. «Пилот»), спортсменов (Дэвид Бэкхем), общественных (мать Тереза) и политических (В. И. Ленин, Ирина Хакамада, Сталин) деятелей, есть те, кто не встречал нигде такого человека, который мог бы быть нравственным идеалом (1), и те, кто считает, что человек в принципе не может быть нравственным идеалом, им может быть только Бог (1).

В качестве *нравственного ориентира* также выступают члены семьи, родственники (17 – отец, мать, бабушка, тетя, дядя, сестра, муж, любимый), друзья и знакомые (3), литературные персонажи (А. Карамазов, Маргарита, Тайлер Дреден), актеры (2), учителя (2), исторические личности (1), для некоторых это собирательный образ (2) или неперсонализированный источник света и добра (1).

Упоминание близких родственников в качестве примеров людей, являющихся нравственным идеалом или ориентиром, вполне закономерно, ведь это именно те люди, которых молодой человек может наблюдать непосредственно в повседневной жизни. Известно, что личный пример – наилучший способ воспитания.

Нравственный идеал наделяется следующими качествами (таблица 3): доброта, честность, справедливость, ответственность, толерантность, воля, смелость, образованность, сила, милосердие, искренность, взаимопомощь, добронравие, благородство, чувство юмора, понимание, мужество, спокойствие, сильный характер, лидерские качества, целеустремленность, мудрость.

Нравственный ориентир наделяется следующими качествами (таблица 4): доброта, честность, отзывчивость, ум, образованность,

Таблица 3
Качества нравственного идеала

Нравственные качества	Коммуникативные качества	Эмоциональный интеллект	Лидерские качества	Трудовая активность	Интеллектуальные показатели	Прочее
верность своим принципам патриотизм, верность семье, честность (9), справедливость (5), доброта (13), ответственность (5), честь, милосердие (3), высокая нормативность заботливый отзывчивость, готовность прийти на помощь, искренность (2), всепрощение, толерантность (5), взаимопомощь (2), никогда не относится к людям предвзято, всегда судит честно, преданность, неподкупность, четкая определенность принципов, добронравие (2), благородство (2), героизм, верность чести и долгу, верность слову, уважение к родителям, порядочность	чувство юмора (2), никогда никого не оскорбляет, но делает для себя выводы, душевный, умение поддаться беседе, понимание (2), умение слушать своего собеседника, умение преподнести себя, расположить к общению, манера общения, открытость новому, остроумие, хитрость, простота, доброжелательность ко всем	эмоциональная устойчивость, спокойный (2), умиротворенный, открытый чувствительным (положительным), не срывается на окружающих из-за своих проблем, т. к. он может взять на себя ответственность за свое состояние и не винить других в том, что оно бывает плохим, эстет. оптимизм, адекватность	мужество (2), воля (4), сильный характер (2), решительность, сила (3), управляет ситуацией, гражданская позиция, расчетливость, уверенность, стальной характер (силыный), гордая, энтузиазм, увлеченность, смелость (3), жажда приключений, активность, стойкость, лидерские качества (2)	целеустремленность (2), профессионализм, чувство долга, педантичность, аккуратность	ум, рассудительный, мудрый (2), всеведующий, начитанность, образованность (3), умеет поддерживать любой разговор, просветленность, взгляды на бытие, взгляды на общество и на то, каким оно должно быть, критичность, но не скептицизм, логичность мысли	не нуждающийся ни в чем, красивый телом и душой, очень элегантно, но непоколебимое ощущение грани между «хорошим» и «плохим», которое подходит для его модели мира идеально, их много, он есть суть совершенства, внешний вид, вид деятельности, воспитана в аристократическом стиле, аферизм, просто она самая лучшая и я хочу быть в будущем на нее похожа

Таблица 4
Качества нравственного ориентира

Нравственные качества	Коммуникативные качества	Эмоциональный интеллект	Лидерские качества	Трудовая активность	Интеллектуальные показатели	Прочее
ответственность (2), смирение, нравственность (2), любовь к ближнему, кротость, добра (13), справедливость (3), честность (6), заботливая (3), порядочная (3), любовь, принципиальность, взаимопомощь, отсутствие желания казаться лучше, чем на самом деле, хорошее отношение к людям, уважение к окружающим, толерантность, действует по совести, всегда готова помочь и поддержать, человек слова, внимание к близким людям	естественный, открытость, внимательная, терпеливая (3), воспитанность (2), интеллигентность, душевный, отзывчивый (5), искренность, с хорошими манерами, понимание (2), умение слушать собеседника, умение поддерживать беседу, манера общения, доброжелательность (2), умеет со всеми найти общий язык, вежливый, понимающий	сердечность, эмоционально сильный, эмпат, внутренний контроль, спокойный, веселая, умеет сопереживать, открытый чувств-вам (положительным), умение видеть свои реакции внутри и такие реакции других людей, жизнелюбие	сила воли (2), умение выйти из любой ситуации, решительная (2), сильный (2), независимость, смелость (2), стрессоустойчивая, уверенность, способность преодолевать и справляться со всеми трудностями и проблемами, независимость от чужого мнения (2), активная (2), харизматичный, социальный статус, положение в обществе	упорство, целеустремленность (2), вера в то, чем он занимается, преданность своему делу, заинтересованность (2), трудолюбивая (3), доводит начатое до конца	мудрость (3), адекватность восприятия мира, ум (5), сообразительный, рассудительный (2), всеведущий, образованная (4), мировоззрение, гностический подход	трезвый взгляд на жизнь, объективная, умиротворенный, не нуждающийся ни в чем, красивый телом и душой, очень элегантно, но не поколебимое ощущение грани между «хорошим» и «плохим», которое подходит для его модели мира идеально, их много, шедрай, начитанность, сила характера, вместе с чувством юмора, женственностью, упорностью, жесткостью, когда необходимо, другими словами, моя бабушка совмещает в себе характеристики воина и женщины, восприятие окружающего мира и современного образа жизни, гуманизм через призму здравого скептицизма, отношение к семье

заботливость, порядочность, справедливость, терпеливость, трудолюбивость, мудрость, ответственность, нравственность, доброжелательность, понимание, воспитанность, внимательность, сила воли, решительность, сила, смелость, активность, целеустремленность, заинтересованность, рассудительность.

Основной функцией нравственного идеала и ориентира является способность задавать направление нравственного самоопределения, быть «путеводной звездой», поэтому присутствие среди качеств нравственного идеала и ориентира лидерских вполне закономерно. Можно отметить, что, как и ожидалось, нравственный ориентир более конкретен и реален по сравнению с идеалом. С одной стороны, он более достижим, с другой – более функционален, ориентирован на вполне конкретные цели и задачи жизнедеятельности субъекта.

Факторная структура компонентов нравственного самоопределения

На первом этапе построения эмпирической структуры нравственного самоопределения был выполнен факторный анализ по методу главных компонент (вращение Varimax normalized). Было выделено 4 фактора, в совокупности объясняющих 53,34% дисперсии (таблица 5).

Первый фактор «Нравственная активность» объясняет 29,05% дисперсии. В него входят такие показатели, как нравственность – сила личности (0,55), эмоциональный компонент обязательности соблюдения нравственных норм (0,64), когнитивный компонент активности нравственного поведения (0,72), эмоциональный компонент активности нравственного поведения (0,72), конативный компонент активности нравственного поведения (0,77), гуманистическая ориентация (0,49), мирозидательная ориентация (0,65).

Второй фактор «Взаимность нравственного поведения» объясняет 11,99% дисперсии. В него входят конативный компонент обязательности соблюдения нравственных норм (–0,43), когнитивный компонент взаимности нравственного поведения (0,69), эмоциональный компонент взаимности нравственного поведения (0,69), конативный компонент взаимности нравственного поведения (0,54), группоцентрическая ориентация (0,52).

Анализ этого фактора показывает, что группоцентрическая ориентация устойчиво связана со стратегией взаимности на когнитивном, эмоциональном, конативном уровнях, а также со стратегией

необязательности соблюдения нравственных норм на конативном уровне. Это эмпирическое проявление «закона талиона» – одного из механизмов клановой морали, сохранившегося по сей день (Гусейнов, 1964; Философия и этика, 2009).

Третий фактор «Нравственно-мировоззренческие убеждения» объясняет 6,43% дисперсии. В него входят значимость морали для общества (0,64), природа нравственности личности (представление о внутреннем или внешнем происхождении нравственности личности) (0,77).

Четвертый фактор «Нравственно-нормативные убеждения» объясняет 5,87% дисперсии. В него входят такие показатели, как происхождение нравственности как явления (естественное или искусственное) (0,78), абсолютность/относительность нравственности (0,75), существование воздаяния за добро и зло (0,56), когнитивный компонент обязательности соблюдения нравственных норм (0,5), эгоцентрическая ориентация (–0,51).

Сопоставление результатов факторного анализа с концептуальными представлениями показало, что в фактор «нравственно-мировоззренческие убеждения» вошли элементы, которые в ходе теоретического анализа мы рассматривали в качестве «стержня» нравственного самоопределения. В остальных факторах смешаны элементы, отнесенные в теоретической модели и к «стержню» и к «оболочке». Это говорит, во-первых, о существовании тесной связи между элементами, отнесенными к этим двум основным уровням, во-вторых, мы предполагаем, что в молодом возрасте «ценностно-нравственный стержень» представляет собой достаточно аморфное, несформированное нравственно-психологическое образование. По нашему мнению, именно это иллюстрируется полученными данными. Однако с возрастом количество входящих в «стержень» смыслов, ценностей и притязаний будет возрастать (это косвенно подтверждается данными ряда исследований – Рогов, 1999; Фоломеева, 2005), число связей между ними увеличится, «стержень» станет, образно говоря, более «плотным».

В целом в соответствии с нашими концептуальными положениями и в результате эмпирического исследования два фактора «нравственно-мировоззренческие убеждения» и «нравственно-нормативные убеждения» могут рассматриваться как «стержень» нравственного самоопределения, а два других – «нравственная активность» и «взаимность нравственного поведения» – содержат элементы и стержня, и оболочки.

Таблица 5

Факторная структура нравственного самоопределения личности
(жирным шрифтом выделены
максимальные нагрузки переменных)

Шкалы	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3	Фактор 4
Происхождение нравственности как явления	0,08	0,05	–0,02	0,78
Значимость морали, нравственности для общества	0,35	–0,09	0,64	0,09
Абсолютность/относительность нравственности	0,03	–0,12	0,17	0,75
Воздаяние за добро и зло	0,40	–0,01	0,09	0,56
Представление о нравственности как о силе или слабости личности	0,55	0,03	0,49	0,15
Природа нравственности личности	–0,02	0,03	0,77	0,18
Когнитивный компонент обязательности/необязательности соблюдения нравственных норм	0,33	–0,32	0,20	0,50
Эмоциональный компонент обязательности/необязательности соблюдения нравственных норм	0,64	–0,06	0,17	0,32
Конативный компонент обязательности/необязательности соблюдения нравственных норм	0,41	–0,43	0,05	0,40
Когнитивный компонент активности/пассивности	0,72	–0,05	–0,03	0,06
Эмоциональный компонент активности/пассивности	0,72	0,07	0,25	0,16
Конативный компонент активности/пассивности	0,77	0,05	–0,11	0,12
Когнитивный компонент взаимности/невзаимности нравственного поведения	–0,05	0,69	–0,10	–0,22
Эмоциональный компонент взаимности/невзаимности нравственного поведения	–0,04	0,69	0,17	–0,18
Конативный компонент взаимности/невзаимности нравственного поведения	0,19	0,54	0,15	0,09
Эгоцентрическая ориентация	–0,24	0,40	–0,17	–0,51
Группоцентрическая ориентация	0,10	0,52	–0,29	0,08
Гуманистическая ориентация	0,49	–0,05	0,10	0,46
Мирозидательная ориентация	0,65	0,25	0,32	0,10

Интересным фактом является невыраженность в эмпирической факторной структуре влияния нравственных ориентаций. Объяснением может выступать тот факт, что нравственные ориентации оказывают значимое влияние на очень многие компоненты нравственного самоопределения и это влияние «рассеивается» одновре-

менно по многим факторам. Как видно из таблицы 3, каждая из ориентаций (эгоцентрическая, группоцентрическая, гуманистическая, мирозидательная) имеет значительные нагрузки (от 0,40 до 0,65) как минимум по двум факторам.

На втором этапе анализа эмпирических результатов мы поставили задачу выявить элементы нравственного самоопределения, наиболее тесно связанные с другими. Этот прием, в частности, используется в исследованиях социальных представлений для выделения их «ядра». Мы также предположили, что элементы «стержня» самоопределения окажутся наиболее тесно связанными с другими элементами. Чтобы выявить структуру связей между элементами, составляющими уровни самоопределения, а также связи между элементами разных уровней, был выполнен корреляционный анализ (таблица 6).

Результаты показали, что на уровне $R \geq 0,4$ (коэффициент корреляции Спирмена) образуются следующие корреляционные плеяды (рисунок 7): наблюдаются многочисленные связи между элементами фактора «Нравственная активность» (гуманистическая и мирозидательная ориентация, когнитивный, эмоциональный и поведенческий компоненты активности, нравственность – сила личности, эмоциональный компонент обязательности соблюдения нравственных норм), а также связи элементов этого фактора с элементами факторов «Нравственно-нормативные убеждения» (воздаяние, когнитивный компонент обязательности соблюдения нравственных норм) и «Нравственно-мировоззренческие убеждения» (значимость морали для общества). Также появляются отдельные связи элементов фактора «Нравственно-нормативные убеждения» между собой (когнитивный компонент обязательности соблюдения нравственных норм, эгоцентрическая ориентация) и с элементами фактора «Взаимность нравственного поведения» (поведенческий компонент обязательности соблюдения нравственных норм).

Анализ всех значимых взаимосвязей ($R \geq 0,3$; $P < 0,05$) позволил выделить элементы, имеющие наибольшее число связей со всеми остальными. Можно заметить, что наиболее плотные связи между элементами и наибольшее их количество выявлено в факторе «Нравственная активность». В частности, наибольшее число связей с другими элементами имеет «эмоциональный компонент обязательности соблюдения нравственных норм» (10 связей) (рисунок 8), немного отстает от него (9 связей) «гуманистическая ориентация» (рисунок 9), на третьем месте (8 связей) – показатели «нравствен-

Таблица 6
Значимые корреляций компонентов методики «Нравственное самоопределение личности» между собой (для краткости и обзорности представленных результатов названия шкал заменены их номерами, а дублирующиеся данные корреляций не представлены)

	Шкала 1	Шкала 2	Шкала 3	Шкала 4	Шкала 5	Шкала 6	Шкала 7	Шкала 8	Шкала 9	Шкала 10	Шкала 11	Шкала 12	Шкала 13	Шкала 14	Шкала 15	Шкала 16	Шкала 17	Шкала 18	Шкала 19
Шкала 1		0,15	0,35	0,31	0,19	0,28	0,21	0,19	0,14	0,17	0,14	0,17	0,14	0,14	0,14	-0,29	0,32		
Шкала 2			0,20	0,21	0,42	0,33	0,26	0,27	0,25	0,34	0,20	0,20	-0,18	-0,17	-0,17	-0,29	0,25		
Шкала 3				0,27	0,21	0,16	0,40	0,29	0,34	0,20			-0,17	-0,17	-0,36	0,23			
Шкала 4					0,35	0,22	0,31	0,35	0,26	0,16	0,36	0,26	-0,27		0,15	-0,27	0,43	0,28	
Шкала 5						0,30	0,30	0,45	0,27	0,35	0,48	0,35	-0,11	0,15	-0,27	0,33	0,39	0,39	
Шкала 6							0,19	0,17	0,18	0,28	0,28	0,28	-0,16	0,17	-0,16	0,12	0,23	0,23	
Шкала 7							0,42	0,45	0,28	0,27	0,21	0,21	-0,25	-0,26	-0,47	-0,12	0,31	0,20	
Шкала 8								0,39	0,42	0,49	0,38	0,38	-0,11		-0,33	0,38	0,36	0,36	
Шкала 9									0,31	0,23	0,26	0,26	-0,29	-0,33	-0,44	0,25	0,25	0,25	
Шкала 10										0,39	0,37	0,37	-0,29	-0,13	-0,16	0,21	0,34	0,34	
Шкала 11											0,55	0,55			0,19	-0,25	0,33	0,45	
Шкала 12															0,19	-0,23	0,32	0,42	
Шкала 13														0,38	0,24	0,30	0,21	-0,25	
Шкала 14															0,21	0,28	0,15		
Шкала 15																	0,14		0,28
Шкала 16																	0,23	-0,36	-0,16
Шкала 17																			
Шкала 18																			
Шкала 19																			

Условные обозначения шкал:

- 1 – Присхождение нравственности как явления
- 2 – Значимость морали, нравственности для общества
- 3 – Абсолютность/относительность нравственности
- 4 – Воздаяние за добро и зло
- 5 – Представление о нравственности как о силе или слабости личности
- 6 – Природа нравственности личности
- 7 – Когнитивный компонент обязательности соблюдения нравственных норм

- 8 – Эмоциональный компонент обязательности соблюдения нравственных норм
- 9 – Когнитивный компонент обязательности соблюдения нравственных норм
- 10 – Когнитивный компонент активности/пассивности
- 11 – Эмоциональный компонент активности/пассивности
- 12 – Когнитивный компонент активности/пассивности
- 13 – Когнитивный компонент обязательности соблюдения нравственного поведения

- 14 – Эмоциональный компонент взаимности/независимости нравственного поведения
- 15 – Когнитивный компонент взаимности/независимости нравственного поведения
- 16 – Эгоцентрическая ориентация
- 17 – Группоцентрическая ориентация
- 18 – Гуманистическая ориентация
- 19 – Мирозидательная ориентация

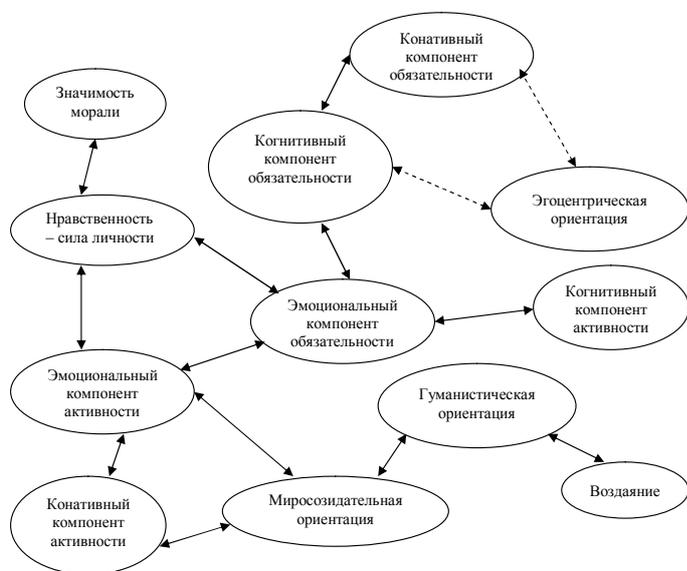


Рис. 7. Корреляционные плеяды элементов нравственного самоопределения на уровне $R \geq 0,4$ (сплошные стрелки – положительные, пунктирные – отрицательные взаимосвязи)

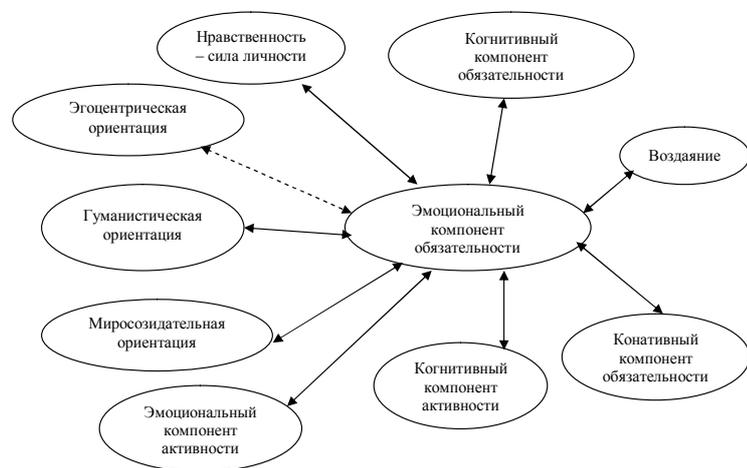


Рис. 8. Корреляционные взаимосвязи эмоционального компонента стратегии обязательности соблюдения нравственных норм с другими элементами нравственного самоопределения (сплошные стрелки – положительные, пунктирные – отрицательные взаимосвязи)

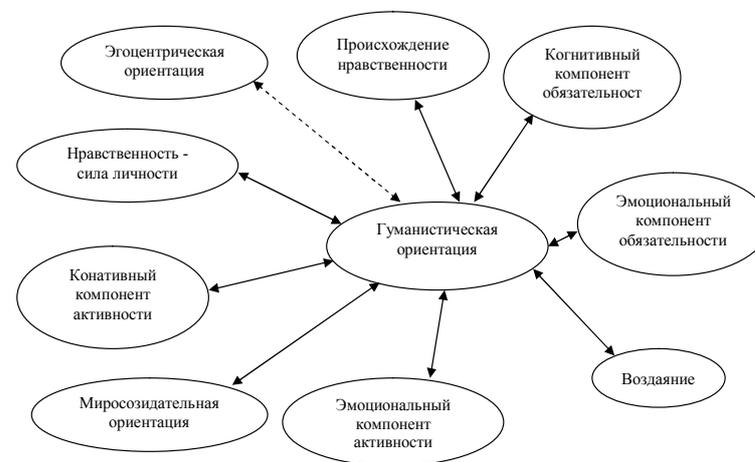


Рис. 9. Корреляционные взаимосвязи гуманистической нравственной ориентации с другими элементами нравственного самоопределения (сплошные стрелки – положительные, пунктирные – отрицательные взаимосвязи)

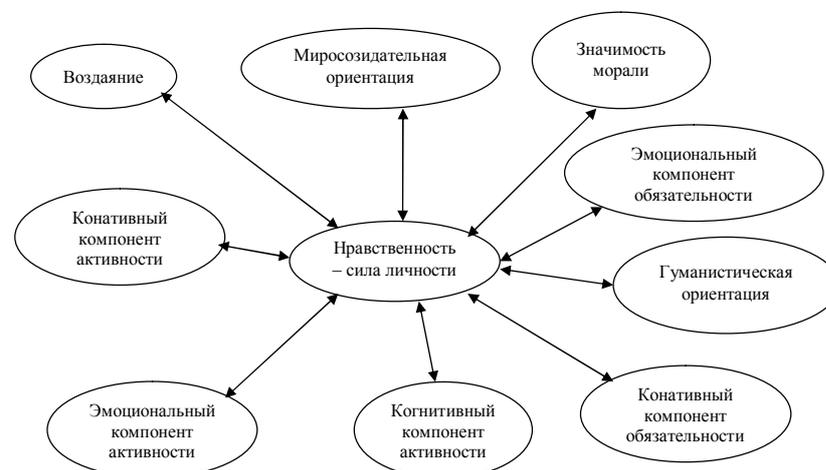


Рис. 10. Корреляционные взаимосвязи представления о нравственности как показателе силы или слабости личности с другими элементами нравственного самоопределения (все взаимосвязи положительные)

ность – сила личности» (рисунок 10) и «эмоциональный компонент активности», на четвертом месте – «миросозидательная ориентация» (7 связей).

Фактор «Нравственно-нормативные убеждения» по числу связей между элементами находится на втором месте. В частности, наибольшее число связей с другими элементами имеют показатели «воздаяние за добро и зло», «когнитивный компонент обязательности соблюдения нравственных норм» и «эгоцентрическая ориентация» (по 6 связей). Элементы фактора «Взаимость нравственного поведения» имеют мало связей с элементами других факторов и еще меньше – между собой. Элементы фактора «Нравственно-мировоззренческие убеждения» имеют значимые связи с элементами других факторов и между собой, например, с элементами фактора «Нравственная активность», в частности, с миросозидательной ориентацией.

Обобщая данные факторного и корреляционного анализа, можно сделать заключение, что в структуре нравственного самоопределения имеются наиболее значимые элементы, тесно связанные с другими, которые могут быть отнесены к «стержню» самоопределения. Такими элементами выступают нравственные ориентации и некоторые базовые нравственные убеждения. В то же время факторный анализ позволил вывить «зоны», или «секторы», самоопределения, в которых объединены элементы функционального назначения, например, связанные с активностью личности или принципами поведения. В этих зонах присутствуют как элементы «оболочки» (правила поведения), так и элементы «стержня» (нравственные ориентации и базовые убеждения).

Так, определенная зона, или «сектор», нравственного самоопределения представлена фактором «Нравственная активность», включающим элементы нравственных ориентаций, представлений и стратегий, т. е. в этом факторе присутствуют элементы «стержня» нравственного самоопределения (гуманистическая и миросозидательная ориентации) и базовые убеждения (представления о нравственности как о силе или слабости личности), которые и определяют элементы «оболочки». Аналогично и фактор «Взаимость нравственного поведения» объединяет элемент «стержня» (группоцентрическая ориентация) и элементы «оболочки» (конативный компонент обязательности соблюдения нравственных норм, когнитивный, эмоциональный и конативный компонент взаимности нравственного поведения). Как мы уже отметили, этот фактор – эмпирическое проявление или реализация принципа «талиона».

В результате анализа было установлено, что различные нравственные ориентации не исключают друг друга. Полярными и взаимоисключающими можно признать только гуманистическую и эгоцентрическую ориентации. Миросозидательная ориентация хотя и связана с гуманистической корреляционными взаимосвязями, но все же относительно независима. Группоцентрическая ориентация стоит также особняком. Она имеет некоторую взаимосвязь только с эгоцентрической ориентацией.

Особое место в структуре нравственного самоопределения по результатам факторного и корреляционного анализа заняли эмоциональный компонент обязательности соблюдения нравственных норм, а также когнитивный, эмоциональный и конативный компоненты активности нравственного поведения. Можно предположить, что эти эмоциональные и конативные феномены, а точнее, некоторые базовые нравственные эмоции и проявления активности также могут быть составляющими стержня самоопределения. Это предположение согласуется с авторской моделью, согласно которой нравственность имеет духовное, социальное, биологическое и прагматическое основание (Купрейченко, 2010, 2011). Например, способность к состраданию и безусловное стремление оказать помощь любому, кто в ней нуждается, могут быть биологически обусловленными свойствами и выступать основой нравственных убеждений и принципов. Такое понимание оснований нравственности позволяет считать фактор «Нравственная активность», объединяющий нравственные ориентации, базовые нравственные убеждения, эмоции и формы активности в ситуации нравственного выбора, эмпирически выделенным «стержнем» нравственного самоопределения.

Необходимо отметить, что между «стержнем» и «оболочкой» имеет место двунаправленное взаимодействие. Так, нравственные ориентации определяют стратегии поведения личности. Однако влияние внешних условий, социально-экономических изменений и значимого окружения может также изменять линию поведения субъекта. Новые стратегии поведения (принятые не вполне осознанно, подражательно или же сознательно с целью самовоспитания) формируют новые представления и ориентации. Миросоззрение строится на основе усвоенных в процессе социализации моделей поведения. Через поведение опыт взаимодействия с другими субъектами оно же и меняется. В молодом возрасте обретение своей подлинной сущности может проходить в различных формах, например,

как поиск предела своих возможностей посредством постановки и достижения целей повышенной трудности или экспериментирование с социальными ролями, нормами, правилами. Этот поиск направлен, с одной стороны, на освобождение личности от чуждого, наносного, принятого под влиянием окружения или выполняемого в силу стереотипа, привычки, а с другой стороны, на осознание того, что для человека действительно значимо, дорого, доступно, необходимо и т. д.

На выборке взрослых или пожилых респондентов, а также на представительной выборке всех возможных возрастных групп число уровней нравственного самоопределения может оказаться иным, причем как больше, так и меньше. Можно предположить, что с возрастом, с накоплением жизненного опыта (не только проявления заботы и взятия на себя ответственности, но и решения моральных дилемм, нахождения компромиссов, отказа от некоторых принципов и убеждений и т. д.) структура нравственного самоопределения усложняется, следовательно, возрастает число его уровней, однако на выборке широкого возрастного диапазона эти особенности будут сглаживаться и число уровней самоопределения будет небольшим. Кроме возраста респондентов существуют и другие факторы, определяющие сложность уровневой структуры нравственного самоопределения. Это могут быть как личностные (например, развитый эмоциональный интеллект), так и групповые факторы (например, профессиональная принадлежность).

Выше мы предложили объяснение результатов факторного и корреляционного анализа с точки зрения уровневой модели А. Л. Журавлева и А. Б. Купрейченко. Однако они также могут быть проинтерпретированы с позиции упомянутой выше модели четырех оснований нравственности А. Б. Купрейченко (подробно описанной в главе 2). Выше было установлено, что элементы стержня нравственного самоопределения (базовые убеждения, эмоции и конатации) распределены по нескольким факторам. С точки зрения упомянутой модели, этот факт объясняется тем, что *каждый из выделенных факторов может относиться к одному из четырех оснований нравственности: биологическому, духовному, социальному, прагматичному*. Подтвердить или опровергнуть это предположения помогут результаты кластеризации компонентов нравственного самоопределения.

Кластерный анализ компонентов нравственного самоопределения

Для проверки эмпирической структуры нравственного самоопределения, полученной при помощи факторного анализа, был выполнен кластерный анализ шкал методики «Нравственное самоопределение личности» по методу Евклидовой метрики (см. рисунок 11).

Можно отметить две примерно равные по численности и четко раздельные группы элементов нравственного самоопределения:

- 1) нравственность – сила личности, признание высокой значимости морали для общества, естественная природа нравственности, гуманистическая ориентация, признание существования воздаяния за добро и зло, эмоциональный и конативный компоненты активности нравственного поведения, мирозидательная ориентация, эмоциональный компонент обязательности соблюдения нравственных норм;
- 2) абсолютность/относительность нравственных норм, происхождение нравственности, группоцентрическая ориентация, когнитивный, эмоциональный и конативный компоненты взаимности нравственного поведения, эгоцентрическая ориентация, конативный компонент обязательности соблюдения нравственных норм, когнитивный компонент активности.

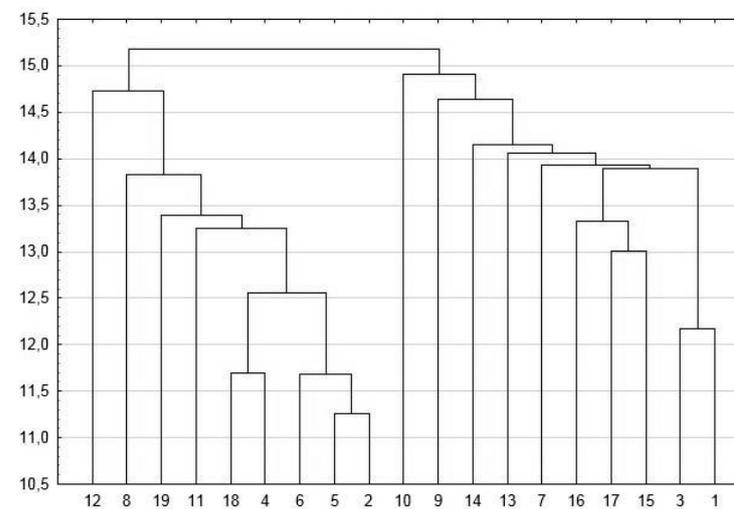


Рис. 11. Кластерный анализ компонентов нравственного самоопределения

Все входящие в первый большой кластер компоненты берут свое начало из *биологических и духовных оснований нравственности*. Так, представления о естественном происхождении нравственности, признание существования воздаяния за добро и зло, эмоциональный компонент обязательности соблюдения нравственных норм и готовность к активности в нравственном поведении, несомненно, связаны с биологически обусловленным базовым свойством психики человека – с ее активностью. Представление о том, что нравственность есть сила личности, скорее всего, базируется на лабильности психики. Однако можно предположить, что это убеждение одновременно обусловлено высоким уровнем духовности личности (так же как и представление о высокой значимости морали для общества, гуманистическая и миротворческая ориентация). Эти представления, несомненно, характеризуют человека зрелого, мудрого, гуманного, небезразличного к судьбе человечества и мира.

Компоненты, образующие второй кластер, по нашему мнению, основываются на более узком понимании роли морали, берущем свое начало в *социальном и прагматичном основаниях нравственности*. Так, уверенность личности в абсолютности или относительности нравственных норм и готовность к их обязательному соблюдению, ответственность личности за собственную нравственность, а также группоцентрическая ориентация формируются в ходе социализации человека, т. е. базируются на социальном основании нравственности. А в эгоцентрической ориентации и взаимности нравственного поведения, скорее, проявляется прагматическое основание.

В двух больших кластерах можно выделить внутренние подгруппы элементов. В первом – внутренний кластер, состоящий из элементов «нравственность – сила личности», «значимость морали для общества», «естественная природа нравственности личности», «гуманистическая ориентация», «существование воздаяния за добро и зло», к нему присоединяются прочие элементы этого кластера. Его можно считать *осевой частью стержня* нравственного самоопределения.

Во втором большом кластере можно выделить два подкластера: 1) абсолютность/относительность, происхождение нравственности; 2) группоцентрическая ориентация, конативный компонент взаимности, эгоцентрическая ориентация. Прочие элементы второго большого кластера присоединяются после объединения этих подкластеров. Первый внутренний подкластер состоит из представлений о нравственности, морали, его можно считать *переходной зоной*

между стержнем и оболочкой; а второй – в большей мере из ориентаций, его можно считать *оболочкой* нравственного самоопределения. Прочие элементы второго большого кластера образуют *поверхностный слой* нравственного самоопределения.

Таким образом, кластерный анализ дополняет результаты факторного и корреляционного анализа компонентов нравственного самоопределения. В целом, как можно видеть, *компоненты нравственного самоопределения различаются по значимости* и могут быть отнесены к стержню или оболочке нравственного самоопределения и одновременно, как показали результаты кластерного и факторного анализа, *различаются по своей природе* и группируются в соответствии с разными основаниями нравственности (биологическим, духовным, социальным и прагматичным). Предложенные теоретические структуры нравственного самоопределения (уровневая модель и модель четырех оснований нравственности) являются далеко не единственными возможными объяснительными принципами. Еще один важный вопрос о взаимовлиянии отдельных компонентов проясняет сущность процесса нравственного самоопределения. Данные были получены в ходе регрессионного анализа, представленного ниже.

Регрессионный анализ компонентов нравственного самоопределения

Для выявления характера влияния нравственных ориентаций и представлений на стратегии нравственного поведения был проведен нелинейный регрессионный анализ по технологии подгонки кривых (см. приложение 5.7). Чтобы проверить гипотезу о противоположном влиянии, была смоделирована обратная регрессия элементов (см. приложение 5.8). При сопоставлении данных выявлено, что наблюдается как влияние нравственных представлений на стратегии нравственного поведения, так и обратное влияние (рисунок 12).

Представления о происхождении нравственности как явления определяют когнитивный и эмоциональный компоненты обязательности соблюдения нравственных норм, эмоциональный и конативный компоненты активности в нравственном поведении, эмоциональный компонент взаимности в нравственном поведении. Представление о значимости морали для общества определяет конативный компонент обязательности соблюдения нравственных

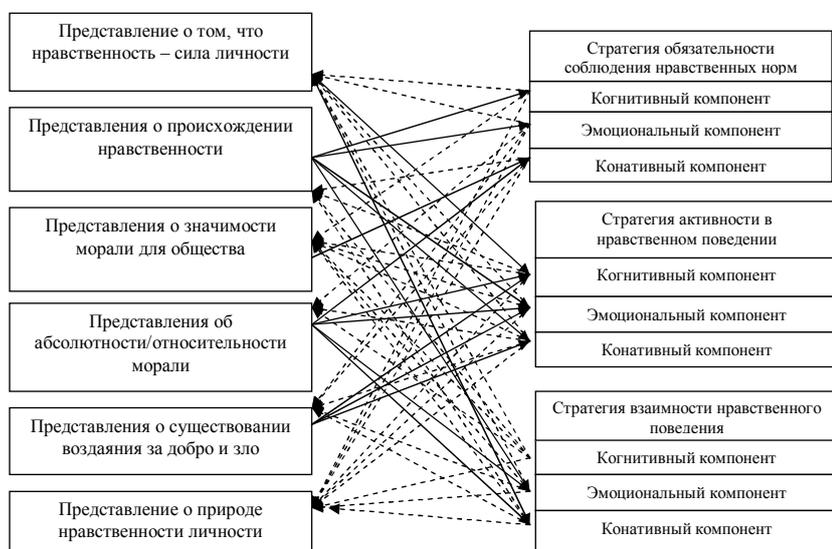


Рис. 12. Взаимовлияние элементов нравственного самоопределения (сплошные стрелки обозначают влияние нравственных представлений на нравственные стратегии, пунктирные – обратное влияние)

норм. Представление об абсолютности/относительности морали определяет конативный компонент обязательности соблюдения нравственных норм, когнитивный и эмоциональный компоненты активности в нравственном поведении, эмоциональный и конативный компоненты взаимности в нравственном поведении. Представление о воздаянии за добро и зло определяет когнитивный, эмоциональный и конативный компоненты активности в нравственном поведении. Представление о том, что нравственность – сила личности, определяет когнитивный компонент активности в нравственном поведении и конативный компонент взаимности в нравственном поведении.

Анализ обратного влияния нравственных стратегий на представления показал, что когнитивный компонент стратегии обязательности соблюдения нравственных норм определяет представление о значимости морали для общества, о том, что нравственность – сила личности, о природе нравственности личности. Эмоциональный компонент стратегии обязательности соблюдения нравственных норм определяет представление об абсолютности/относительности

ти нравственности, о воздаянии за добро и зло, о том, что нравственность – сила личности, о природе нравственности личности. Конативный компонент стратегии обязательности соблюдения нравственных норм определяет представление о происхождении нравственности, морали как явления, о воздаянии за добро и зло, о том, что нравственность – сила личности, о природе нравственности личности. Когнитивный компонент стратегии активности в нравственном поведении определяет представление о происхождении нравственности, морали как явления, о значимости морали для общества, о природе нравственности личности. Эмоциональный компонент стратегии активности в нравственном поведении определяет представление о значимости морали для общества, о том, что нравственность – сила личности, о природе нравственности личности. Конативный компонент стратегии активности в нравственном поведении определяет представление о значимости морали для общества, об абсолютности/относительности морали, о воздаянии за добро и зло, о том, что нравственность – сила личности, о природе нравственности личности. Когнитивный компонент стратегии взаимности в нравственном поведении определяет представление о происхождении морали, нравственности как явления, о значимости морали для общества, о воздаянии за добро и зло, о природе нравственности личности. Эмоциональный компонент стратегии взаимности в нравственном поведении определяет представление о значимости морали для общества, о воздаянии за добро и зло, о том, что нравственность – сила личности, о природе нравственности личности. Конативный компонент стратегии взаимности в нравственном поведении определяет представление о происхождении морали, нравственности как явления, о значимости морали для общества, о воздаянии за добро и зло, о природе нравственности личности.

В целом наибольшее число прямых и обратных связей имеет стратегия активности нравственного поведения – 6 прямых и 11 обратных. Теснее всего ее обоюдные связи с такими базовыми представлениями, как представления о значимости морали и нравственности для общества, о ее естественном происхождении, об абсолютности/относительности морали, о существовании воздаяния за добро и зло. На когнитивный компонент этой стратегии оказывают влияние два элемента: представление о воздаянии за добро и зло и о естественном происхождении нравственности. А вот обратное

влияние конативный компонент активности оказывает на шесть элементов: представление о природе нравственности личности, о том, что нравственность – сила личности, о значимости морали для общества, об абсолютности/относительности морали, о существовании воздаяния за добро и зло. Таким образом, этот один из наиболее мощных по своему воздействию элементов нравственного самоопределения сам определяется только одной однонаправленной связью – с представлениями о естественном происхождении нравственности. А также, как будет показано ниже, с гуманистической и эгоцентрической ориентациями.

Анализ позволил выявить следующее обоюдное влияние со стороны нравственных ориентаций и нравственных стратегий (рисунок 13).

Приверженность к эгоцентрической ориентации определяет эмоциональный и конативный компоненты активности в нравственном поведении, когнитивный и эмоциональный компонент взаимности в нравственном поведении. Приверженность группоцентрической ориентации определяет эмоциональный компонент обязательности соблюдения нравственных норм, когнитивный, эмоциональный

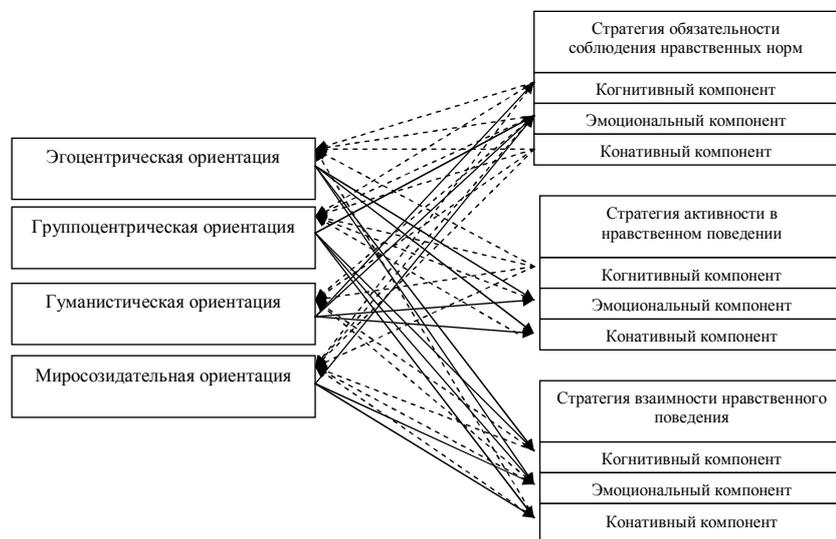


Рис. 13. Взаимовлияние элементов нравственного самоопределения (сплошные стрелки обозначают влияние нравственных ориентаций на нравственные стратегии, пунктирные – обратное влияние)

и конативный компоненты взаимности в нравственном поведении. Приверженность гуманистической ориентации определяет когнитивный и эмоциональный компоненты обязательности соблюдения нравственных норм, эмоциональный и конативный компоненты активности в нравственном поведении. Приверженность мирозидательной ориентации определяет эмоциональный компонент обязательности соблюдения нравственных норм, эмоциональный и конативный компоненты взаимности в нравственном поведении, конативный компонент взаимности в нравственном поведении.

Анализ обратного влияния нравственных стратегий на нравственные ориентации показал, что когнитивный компонент стратегии обязательности соблюдения нравственных норм определяет склонность к эгоцентрической, группоцентрической и мирозидательной ориентации. Эмоциональный компонент стратегии обязательности соблюдения нравственных норм определяет приверженность эгоцентрической, группоцентрической, гуманистической и мирозидательной ориентации. Конативный компонент стратегии обязательности соблюдения нравственных норм также определяет приверженность всем четырем ориентациям. Когнитивный компонент стратегии активности в нравственном поведении определяет приверженность эгоцентрической, группоцентрической и гуманистической ориентации. Эмоциональный компонент стратегии активности в нравственном поведении определяет приверженность группоцентрической ориентации. Конативный компонент стратегии активности в нравственном поведении определяет приверженность группоцентрической ориентации. Когнитивный компонент стратегии взаимности в нравственном поведении определяет приверженность гуманистической и мирозидательной ориентации. Эмоциональный компонент стратегии взаимности в нравственном поведении определяет приверженность гуманистической и мирозидательной ориентации. Конативный компонент стратегии взаимности в нравственном поведении определяет приверженность эгоцентрической и гуманистической ориентации.

Из четырех нравственных ориентаций наиболее тесные взаимосвязи с другими элементами имеет мирозидательная ориентация. Теснее всего она связана со стратегией обязательности соблюдения нравственных норм и стратегией взаимности.

В целом наиболее тесное взаимовлияние существует между стратегией активности в нравственном поведении и гуманистической ориентацией. Стратегия взаимности нравственного поведения тес-

нее всего связана с группоцентрической и эгоцентрической ориентацией. Стратегия взаимности также тесно связана (что трудно объяснить) с мирозидательной ориентацией. Интересно также, что конативный компонент обязательности соблюдения нравственных норм оказывает влияние на все четыре нравственные ориентации, а сам не определяется ни одной из них. На готовность к обязательному соблюдению нравственных норм оказывают влияние только два компонента – представления об абсолютности/относительности морали и о значимости морали, нравственности для общества.

Таким образом, регрессионный анализ продемонстрировал весьма сложную сеть взаимовлияний отдельных элементов нравственного самоопределения. В то же время он позволил выявить наиболее влиятельные элементы. Таковыми могут быть признаны конативный компонент стратегии активности нравственного поведения, представления о естественном или искусственном происхождении нравственности, а также гуманистическая и мирозидательные ориентации. Эти элементы, как мы уже отметили выше, наряду с некоторыми другими могут быть отнесены к «стержню» нравственного самоопределения.

Выявленное в ходе анализа наличие множества взаимовлияний элементов «стержня» и «оболочки» можно объяснить, во-первых, тем, что наши респонденты находятся на разных этапах нравственного самоопределения. Для одних имеет место этап, когда оформившиеся базовые убеждения и личные этические кодексы определяют правила поведения с разными категориями людей. В этом случае преобладает влияние элементов «стержня» на оболочку. Другие респонденты могут находиться на этапе «переопределения», когда опыт взаимодействия с окружающим миром или изменение внешних условий приводят к «дрейфу» или резкому изменению базовых нравственных ценностей и ориентаций. В этом случае преобладает влияние элементов «оболочки» на «стержень» нравственного самоопределения.

Во-вторых, выявленная в ходе эмпирического анализа сложная сеть взаимовлияний отдельных элементов нравственного самоопределения может быть объяснена разным функциональным их назначением. Отдельные элементы могут выполнять функции адаптации или преобразования среды, эго-защиты, самосохранения, самопознания и преобразования личности, антиципации и апперцепции и т. п. Даже отдельные компоненты нравственных стратегий

(когнитивные, эмоциональные и поведенческие) зачастую имеют разную функциональную природу. Кроме того, как уже упоминалось в главах 2 и 3, отдельные составляющие нравственного самоопределения могут иметь биологическую, духовную, социальную и прагматическую основу и, соответственно, могут иметь разную систему детерминант.

Этим многообразием детерминации, функций и природы отдельных элементов, а также смены детерминации на разных этапах нравственного самоопределения и объясняется невозможность построения простой иерархической модели нравственного самоопределения. На основании полученных данных нами была разработана модель процесса нравственного самоопределения, представленная в последнем параграфе главы 3.

Выводы

В целом нравственное самоопределение молодежи характеризуется *общностью нравственной позиции* для всей выборки по значительной совокупности показателей. По мнению большинства, мораль и нравственность формируется в человеческом сообществе как необходимое условие взаимодействия его членов, она неизменна. По мнению многих респондентов, каждый человек сам несет ответственность за свой моральный облик, его наследственность или влияние окружающей среды не могут служить оправданием безнравственному поведению. Большинство демонстрирует убежденность в необходимости активной нравственной позиции, испытывает удовлетворение от соблюдения нравственных норм, отклонение от должного допускается только в крайних случаях. Для многих характерна гуманистическая и мирозидательная направленность. У молодежи имеются и нравственные идеалы, и нравственные ориентиры. Зачастую ими оказываются самые близкие люди, с которыми они находятся в непосредственном общении, чью жизнь и чьи дела видят во всей полноте. Основной функцией нравственного идеала и ориентира является способность задавать направление нравственного самоопределения, быть «путеводной звездой», поэтому присутствие лидерских качеств среди качеств нравственного идеала и ориентира вполне закономерно. Нравственный ориентир по сравнению с идеалом – более конкретен и реален, легче достижим, более функционален и ориентирован на вполне конкретные задачи жизнедеятельности субъекта.

1. У современной молодежи имеет место *расхождение взглядов* по следующим показателям нравственного самоопределения: естественности/искусственности происхождения нравственности, возможности/невозможности замены нравственности законами, готовности/неготовности понести ущерб ради соблюдения нравственных норм, необходимости борьбы со злом/пассивности, а также по вопросу о том, может ли закоренелый преступник измениться и получить прощение. По некоторым убеждениям выявлены *полярные группы*, в частности, имеются сторонники возможности безнаказанности счастливой, не обремененной моральными нормами жизни и те, кто считает это невозможным. Существует группа тех, кто считает людей нравственными от природы, и имеется группа их противников. Среди респондентов есть люди, готовые пренебречь интересами других ради личной выгоды, и те, кто не может так поступить; есть не доверяющие намерениям окружающих, но также есть и доверяющие.
2. На основании факторного и корреляционного анализа установлено, что в структуре нравственного самоопределения имеются наиболее значимые элементы, тесно связанные с другими, которые могут быть отнесены к «*стержню*» самоопределения. Такими элементами выступают нравственные ориентации, а также базовые нравственные убеждения, эмоции и готовность к разным формам активности. В то же время факторный анализ позволил вывить некоторые зоны или «*сектора*» самоопределения, в которых объединены элементы самоопределения функционального назначения, например, связанные с активностью личности или принципами поведения. В этих зонах присутствуют как элементы «*оболочки*» (правила поведения), так и элементы «*стержня*» (нравственные ориентации и базовые убеждения, эмоции и готовность к разным формам активности).
3. Результаты кластерного, а также регрессионного анализа элементов нравственного самоопределения подтвердили, что компоненты нравственного самоопределения различаются по значимости, соответственно, могут быть отнесены к «*стержню*» или «*оболочке*» нравственного самоопределения. Одновременно элементы различаются по своим функциям, а также по природе – по своему происхождению они группируются в соответствии с разными основаниями нравственности (биологическим, ду-

ховным, социальным и прагматичным). Этим многообразием детерминации, функций и природы отдельных элементов, а также смены детерминации их на разных этапах нравственного самоопределения и объясняется невозможность построения простой иерархической модели нравственного самоопределения.

ГЛАВА 7

СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ НРАВСТВЕННОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ

Нравственное самоопределение молодых мужчин и женщин

На когнитивном уровне молодые женщины 18–35 лет более склонны к стратегии невзаимности, а мужчины того же возраста – к стратегии взаимности. Гуманистическая ориентация, представления о наличии воздаяния за добро и зло, о значимости морали для общества в большей степени свойственны женщинам, чем мужчинам. Молодым женщинам меньше свойственна эгоцентрическая и группоцентрическая ориентация, чем мужчинам. Также они более, чем мужчины, склонны к стратегии активности на эмоциональном уровне (см. рисунок 14).

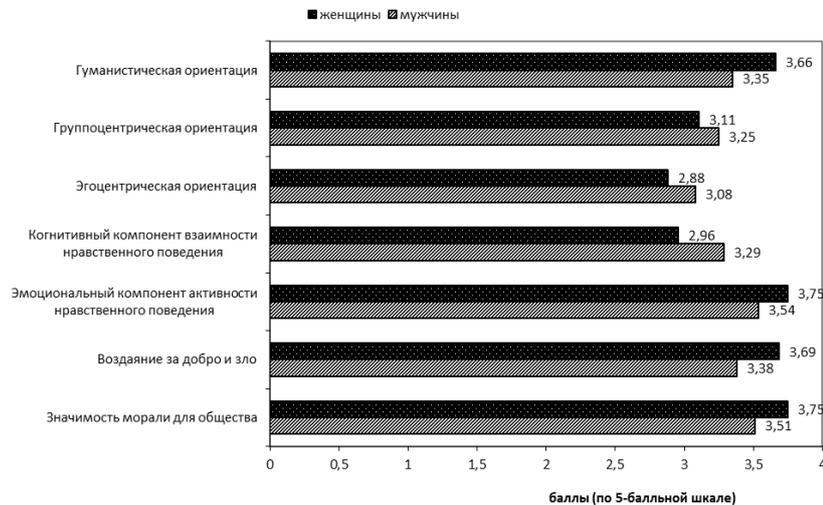


Рис. 14. Межполовые различия в нравственном самоопределении молодежи

Молодым женщинам вызывающе сексуальные ролики кажутся более современными, привлекающими внимание и пошлыми, чем мужчинам. Агрессивные ролики кажутся им более современными, чем мужчинам. Рекламуемый таким образом товар не кажется им хорошим, им не хочется его приобрести в большей мере, чем мужчинам. Женщины, в отличие от мужчин, считают такую рекламу в некоторой степени пошлой. Поведение героев циничных роликов в большей мере оценивается как неприемлемое в обществе женщинами, чем мужчинами. Мужчинам вызывающе сексуальные ролики кажутся более нереальными, чем женщинам (таблица 7).

Таким образом, мужчинам сфера нравственных отношений представляется по принципу взаимности, в то время как женщины рассматривают нравственную сферу как что-то более естественное, непринужденное, но имеющее для них большую ценность, чем для мужчин. Полученные данные согласуются с результатами, полученными О. И. Мантониной, что девушки более совестливы

Таблица 7

Отношение к неэтичной рекламе молодых мужчин и женщин
(по критерию Манна–Уитни)

Шкала	Пол		Z	P
	Мужчины	Женщины		
<i>Вызывающе сексуальные ролики</i>				
Реалистичная–Нереальная	3,37	3,12	1,82	0,07
Современная–Несовременная	2,32	1,74	2,68	0,007
Привлекает внимание – Не привлекает внимания	2,39	1,9	2,78	0,005
Пошлая–Порядочная	2,57	2,2	2,05	0,04
<i>Агрессивные ролики</i>				
Современная–Несовременная	2,72	2,43	2,26	0,02
Товар кажется хорошим – Товар не кажется хорошим	3,45	3,7	–1,65	0,1
Возникает желание приобрести товар – Не возникает желания приобрести товар	3,79	4,07	–1,75	0,08
Пошлая–Порядочная	3,3	2,88	2,47	0,01
<i>Циничные ролики</i>				
Поведение героев неприемлемо в обществе – Поведение героев приемлемо в обществе	2,93	2,58	1,8	0,07

(данное качество определяется как чувство нравственной ответственности за свое поведение перед окружающими людьми), чем юноши (Мантонина, 1998). По-видимому, мужчины относятся к рекламе, как к несерьезному развлечению, не связанному с тем, что рекламируется. Женщины демонстрируют большую эмоциональную включенность в демонстрируемые им неэтичные рекламные ролики. Они привлекают их внимание, кажутся современными. Однако агрессия в рекламе приводит к тому, что товар вызывает неприятие.

Нравственное самоопределение молодежи разного возраста

В более старшей возрастной группе молодежи (30–35 лет) наблюдается большее осознание значимости морали, нравственности для общества, признание того, что воздаяние носит характер прямого соответствия (т. е. по своей модальности оно будет таким же, каким был поступок), признание нравственности как силы личности, эмоциональная приверженность стратегии обязательности соблюдения нравственных норм, приверженность гуманистической ориентации (см. рисунок 15).

Полученные данные согласуются с результатами, полученными, О. И. Мантониной, что у молодежи с возрастом снижается показатель пренебрежения моральными нормами и наблюдается рост показателя бескорыстия (Мантонина, 1998). Пик эмоциональной включенности в активное соблюдение нравственных норм и приверженности миросозидательной ориентации приходится на возраст 24–29 лет. На этот же период приходится появление на когнитивном уровне согласия с обязательностью соблюдения нравственных норм. Возраст 24–29 лет можно считать переломным периодом в нравственном самоопределении. Признание абсолютности нравственности наблюдается только в возрастной группе 30–35 лет.

Молодежь 18–23 лет наиболее лояльна к неэтичным рекламным роликам (они кажутся смешными, вызывают желание подражать персонажам, могут понравиться референтной группе, вызывают не слишком сильное осуждение со стороны родителей), несоответствие поведения персонажей общественным нормам признается только в случае циничной рекламы.

Молодежь 24–29 лет оценивает неэтичную рекламу негативно (она вызывает отрицательные эмоции, не вызывает доверия, признается неприличной, поведение персонажей такой рекламы вызывает осуждение).

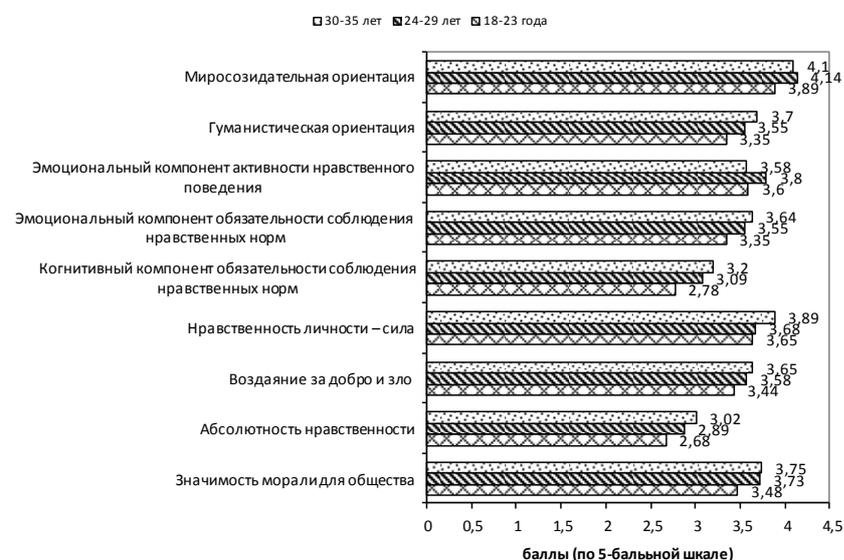


Рис. 15. Различия в нравственном самоопределении разных возрастных групп молодежи

Молодежь 30–35 лет менее склонна к осуждению неэтичной рекламы (такая реклама признается современной и сексуальной, но при этом нереальной, идентификация с персонажами отсутствует) по сравнению с молодежью 24–29 лет (менее склонна считать неприличной вызывающе сексуальную рекламу, меньше осуждают поведение персонажей циничной рекламы). Такое отношение к неэтичной рекламе можно охарактеризовать как несколько отстраненное (подробнее см. приложение 5.3).

Возрастные различия у женщин (см. рисунок 16). Женщин в возрасте 18–23 года отличает наименьшая приверженность представлению о значимости морали для общества, стратегии обязательности соблюдения нравственных норм (на эмоциональном уровне). Отсутствует негативное отношение к эгоцентрической ориентации, склонность к стратегии невзаимности в нравственном поведении (на когнитивном уровне), наблюдается склонность к стратегии необязательности соблюдения нравственных норм, в отличие от женщин самой старшей группы выборки исследования. В целом неэтичные ролики по эмоциональным показателям оцениваются позитивно, а по этическим в очень небольшой мере негативно (подробнее в приложении 5.4).

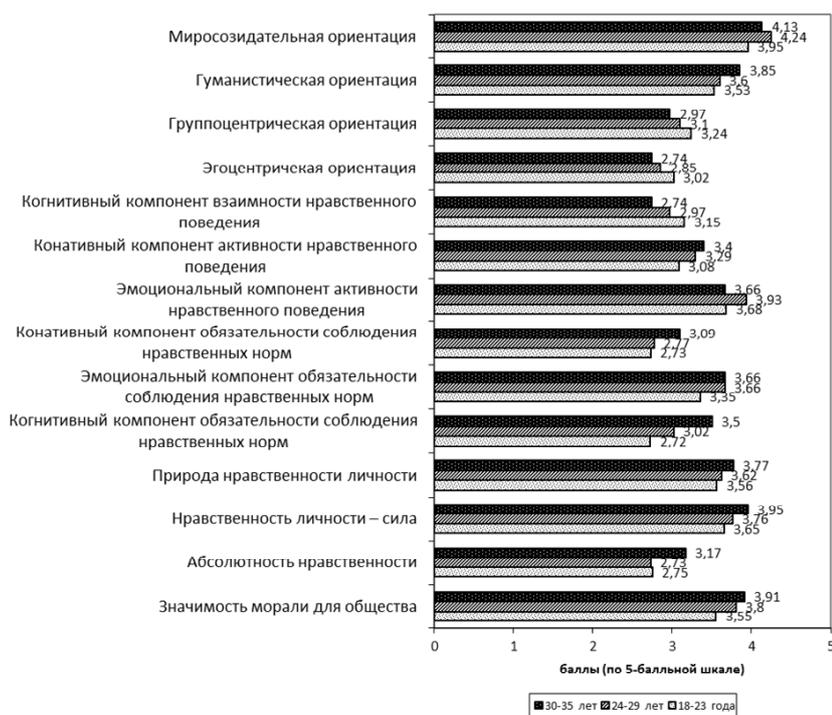


Рис. 16. Возрастные различия в нравственном самоопределении молодых женщин

Женщин в возрасте 24–29 лет отличает наибольшее стремление к активному соблюдению норм морали (на эмоциональном уровне), более выраженная приверженность мирозидательной ориентации. В целом неэтичные ролики оцениваются негативно по эмоциональным и этическим характеристикам (подробнее в приложении 5.4).

Женщины в возрасте 30–35 лет занимают наиболее нормативную позицию по сравнению с другими возрастными группами: только им свойственно представление об абсолютности нравственности, приверженность стратегии обязательности соблюдения нравственных норм на когнитивном и конативном уровне и стратегии активности на конативном уровне, приверженность гуманистической ориентации, а также наибольшая убежденность в том, что нравственность является качеством сильной личности, в необходимости внутреннего нравственного контроля личности и осознания ее ответственности за свои поступки. Только им не свойственна группоцентри-

ческая ориентация. Неэтичные ролики в целом оцениваются ими противоречиво по когнитивным, эмоциональным показателям, негативно по конативным, этическим показателям (подробнее в приложении 5.4).

Таким образом, в более старшей возрастной группе молодых женщин наблюдается большее осознание значимости морали, нравственности для общества, ее абсолютности, признание нравственности как силы личности, эмоциональный отклик на обязательность соблюдения нравственных норм, приверженность внутреннему нравственному контролю личности и осознанию ее ответственности за свои поступки, а также приверженность стратегии активности (на эмоциональном и конативном уровне) и гуманистической ориентации. Пик приверженности мирозидательной ориентации приходится на возраст 24–29 лет. На этот же период приходится появление на когнитивном уровне согласия с обязательностью соблюдения нравственных норм и переход к убеждению о невзаимности нравственного поведения. Последнее можно интерпретировать двояко: и как тенденцию к бескорыстию в нравственном поведении («с людьми не следует поступать, так как они со мной») и склонность к прощению неэтичных поступков («нельзя отвечать злом на зло»), и как безразличие к поступкам других людей («нравственное поведение не нужно одобрять»). Также в этом возрасте наблюдается неприятие эгоцентрической ориентации. Возраст 24–29 лет можно считать переломным периодом в нравственном самоопределении. Признание абсолютности нравственности, приверженность стратегии обязательности соблюдения нравственных норм на конативном уровне, неприятие группоцентрической ориентации появляется только у возрастной группы 30–35 лет. Отношение к неэтичным роликам у женщин 18–23 года амбивалентное: по этическим показателям оценки как позитивные, так и негативные в зависимости от вида рекламы, однозначно негативно оцениваются циничные ролики, наблюдается идентификация с героями вызывающе сексуальных роликов. Женщины 24–29 лет неэтичные ролики оценивают в основном негативно, за исключением циничных (по показателям идентификации). Женщины 30–35 лет оценивают неэтичные ролики, особенно агрессивные и циничные, еще более негативно (приложение 5.4).

Возрастные различия у мужчин (см. рисунок 17). Мужчин в возрасте 18–23 года отличает от более старшей группы (на выборке молодежи) представление об относительности нравственности, наи-

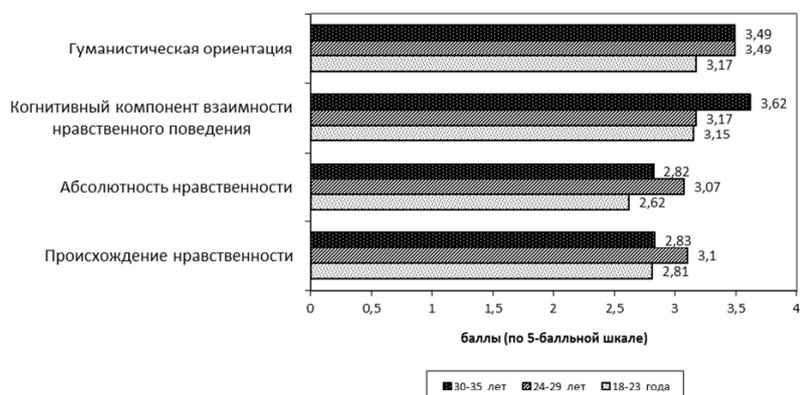


Рис. 17. Возрастные различия в нравственном самоопределении молодых мужчин

меньшая приверженность гуманистической ориентации. В целом неэтичные ролики оцениваются противоречиво по эмоциональным показателям, негативно по когнитивным и этическим показателям. Мужчинам в возрасте 24–29 лет свойственно представление о естественном происхождении нравственности, в отличие от мужчин более младшей возрастной группы. Неэтичные ролики в целом оцениваются негативно по эмоциональным, когнитивным, этическим характеристикам. Мужчины в возрасте 30–35 лет в наибольшей мере привержены стратегии взаимности в нравственном поведении (на когнитивном уровне). Неэтичная реклама в целом оценивается ими позитивно по когнитивным, эмоциональным, идентификационным показателям, негативно по когнитивным показателям, противоречиво по этическим показателям (подробнее в приложении 5.5).

Таким образом, в более старшей возрастной группе молодых мужчин наблюдается большая приверженность стратегии взаимности в нравственном поведении на когнитивном уровне и гуманистической ориентации. Появление в 24–29 лет представления о естественном происхождении нравственности и ее абсолютности носит временный характер, и в 30–35 лет снова наблюдаются представления об искусственном происхождении нравственности и ее относительности. Создается впечатление некоторого «нравственного регресса». Такие данные согласуются с результатами исследования Е. Н. Молодых (Молодых, 2009), согласно которым уровень отношения к соблюдению нравственных норм терпимости, принципиальности, справедливости, правдивости у мужчин в возрасте

30–39 лет самый низкий, а у мужчин в возрасте 20–29 лет уровень отношения к соблюдению нравственной нормы справедливости выше. Отношение к неэтичным роликам у мужчин 18–23 лет дифференцировано в зависимости от вида: агрессивные признаются неэтичными, а циничные не признаются таковыми, вызывающе сексуальные позитивно оцениваются по эмоциональным показателям. У мужчин 24–29 лет мнение о неэтичных роликах негативное по многим показателям. Заголовки оцениваются ими так же. Мужчины 30–35 лет оценивают неэтичные рекламные ролики более позитивно: они не столь уверены в их неэтичности (оценки противоречивые), оценки по когнитивным показателям позитивные (подробнее в приложении 5.5).

Нравственное самоопределение молодых людей с разным семейным статусом

У респондентов, состоящих в зарегистрированном либо гражданском браке, ниже убежденность в относительности нравственности, выше приверженность мнению о значимости морали, нравственности для общества, о нравственности как показателе силы личности, а также стратегии обязательности соблюдения нравственных норм на эмоциональном уровне и гуманистической ориентации. Приверженность стратегии необязательности соблюдения нравственных норм на когнитивном уровне характерна для тех, кто не состоит в браке, а приверженность обязательности – для тех, кто состоит в нем, также уверенность в относительности нравственности характерна для тех, кто не состоит в браке, а неопределенность представлений по этому вопросу – для тех, кто состоит в браке (см. рисунок 18). Отношение к неэтичным роликам у респондентов, состоящих в браке, негативное по всем показателям, кроме когнитивных. Респонденты, не состоящие в браке, зачастую дают амбивалентные оценки неэтичным роликам по этическим и эмоциональным показателям (подробнее в таблице 8).

Такие результаты могут объясняться тем, что молодежь, состоящая в зарегистрированном или гражданском браке, ощущает ответственность не только за себя, но и за брачного партнера и, возможно, за планируемых (или уже имеющих) детей. Полученные данные согласуются с известными нам результатами исследований, показавшими, что люди, которые никогда не состояли в браке, демонстрируют более низкие значения по показателю альтруизм

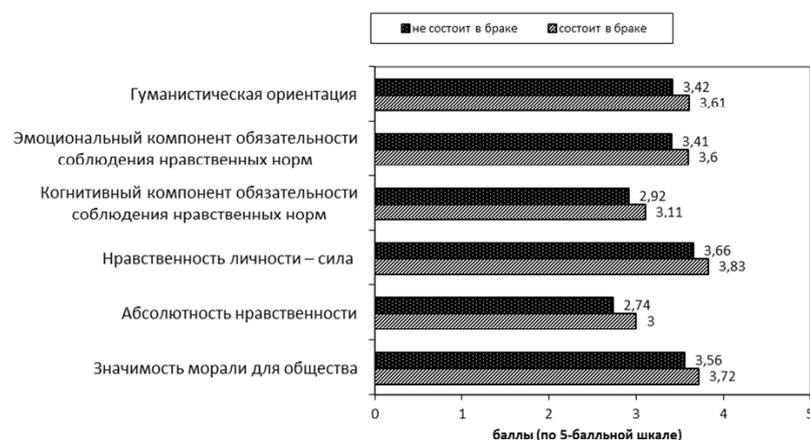


Рис. 18. Различия в нравственном самоопределении молодежи с разным семейным статусом

(нравственная характеристика), чем состоящие либо состоявшие когда-либо в браке (Подольский, 2006).

Различия по наличию детей. Как и результаты, выявленные на респондентах, состоящих и не состоящих в браке, респондентов, имеющих детей, отличает большая убежденность в значимости морали, нравственности для общества, в том, что нравственность – показатель силы личности, а также приверженность стратегии обязательности соблюдения нравственных норм на эмоциональном уровне и гуманистической ориентации. Убежденность в относительности нравственности характерна для бездетных, а тем, у кого есть дети, свойственна убежденность в ее абсолютности; приверженность стратегии необязательности соблюдения нравственных норм на когнитивном уровне свойственна тем, у кого нет детей, а тем, у кого они есть – стратегия обязательности (см. рисунок 19).

Отношение к неэтичным роликам у респондентов, имеющих детей, различно в зависимости от вида: вызывающе сексуальные ролики оцениваются негативно, а агрессивные и циничные противоречиво. Оценки роликов такие же, как и у респондентов, имеющих детей, но менее выраженные (подробнее в таблице 9).

Такие результаты могут объясняться тем, что молодежь, имеющая детей, т. е. объект ответственности, начинает иначе воспринимать существующие нормы, понимать их назначение. Вероятно, они осознают, что мир, в котором нормы соблюдаются, более без-

Таблица 8
Отношение к неэтичной рекламе у молодежи, состоящей и не состоящей в браке (по критерию Манна–Уитни)

Шкала	Семейный статус		Z	P
	Со- стоит в браке	Не со- стоит в браке		
<i>Вызывающе сексуальные ролики</i>				
Оригинальная–Неоригинальная	2,26	2,66	-1,85	0,06
Современная–Несовременная	1,56	2,21	-3,75	0,0002
Сексуальная–Асексуальная	1,61	1,86	-1,88	0,06
Ролик понравится моим родителям – Не понравится моим родителям	3,83	3,45	2,21	0,03
<i>Агрессивные ролики</i>				
Реалистичная–Нереальная	3,89	3,58	1,83	0,07
Дешевая–Дорогая	2,31	2,62	-1,85	0,06
Привлекает внимание – Не привлекает внимание	2,83	2,64	1,78	0,07
Запоминается продукт – Не запоминается продукт	3,51	3,12	2,07	0,04
Товар кажется хорошим – Товар не кажется хорошим	3,85	3,46	2,44	0,01
Вызывает доверие – Не вызывает доверие	3,95	3,5	2,62	0,009
Хочется повторять слова и действия – Не хочется повторять слова и действия	4,51	4,00	2,52	0,01
Возникает желание приобрести товар – Не возникает желание приобрести товар	4,26	3,79	2,6	0,009
Персонажи близки – Не близки	3,36	4,06	1,73	0,08
Ролик понравится моим друзьям – Не понравится моим друзьям	3,31	2,84	2,04	0,04
Понимаю чувства героев – Не понимаю чувства героев	3,73	3,4	1,83	0,07
Приличная–Неприличная	3,05	2,77	1,84	0,06
Ролик понравится моим родителям – Не понравится моим родителям	3,74	3,32	2,2	0,03
<i>Циничные ролики</i>				
Раздражающая–Успокаивающая	2,95	2,7	2,07	0,04
Сексуальная–Асексуальная	3,34	3,69	1,67	0,1
Ролик понравится моим друзьям – Не понравится моим друзьям	3,18	2,75	1,86	0,06
Поведение героев неприемлемо в обществе – Поведение героев приемлемо в обществе	2,98	2,63	1,73	0,08

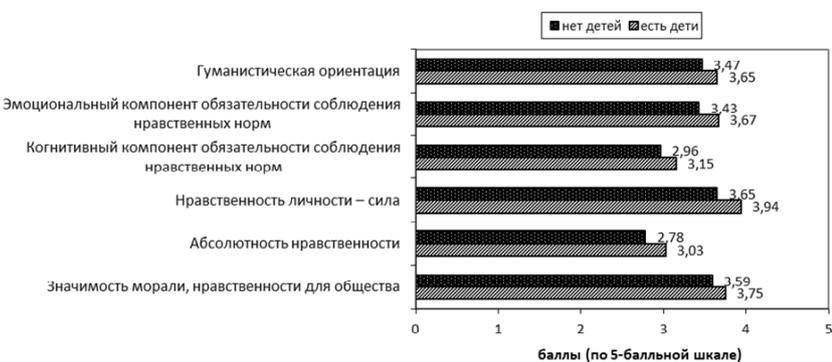


Рис. 19. Различия в нравственном самоопределении молодежи с детьми и без детей

Таблица 9

Отношение к неэтичной рекламе у молодежи, имеющей и не имеющей детей (по критерию Манна–Уитни)

Шкала	Наличие детей		Z	P
	есть	нет		
<i>Вызывающе сексуальные ролики</i>				
Оригинальная–Неоригинальная	1,98	2,61	-2,12	0,03
Современная–Несовременная	1,56	2,07	-2,07	0,04
Товар кажется хорошим – Товар не кажется хорошим	2,36	3,00	-2,8	0,005
Вызывает доверие – Не вызывает доверие	2,56	3,17	-2,52	0,01
Сексуальная–Асексуальная	1,33	1,84	-2,54	0,01
Ролик понравится моим родителям – Не понравится моим родителям	3,96	3,53	1,72	0,08
<i>Агрессивные ролики</i>				
Привлекает внимание – Не привлекает внимание	2,2	2,81	-2,08	0,04
Сексуальная–Асексуальная	4,6	4,09	2,29	0,02
<i>Циничные ролики</i>				
Реалистичная–Нереальная	3,44	3,02	1,82	0,07
Современная–Несовременная	2,24	2,68	-1,8	0,07

опасен для их детей, которые еще не обладают достаточными навыками для борьбы за свои интересы. Родительство требует новых обязанностей (Психология человека от рождения до смерти, 2002).

В то время как молодежь, не имеющая детей, имеет достаточный жизненный опыт, чтобы постоять за себя.

Нравственное самоопределение молодых людей с разным типом занятости

Учащиеся респонденты больше склонны перекладывать ответственность за нравственный облик и этичность поведения на саму личность, чем работающие респонденты. Учащиеся респонденты наименее активны в нравственном поведении. Также на конативном уровне учащиеся респонденты в меньшей мере склонны к стратегии взаимности, чем респонденты, совмещающие работу и учебу. Респонденты, совмещающие работу и учебу в наибольшей мере склонны к представлению об относительности нравственности. У работающих респондентов наименьшая эмоциональная приверженность стратегии взаимности в нравственном поведении (см. рисунок 20).

Учащиеся респонденты в целом неэтичные ролики оценивают негативно по конативным, идентификационным, этическим показателям. В целом неэтичные формулировки газетных заголовков оцениваются противоречиво по эмоциональным показателям, негативно по идентификационным и этическим показателям. Респондентами,

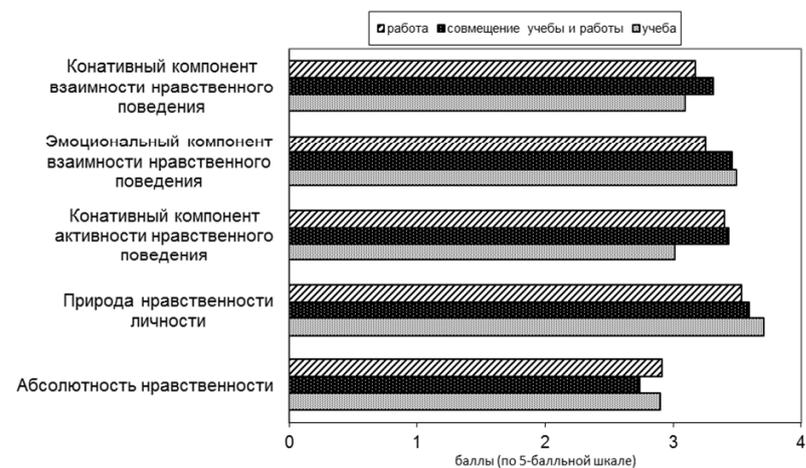


Рис. 20. Различия в нравственном самоопределении у молодежи с разным типом занятости

совмещающими работу и учебу, в целом неэтичные ролики оцениваются негативно по конативным, идентификационным, этическим показателям. В целом неэтичные заголовки оцениваются позитивно по когнитивным показателям, противоречиво по эмоциональным и этическим показателям, негативно по идентификационным показателям. Работающие респонденты оценивают неэтичные ролики в целом негативно по конативным, идентификационным, этическим показателям (подробнее в приложении 5.6).

Таким образом, работающего респондента от респондентов с другими типами занятости отличает более низкая убежденность во внутреннем нравственном контроле личности, эмоциональная приверженность стратегии взаимности в нравственном поведении. В ситуации совмещения работы и учебы наблюдается более выраженная убежденность в относительности нравственности, следования стратегиям активности и взаимности в нравственном поведении на конативном уровне. Отношение к неэтичным роликам у учащихся респондентов дифференцировано в зависимости от вида: вызывающе сексуальные признаются неэтичными, агрессивные вызывают сомнения, а циничные вообще не признаются неэтичными. Респонденты, совмещающие работу и учебу, признают вызывающе сексуальные и циничные ролики неэтичными, относительно агрессивных они уже не столь уверены. Работающие респонденты оценивают вызывающе сексуальные ролики противоречиво, агрессивные и циничные признают неэтичными (приложение 5.6).

Такие результаты могут объясняться несколькими причинами. Во-первых, молодежь, совмещающая работу и учебу, вынуждена постоянно перестраиваться с одной системы норм на другую, в результате чего могут возникать столкновения противоречащих друг другу норм из разных этических кодексов, что, в свою очередь, требует компромисса, т. е. вынуждает поступать с одними нормами ради других. Так размываются границы допустимого. Во-вторых, ситуация совмещения работы и учебы может рассматриваться как переходный этап от студента к работающему профессионалу, а для таких переломных этапов характерна нестабильность в линии поведения и оценках. В-третьих, респонденты, совмещающие два вида занятости, обладают более широкими представлениями о межличностных отношениях, что может приводить к более терпимому восприятию отклонений от принятой большинством нормы.

Выводы

1. У молодых женщин 18–35 лет результат нравственного самоопределения имеет более позитивный характер: их представления (большее согласие с наличием воздаяния за добро и зло, значимостью морали для общества), стратегии (невзаимность, большая активность) и ориентации (меньшая склонность к эгоцентрической и группоцентрической ориентации, большая склонность к гуманистической ориентации) более позитивны, чем у мужчин того же возраста (приверженность стратегии взаимности). При оценке неэтичных явлений женщины более склонны отмечать их несоответствие нравственным нормам, чем мужчины.
2. С возрастом нравственная позиция приобретает более позитивный характер: представления (значимость морали, нравственности для общества, абсолютность нравственности, воздаяние за добро и зло, нравственность – показатель силы личности), стратегии (обязательность соблюдения нравственных норм, активность), ориентации (гуманистическая, мирозидательная) более позитивны у молодежи 24–35 лет. Оценка неэтичных явлений у молодежи более 30–35 лет явно негативна по сравнению с оценками молодежи 18–23 лет. В зависимости от пола возрастные различия в нравственном самоопределении имеют некоторые особенности: у женщин к 30–35 годам появляется неприятие эгоцентрической и группоцентрической нравственной ориентации, наблюдается склонность к стратегии невзаимности в нравственном поведении, но в целом общевозрастные тенденции повторяются, в то время как у мужчин в 30–35 лет, по данным нашего исследования, происходит некоторый «нравственный регресс» (от представления о естественном происхождении нравственности к искусственному, от уверенности в абсолютности нравственности к ее относительности, наблюдается большая приверженность стратегии взаимности). Отношение к неэтичным объектам у женщин с приближением к 35 годам все более негативно, а у мужчин – в 30–35 лет более позитивное, чем в 18–29 лет.
3. Респондентов, состоящих в зарегистрированном или гражданском браке, отличают более позитивные представления о нравственности (значимость морали, нравственности для общества, абсолютность нравственности, нравственность – пока-

затель силы личности), нравственные стратегии (обязательность соблюдения нравственных норм) и нравственные ориентации (гуманистическая). Отношение к неэтичным явлениям у респондентов, состоящих в зарегистрированном или гражданском браке, более негативное, чем у респондентов, не состоящих в браке.

4. Респондентов, имеющих детей, отличает более позитивная нравственная позиция: представления (значимость морали, нравственности для общества, абсолютность нравственности, нравственность – показатель силы личности), стратегии (обязательность соблюдения нравственных норм), ориентации (гуманистическая). Отношение к неэтичным явлениям у респондентов, имеющих детей, более негативное, чем у респондентов, не имеющих детей. Сильное сходство особенностей нравственного самоопределения респондентов, состоящих в браке, и респондентов, имеющих детей, объясняется фактором наличия объектов заботы и ответственности (супруг, ребенок) у таких респондентов, что приводит их к пониманию назначения и важности морали, нравственных норм (Vorobieva, Kupreichenko, 2012).
5. Учащихся респондентов от работающих отличают более позитивные представления о нравственности (большая убежденность во внутреннем нравственном контроле личности), но менее позитивные стратегии (меньшая активность и большая взаимность в нравственном поведении). В ситуации совмещения учебы и работы некоторые представления о нравственности (относительность нравственности) и стратегии (взаимность в нравственном поведении) оказываются более негативными, а некоторые стратегии (активность в нравственном поведении) – более позитивными. Отношение к неэтичным объектам у работающих респондентов более негативное, чем у учащихся и совмещающих учебу и работу.

ГЛАВА 8

ЛИЧНОСТНЫЕ ФАКТОРЫ НРАВСТВЕННОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ

Взаимосвязи показателей нравственного самоопределения с личностными факторами по Р. Кеттеллу*

Выборка этой части исследования составила 250 чел. Был выполнен корреляционный анализ (критерий Пирсона) – см. приложение 9.

В результате анализа установлено, что отсутствуют связи всех шкал опросника «Нравственное самоопределение личности» со шкалами «шизотимия–аффектотимия», «низкий–высокий интеллект», «слабость–сила Я», «конформность–доминантность», «тректия–пармия» (смелость–робость), «алаксия–протенсия» (подозрительность–доверчивость), «праксерния–аутия» (мечтательность–практичность), «прямолинейность–дипломатичность» (расчетливость–наивность), «низкая–высокая эго-напряженность» (напряженность–расслабленность).

Шкалы «происхождение нравственности, морали», «значимость морали для общества», «абсолютность/относительность», «сила/слабость», «природа нравственности личности», «эгоцентрическая ориентация» не связаны ни с одной из шкал опросника Кеттелла. Блок «представления о нравственности» также не связан с тестом Кеттелла.

Шкала «воздаяние за добро и зло» связана с фактором «харрия – премсия»: чем выше приверженность представлению о наличии прямого соответствия между поступком и воздаянием за него, тем выше мягкосердечность. По-видимому, это вызвано характерными для таких людей качествами, как зависимость, сверхосторожность, стремление к покровительству.

Шкала «стратегия обязательности соблюдения нравственных норм» связана с факторами «сургенсия» и «сила Сверх-Я». Чем выше

* Данные предоставлены Е. Ю. Стрижовым.

приверженность стратегии обязательности соблюдения, тем выше сдержанность и сила Супер-Эго.

Шкала «стратегия активности в нравственном поведении» связана с фактором «низкий–высокий самоконтроль». Чем выше приверженность стратегии активности, тем выше самоконтроль. По-видимому, это вызвано сочетанием характерных для таких людей качеств, как самолюбие, эффективное лидерство, целенаправленность, принятие социальных норм.

Шкала «стратегия взаимности в нравственном поведении» связана с фактором «консерватизм–радикализм». Чем выше приверженность стратегии взаимности, тем выше радикализм. По-видимому, это вызвано сочетанием характерных для таких людей качеств, как либеральность, аналитичность мышления, критичность. Новая мораль – «Никто никому ничего не должен априори безвозмездно».

Шкала «группоцентрическая ориентация» связана с фактором «сила Сверх-Я». Чем выше приверженность группоцентрической ориентации, тем выше Супер-Эго. Это может объясняться тем, что нормы (запреты, трансформирующиеся в Супер-Эго) формируются, в первую очередь, ближайшим окружением, чье мнение важно для индивида, «в чьих глазах хочется быть хорошим», это совпадает с концепцией З. Фрейда.

Шкала «гуманистическая ориентация» связана с фактором «зависимость от группы – самодостаточность». Чем выше приверженность гуманистической ориентации, тем выше зависимость от группы. Такой человек следует за общественным мнением, ориентируется на социальное одобрение. По-видимому, популярная сейчас тенденция к гуманизму не интериоризирована респондентами, а принимается лишь внешне, чтобы быть «не хуже других», современным, прогрессивным. Возможно, специфика полученных данных объясняется тем, что исследование выполнено на региональной выборке.

Шкала «миросозидательная ориентация» связана с факторами «сила Сверх-Я» и «высокий самоконтроль». Чем выше приверженность миросозидательной ориентации, тем выше Супер-Эго и самоконтроль. Только человек с сильным характером может заниматься мироустройством, созданием новых нормативных кодексов и т. д.

Блок «нравственные стратегии» в целом связан с факторами «гипертимия–гипотимия» и «низкий–высокий самоконтроль». Чем выше приверженность стратегиям обязательности, активности, взаимности, тем выше самоуверенность и самоконтроль. По-видимому, это вызвано сочетанием характерными для таких людей качеств,

как энергичность, благодушие, хладнокровие, с одной стороны, и самолюбие, эффективное лидерство, целенаправленность, принятие социальных норм – с другой.

Блок «нравственные ориентации» в целом связан с факторами «сила Сверх-Я» и «низкий–высокий самоконтроль». Чем выше приверженность эгоцентрической, группоцентрической, гуманистической, миросозидательной ориентации, тем выше сила Супер-Эго и самоконтроль.

Обращает на себя внимание следующее:

1. Нравственность личности не зависит от ее интеллекта, смелости, практичности, доминантности.
2. Представления о нравственности (за исключением воздаяния за добро и зло) не связаны с личностными факторами. Вероятно, они определяются тем, как под влиянием воспитания, среды будут развиты базовые, врожденные основы морали (моральная грамматика по Хаузеру). Именно они и являются стержнем. В то время как стратегии, ориентации личности зависят от ее свойств, т. е. являются динамичными элементами самоопределения.
3. Со многими показателями нравственного самоопределения имеют связи такие факторы, как «сила Сверх-Я», «самоконтроль». Таким образом, волевое начало, способность к самоограничению, саморегуляции, самокоррекции имеет большое значение для нравственного самоопределения личности.

Нравственное самоопределение молодежи с различным уровнем саморегуляции

Для решения задачи выявления особенностей нравственного самоопределения молодежи с разным уровнем саморегуляции выборка была разделена на 3 группы в зависимости от ее уровня. Количественное соотношение уровней саморегуляции в выборке см. в таблице 10. В в выборке преобладают представители среднего уровня саморегуляции.

В целом по выборке у респондентов с более высоким уровнем саморегуляции можно заметить большую приверженность стратегиям взаимности в нравственном поведении на когнитивном уровне. Для среднего уровня саморегуляции характерно менее выраженное согласие с тем, что нравственность является показателем силы лич-

Таблица 10

Представленность уровней саморегуляции в выборке

Уровень	Количество человек	% от выборки
Высокий	76	36,9
Средний	96	46,6
Низкий	34	16,5

ности, меньшая приверженность стратегии обязательности соблюдения нравственных норм на эмоциональном уровне, меньшая приверженность стратегии активности на когнитивном и конативном уровне, чем для низкого и высокого уровня саморегуляции (Vorobieva, Kupreichenko, 2011) (см. рисунок 21).

Респонденты с низким уровнем саморегуляции в большей мере, чем респонденты со средним уровнем саморегуляции, склонны считать вызывающе сексуальные ролики неприличными. Они оценивают такие ролики как наиболее пошлые по сравнению с респондентами с более высоким уровнем саморегуляции. Циничная реклама кажется им в некоторой мере смешной в отличие от респондентов с высоким уровнем саморегуляции. На уровне тенденции видно, что герои циничной рекламы в некоторой мере вызывают симпатию у респондентов с низким уровнем саморегуляции, в отличие от респондентов с высоким уровнем саморегуляции. У них возникает желание обсудить с другими статью с циничным заголовком в отличие от респондентов со средним уровнем саморегуляции.

Циничный заголовок может в некоторой степени понравиться друзьям респондентов со средним уровнем саморегуляции в отличие от респондентов с высоким уровнем саморегуляции. Агрессивные ролики оцениваются как более нереальные респондентами с высоким уровнем саморегуляции в сравнении с респондентами со средним уровнем саморегуляции. У данной группы респондентов не возникает желания прочесть статью, озаглавленную вызывающе сексуальным заголовком в отличие от респондентов со средним уровнем саморегуляции. Такие заголовки не понравятся родителям респондентов с высоким уровнем саморегуляции в большей мере, чем родителям респондентов с низким уровнем саморегуляции. Циничный заголовок не понравится родителям данной группы респондентов в большей мере, чем родителям респондентов с низким уровнем саморегуляции (подробнее в таблице 11).

Таким образом, для респондентов с более высоким уровнем саморегуляции характерно более негативное отношение к неэтичным рекламным роликам и формулировкам газетных заголовков (см. таблицу 11).

Особенности нравственного самоопределения

мужчин и женщин с различным уровнем саморегуляции

Количественное соотношение уровней саморегуляции в женской выборке см. в таблице 12. Количественное соотношение уровней саморегуляции в мужской выборке см. в таблице 13. У молодых женщин 18–35 лет преобладающим оказался средний уровень саморегуляции, а у мужчин того же возраста – высокий уровень саморегуляции.

Если рассмотреть нравственное самоопределение с разным уровнем саморегуляции у молодых мужчин и женщин по отдельности, то можно заметить следующие особенности: женщины 18–35 лет с низким уровнем саморегуляции отличаются от женщин с высоким уровнем саморегуляции только несколько большей приверженностью мирозидательной ориентации (см. рисунок 22).

Вызывающе сексуальные ролики не понравятся родителям женщин с низким уровнем саморегуляции в большей мере, чем родителям женщин со средним уровнем саморегуляции. Агрессивная реклама кажется непонятной женщинам с низким уровнем саморегуляции в отличие от женщин с высоким уровнем саморегуляции. Герои циничных роликов кажутся симпатичными этой группе женщин в отличие от женщин с высоким уровнем саморегуляции.

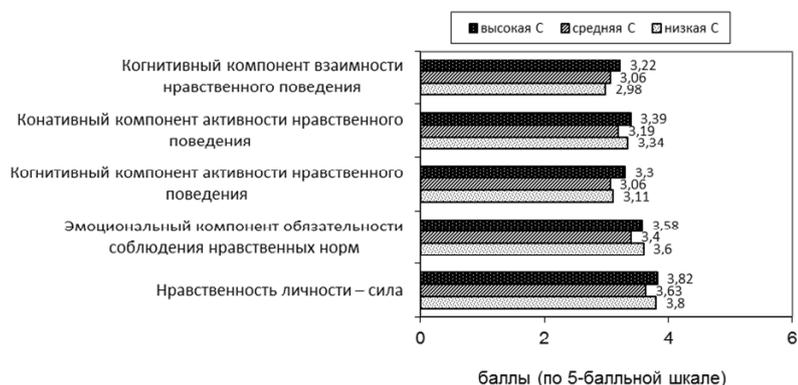


Рис. 21. Различия в нравственном самоопределении молодежи с разным уровнем саморегуляции (С)

Таблица 11
Отношение к неэтичным явлениям
у молодежи с разным уровнем саморегуляции

Шкала	Уровни саморегуляции			Уровни саморегуляции, между которыми есть различия
	Низкий (1)	Средний (2)	Высокий (3)	
<i>Вызывающе сексуальные ролики</i>				
Приличная–Неприличная	3,82	3,55	3,29	1–3*
Пошлая–Порядочная	1,98	2,36	2,6	1–2*, 1–3
Поведение героев неприемлемо в обществе – Поведение героев приемлемо в обществе	2,47	3,03	2,83	1–2
Ролик понравится моим родителям – Не понравится моим родителям	3,95	3,47	3,57	1–2*
<i>Агрессивные ролики</i>				
Непонятная–Понятная	3,07	2,7	2,76	1–2*
Реалистичная–Нереальная	3,7	3,53	3,94	2–3*
Товар кажется хорошим – Товар не кажется хорошим	3,33	3,68	3,58	1–2
Огорчающая–Радующая	3,28	3,89	3,2	1–2*
Смешная–Несмешная	2,51	2,99	2,62	1–2*
Герои вызывают симпатию – Герои вызывают антипатию	3,16	3,62	3,32	1–2*
<i>Циничные ролики</i>				
Реалистичная–Нереальная	3,49	2,94	3,09	1–2, 1–3*
Привлекает внимание – Не привлекает внимания	2,3	2,6	2,51	1–2*
Смешная–Несмешная	2,39	2,87	2,81	1–2*, 1–3*
Герои вызывают симпатию – Герои вызывают антипатию	2,75	3,12	3,06	1–2*
<i>Вызывающе сексуальные заголовки</i>				
Современный–Несовременный	2,82	2,49	2,39	1–3*
Притягивающий–Отталкивающий	3,27	2,86	3,34	2–3
Вызывает страх – Не вызывает страха	3,56	3,97	3,78	1–2*
Возникает желание прочесть статью – Не возникает желания прочесть статью	3,09	2,91	3,38	2–3*
Заголовок понравится моим друзьям – Не понравится моим друзьям	2,96	2,86	3,28	2–3*
Заголовок понравится моим родителям – Не понравится моим родителям	3,38	3,73	3,94	1–3

Шкала	Уровни саморегуляции			Уровни саморегуляции, между которыми есть различия
	Низкий (1)	Средний (2)	Высокий (3)	
<i>Агрессивные заголовки</i>				
Современный–Несовременный	2,71	2,38	2,21	1–3
Пошлый–Порядочный	2,78	3,18	3,33	1–2, 1–3
Такая формулировка противоречит нравственным нормам – Такая формулировка не противоречит нравственным нормам	2,82	3,12	3,29	1–3*
<i>Циничные заголовки</i>				
Притягивающий–Отталкивающий	3,16	3,03	3,39	2–3*
Вызывает желание обсудить с другими – Не вызывает желания обсудить с другими	2,82	3,27	3,04	1–2*
Заголовок понравится моим друзьям – Не понравится моим друзьям	3,07	2,96	3,43	2–3
Заголовок понравится моим родителям – Не понравится моим родителям	3,11	3,5	3,63	1–3*

Примечание: * – различия значимы на уровне тенденции ($p < 0,1$).

Таблица 12
Представленность уровней саморегуляции у молодых женщин

Уровень	Количество человек	% от выборки
высокий	31	28
средний	61	54
низкий	20	18

Таблица 13
Представленность уровней саморегуляции у молодых мужчин

Уровень	Количество человек	% от выборки
высокий	45	48
средний	35	37
низкий	14	15

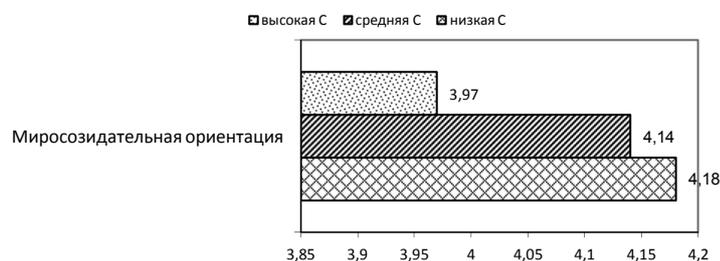


Рис. 22. Различия в нравственном самоопределении молодых женщин с разным уровнем саморегуляции (С)

Молодые женщины с низким уровнем саморегуляции оценивают вызывающе сексуальные формулировки заголовков как оригинальные в отличие от женщин с более высоким уровнем саморегуляции. Данная группа женщин в большей мере, чем женщины с высоким уровнем саморегуляции, уверены в том, что статья, озаглавленная таким заголовком, не будет интересной (подробнее в таблице 14).

У женщин со средним уровнем саморегуляции вызывающе сексуальная реклама вызывает желание повторять слова и действия персонажей в отличие от женщин с высоким уровнем саморегуляции. Данная группа женщин в большей мере не понимает чувства героев агрессивной рекламы в сравнении с женщинами с низким уровнем саморегуляции. На уровне тенденции было обнаружено, что таким женщинам циничная реклама кажется в некоторой степени реалистичной в отличие от женщин с высоким уровнем саморегуляции. Эти женщины в небольшой мере предполагают, что статья, озаглавленная вызывающе сексуальным заголовком, может быть интересной, в отличие от женщин с высоким уровнем саморегуляции. Эта группа женщин считает такие формулировки заголовков менее порядочными, чем группа женщин с высоким уровнем саморегуляции (подробнее в таблице 14).

Персонажи вызывающе сексуальной рекламы молодым женщинам с высоким уровнем саморегуляции кажутся неблизкими в большей мере, чем женщинам со средним уровнем саморегуляции. Вызывающе сексуальные формулировки заголовков не близки им по теме в наибольшей мере. Также у них в отличие от женщин с более низким уровнем саморегуляции не возникает желания прочесть статью, озаглавленную таким заголовком. Эта группа в большей мере, чем группа женщин со средним уровнем саморегуляции, не желает обсуждать статью, озаглавленную вызывающе сексуаль-

ным заголовком. Агрессивные формулировки заголовков раздражают их в большей мере, чем женщин со средним уровнем саморегуляции. Также им не хочется прочесть статью, озаглавленную таким заголовком, в отличие от женщин со средним уровнем саморегуляции. Этой группе женщин в наибольшей мере не близка тема агрессивных заголовков. Эти женщины оценивают циничные заголовки как реалистичные в отличие от женщин со средним уровнем саморегуляции (подробнее в таблице 14).

Таким образом, отношение к неэтичным роликам и формулировкам газетных заголовков более негативное у женщин с более высоким уровнем саморегуляции (см. таблицу 14).

Между мужчинами различий больше (см. рисунок 23). У мужчин 18–35 лет с более высоким уровнем саморегуляции наблюдается большая приверженность стратегии активности на когнитивном и конативном уровне. Значимость морали, нравственности для общества, признание нравственности показателем силы личности, приверженность стратегии обязательности соблюдения нравственных норм на эмоциональном уровне ниже у мужчин со средним уровнем саморегуляции и выше у мужчин с низким и высоким уровнем саморегуляции.

Молодым мужчинам с низким уровнем саморегуляции вызывающе сексуальная реклама кажется более неприличной, чем мужчинам с высоким уровнем саморегуляции. Они в наибольшей мере склонны оценивать вызывающе сексуальную рекламу как пошлую. Поведение героев агрессивной рекламы оценивается ими как неприемлемое в обществе в большей мере, чем мужчинами со средним уровнем саморегуляции. У этой группы мужчин возникает желание обсудить статью, озаглавленную циничным заголовком в отличие от мужчин со средним уровнем саморегуляции. Вызывающе сексуальные формулировки заголовков кажутся оригинальными только молодым мужчинам со средним уровнем саморегуляции. Данная группа респондентов наименее склонна обсуждать агрессивные заголовки. Такие заголовки не понравятся их друзьям в большей мере, чем друзьям мужчин с высоким уровнем саморегуляции. На уровне тенденции было выявлено, что, по мнению этой группы мужчин, формулировки циничных заголовков противоречат нравственным нормам, иного мнения придерживаются мужчины с низким уровнем саморегуляции. Молодым мужчинам с высоким уровнем саморегуляции персонажи вызывающе сексуальной рекламы не близки в наименьшей мере (подробнее см. таблицу 15).

Таблица 14
Отношение к неэтичным явлениям
у молодых женщин с разным уровнем саморегуляции

Шкала	Уровни саморегуляции			Уровни саморегуляции, между которыми есть различия
	Низкий (1)	Средний (2)	Высокий (3)	
<i>Вызывающе сексуальные ролики</i>				
Привлекает внимание – Не привлекает внимания	2,03	1,97	1,58	1–3*, 2–3*
Хочется повторять слова и действия – Не хочется повторять слова и действия	3,21	2,94	3,47	2–3*
Хочется досмотреть рекламу – Не хочется досмотреть рекламу	2,39	2,41	1,92	2–3*
Персонажи близки – Не близки	3,73	3,31	3,78	2–3*
Ролик понравится моим родителям – Не понравится моим родителям	3,94	3,34	3,78	1–2*
<i>Агрессивные ролики</i>				
Непонятная–Понятная	3,12	2,65	2,36	1–2*, 1–3
Дешевая–Дорогая	2,79	2,54	2,31	1–3*
Товар кажется хорошим – Товар не кажется хорошим	3,24	3,79	3,83	1–2, 1–3
Вызывает доверие – Не вызывает доверия	3,33	3,82	3,83	1–2*, 1–3*
Огорчающая–Радующая	3,21	2,76	3,19	1–2*
Понимаю чувства героев – Не понимаю чувств героев	3,21	3,73	3,61	1–2*
<i>Циничные ролики</i>				
Реалистичная–Нереалистичная	3,39	2,81	3,11	1–2*
Персонажи близки – Не близки	3,42	3,53	4,03	1–3*
Герои вызывают симпатию – Герои вызывают антипатию	2,7	3,25	2,89	1–2*
<i>Вызывающе сексуальные заголовки</i>				
Оригинальный–Неоригинальный	2,22	3,12	3,46	1–2, 1–3
Реалистичный–Нереальный	3,59	3,19	2,96	1–3*
Предполагает интересную статью – Не предполагает интересную статью	3,67	2,89	3,47	1–3, 2–3*
Притягивающий–Отталкивающий	3,11	2,79	3,49	2–3
Огорчающий–Радующий	2,93	3,06	2,77	2–3*
Возникает желание прочесть статью – Не возникает желание прочесть статью	2,63	2,88	3,61	1–3*, 2–3

Шкала	Уровни саморегуляции			Уровни саморегуляции, между которыми есть различия
	Низкий (1)	Средний (2)	Высокий (3)	
Вызывает желание обсудить – Не вызывает желания обсудить	2,78	3,27	3,61	1–3
Тема близка – Не близка	3,37	3,62	4,04	1–3*
Заголовок понравится моим друзьям – Не понравится моим друзьям	3,15	2,72	3,28	2–3*
<i>Агрессивные заголовки</i>				
Раздражающий–Успокаивающий	2,26	2,47	2,12	2–3
Возникает желание прочесть статью – Не возникает желания прочесть статью	3,11	2,84	3,46	2–3*
Тема близка–Неблизка	3,3	3,49	3,93	1–3*
Пошлый–Порядочный	2,52	3,21	3,26	1–2, 1–3
Такая формулировка противоречит нравственным нормам – Такая формулировка не противоречит нравственным нормам	2,41	3,05	3,12	1–2, 1–3
<i>Циничные заголовки</i>				
Реалистичный–Нереальный	3,19	3,14	2,6	1–3*, 2–3
Такая формулировка противоречит нравственным нормам – Не противоречит нравственным нормам	2,15	3,01	3,00	1–2, 1–3

Примечание: * – различия значимы на уровне тенденции ($p < 0,1$).

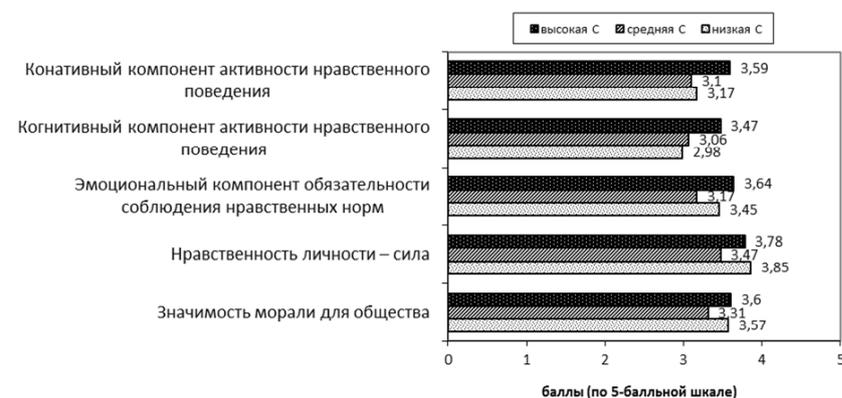


Рис. 23. Различия в нравственном самоопределении молодых мужчин с разным уровнем саморегуляции (С)

Таблица 15
Отношение к неэтичным явлениям
у молодых мужчин с разным уровнем саморегуляции

Шкала	Уровни саморегуляции			Уровни саморегуляции, между которыми есть различия
	Низкий (1)	Средний (2)	Высокий (3)	
<i>Вызывающе сексуальные ролики</i>				
Непонятная–Понятная	3,83	3,07	3,43	1–2
Запоминается продукт – Не запоминается продукт	1,88	2,95	2,72	1–2, 1–3*
Сексуальная–Асексуальная	1,29	2,14	1,93	1–2, 1–3
Персонажи близки–Неблизки	3,58	3,84	3,3	2–3
Герои вызывают симпатию – Герои вызывают антипатию	3,00	3,12	2,63	2–3*
Понимаю чувства героев – Не понимаю чувства героев	2,92	3,44	2,72	2–3
Приличная–Неприличная	3,79	3,51	3,00	1–3*, 2–3*
Пошлая–Порядочная	1,96	2,58	2,81	1–2*
Поведение героев неприемлемо в обществе – Поведение героев приемлемо в обществе	2,29	3,14	3,02	1–2
Ролик понравится моим родителям – Не понравится моим родителям	3,96	3,7	3,43	1–3*
<i>Агрессивные ролики</i>				
Поведение героев неприемлемо в обществе – Поведение героев приемлемо в обществе	1,88	2,39	2,52	1–2*
<i>Циничные ролики</i>				
Дешевая–Дорогая	2,54	2,54	2,17	1–3*, 2–3*
Запоминается продукт – Не запоминается продукт	2,38	2,93	2,61	1–2*
Возникает желание приобрести товар – Не возникает желание приобрести товар	3,13	3,02	3,39	2–3*
<i>Вызывающе сексуальные заголовки</i>				
Оригинальный–Неоригинальный	3,94	2,67	3,25	1–2, 2–3*
Современный–Несовременный	3,17	2,52	2,56	1–2, 1–3
Возникает желание прочесть статью – Не возникает желание прочесть статью	3,78	2,96	3,22	1–2

Шкала	Уровни саморегуляции			Уровни саморегуляции, между которыми есть различия
	Низкий (1)	Средний (2)	Высокий (3)	
<i>Агрессивные заголовки</i>				
Вызывает желание обсудить с другими – Не вызывает желание обсудить с другими	3,22	3,54	2,96	2–3*
Заголовок понравится моим друзьям – Не понравится моим друзьям	2,89	3,77	3,21	1–2, 2–3*
<i>Циничные заголовки</i>				
Вызывает желание обсудить с другими – Не вызывает желание обсудить с другими	2,61	3,31	2,98	1–2*
Заголовок понравится моим друзьям – Не понравится моим друзьям	2,94	2,96	3,58	2–3
Такая формулировка противоречит нравственным нормам – Не противоречит нравственным нормам	3,44	2,83	2,73	1–2*

Примечание: * – различия значимы на уровне тенденции ($p < 0,1$).

Таким образом, отношение к неэтичным роликам и формулировкам заголовков газет более негативное у молодых мужчин с более высоким уровнем саморегуляции (см. таблицу 15).

Нравственное самоопределение молодежи с различным уровнем эмоционального интеллекта

В выборке исследования преобладает средний уровень межличностного и внутриличностного эмоционального интеллекта (см. таблицы 16 и 17).

У респондентов с более высоким уровнем МЭИ наблюдается большая приверженность стратегии взаимности в нравственном поведении на конативном уровне. Признание значимости морали, нравственности для общества, существования воздаяния за добро и зло, приверженность стратегии обязательности соблюдения нравственных норм на когнитивном, эмоциональном и конативном уровнях, стратегии активности в нравственном поведении на эмоциональном уровне выше у респондентов со средним МЭИ, чем у респондентов с низким и высоким МЭИ. Неприятие эгоцентрической ориентации наблюдается только при среднем уровне МЭИ. Респон-

Таблица 16
Представленность уровней
межличностного эмоционального интеллекта в выборке

Уровень	Количество человек	% от выборки
высокий	27	13
средний	141	68
низкий	38	19

Таблица 17
Представленность уровней
внутриличностного эмоционального интеллекта в выборке

Уровень	Количество человек	% от выборки
высокий	37	18
средний	128	62
низкий	41	20

денты с высоким МЭИ наиболее привержены представлению об искусственном происхождении нравственности, об относительности нравственности (см. рисунок 24).

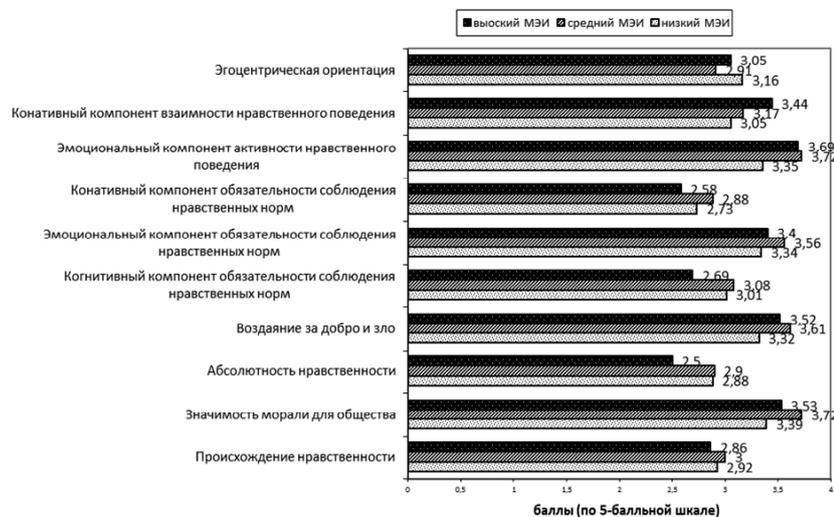


Рис. 24. Различия в нравственном самоопределении молодежи с разным уровнем межличностного эмоционального интеллекта (МЭИ)

Вызывающе сексуальные рекламные ролики оцениваются респондентами с низким межличностным эмоциональным интеллектом (МЭИ) противоречиво по когнитивным показателям, негативно по идентификационным показателям. Агрессивные ролики оцениваются ими противоречиво по когнитивным и этическим показателям. Циничные ролики оцениваются противоречиво по когнитивным и эмоциональным показателям. Вызывающе сексуальные формулировки газетных заголовков оцениваются ими положительно по когнитивным показателям. Агрессивные формулировки заголовков оцениваются ими положительно по когнитивным показателям, негативно по эмоциональным показателям, противоречиво по этическим показателям. Циничные формулировки заголовков оцениваются ими положительно по когнитивным показателям, негативно по этическим показателям (см. таблицу 18).

Респонденты со средним МЭИ вызывающе сексуальные рекламные ролики оценивают противоречиво по когнитивным показателям, позитивно – по идентификационным показателям. Агрессивные ролики оцениваются противоречиво по когнитивным и этическим показателям. Циничные ролики оцениваются ими противоречиво по когнитивным и эмоциональным показателям. Вызывающе сексуальные формулировки газетных заголовков оцениваются ими положительно по когнитивным показателям. Агрессивные формулировки заголовков оцениваются ими положительно по когнитивным показателям, негативно по эмоциональным показателям, противоречиво по этическим показателям. Циничные формулировки заголовков оцениваются положительно по когнитивным показателям, негативно по этическим показателям (см. таблицу 18).

Респондентами с высоким МЭИ вызывающе сексуальные рекламные ролики оцениваются противоречиво по когнитивным показателям, положительно по идентификационным показателям. Агрессивные ролики оцениваются ими противоречиво по когнитивным и этическим показателям. Циничные ролики оцениваются ими положительно по когнитивным показателям, противоречиво по эмоциональным показателям. Вызывающе сексуальные формулировки газетных заголовков оцениваются ими положительно по когнитивным показателям. Агрессивные формулировки заголовков оцениваются ими положительно по когнитивным показателям, негативно по эмоциональным показателям, противоречиво по этическим показателям. Циничные формулировки заголовков оцениваются

Таблица 18

Отношение к неэтичным явлениям у молодежи с разным уровнем межличностного эмоционального интеллекта (МЭИ)

Шкала	Уровни МЭИ			Уровни МЭИ, между которыми есть различия
	Низкий (1)	Средний (2)	Высокий (3)	
<i>Вызывающе сексуальные ролики</i>				
Современная–Несовременная	2,38	1,89	1,85	1–2
Дешевая–Дорогая	2,86	3,21	3,15	1–2
Привлекает внимание – Не привлекает внимания	2,57	1,97	2,12	1–2
Соответствует товару – Не соответствует товару	3,48	3,19	3,64	2–3*
Товар кажется хорошим – Товар не кажется хорошим	3,14	2,91	2,58	1–3*
Ролик понравится моим друзьям – Не понравится моим друзьям	2,7	2,49	3,12	2–3*
<i>Агрессивные ролики</i>				
Современная–Несовременная	2,91	2,41	2,73	1–2
Пошлая–Порядочная	3,06	3,00	3,61	2–3
Поведение героев неприемлемо в обществе – поведение героев приемлемо в обществе	1,86	2,4	2,33	1–2
<i>Циничные ролики</i>				
Непонятная–Понятная	3,43	3,82	3,64	1–2*
Соответствует товару – Не соответствует товару	3,1	2,82	2,82	1–2*
Понимаю чувства героев – Не понимаю чувств героев	3,25	2,95	3,45	2–3*
<i>Вызывающе сексуальные заголовки</i>				
Привлекает внимание – Не привлекает внимания	2,89	2,44	2,65	1–2*
Пошлый–Порядочный	1,82	2,19	2,19	1–2*
<i>Агрессивные заголовки</i>				
Непонятный–Понятный	3,29	3,55	4,13	1–3, 2–3
Притягивающий–Отталкивающий	2,91	3,27	3,4	1–2*
Раздражающий–Успокаивающий	2,29	2,46	2,15	2–3*
Вызывает желание обсудить с другими – Не вызывает желания обсудить с другими	3,31	3,12	3,69	2–3*

Шкала	Уровни МЭИ			Уровни МЭИ, между которыми есть различия
	Низкий (1)	Средний (2)	Высокий (3)	
Хочется дать почитать другому – Не хочется дать почитать другому	3,22	3,15	3,71	2–3*
Пошлый–Порядочный	2,82	3,16	3,65	1–3, 2–3
Такая формулировка противоречит нравственным нормам – Не противоречит нравственным нормам	3,02	3,06	3,67	1–3*, 2–3
Заголовок понравится моим родителям – Не понравится моим родителям	2,78	3,22	3,33	1–2, 1–3
<i>Циничные заголовки</i>				
Предполагает интересную статью – Не предполагает интересной статьи	3,38	2,92	2,88	1–3*
Пошлый–Порядочный	2,58	2,81	3,33	1–3, 2–3
Такая формулировка противоречит нравственным нормам – Не противоречит нравственным нормам	2,76	2,71	3,54	1–3, 2–3

Примечание: * – различия значимы на уровне тенденции ($p < 0,1$).

положительно по когнитивным и этическим показателям (см. таблицу 18).

Таким образом, оценка неэтичных рекламных роликов и формулировок газетных заголовков более позитивна у респондентов с более высоким МЭИ (см. таблицу 18).

У респондентов с более высоким уровнем ВЭИ больше убежденность в том, что нравственность личности – проявление ее силы, что каждый несет ответственность за свой моральный облик и этичность поведения, приверженность стратегии взаимности в нравственном поведении на когнитивном и конативном уровне, приверженность мирозидательной ориентации. Только респондентам со средним ВЭИ свойственно неприятие эгоцентрической ориентации, а также склонность к представлению о естественном происхождении нравственности и стратегии обязательности соблюдения нравственных норм на когнитивном уровне. Гуманистическая ориентация, приверженность стратегии обязательности соблюдения нравственных норм на эмоциональном уровне, стратегии активности в нравственном поведении на эмоциональном и конативном уровне свойственна респондентам со средним ВЭИ в большей мере, чем респондентам с низким и высоким ВЭИ. Также респонден-

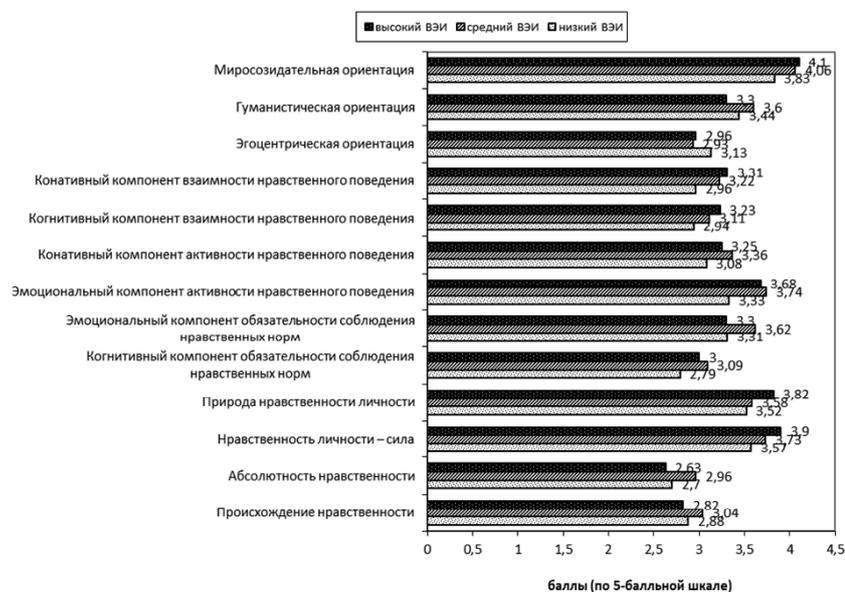


Рис. 25. Различия в нравственном самоопределении молодежи с разным уровнем внутриличностного эмоционального интеллекта (ВЭИ)

ты со средним ВЭИ наименее склонны к представлению об относительности нравственности (см. рисунок 25).

Вызывающе сексуальные рекламные ролики оцениваются респондентами с низким внутриличностным эмоциональным интеллектом (ВЭИ) позитивно по когнитивным показателям, негативно по этическим показателям. Агрессивные ролики оцениваются ими противоречиво по когнитивным, эмоциональным, этическим показателям, негативно по конативным и идентификационным показателям. Циничные ролики оцениваются положительно по когнитивным показателям, негативно по эмоциональным показателям, противоречиво по конативным, идентификационным, этическим показателям. Вызывающе сексуальные формулировки газетных заголовков оцениваются ими негативно по когнитивным, конативным, идентификационным показателям, противоречиво по эмоциональным показателям. Агрессивные формулировки заголовков оцениваются ими положительно по когнитивным показателям, негативно по эмоциональным, конативным, идентификационным показателям, противоречиво по этическим показателям. Циничные формулировки

заголовков оцениваются противоречиво по эмоциональным показателям (см. таблицу 19).

Вызывающе сексуальные рекламные ролики оцениваются респондентами со средним ВЭИ положительно по когнитивным показателям, негативно по этическим показателям. Агрессивные ролики оцениваются ими противоречиво по когнитивным и этическим показателям, негативно по эмоциональным, конативным, идентификационным показателям. Циничные ролики оцениваются противоречиво по когнитивным показателям, негативно по эмоциональным, конативным, идентификационным, этическим показателям. Вызывающе сексуальные формулировки газетных заголовков оцениваются ими противоречиво по когнитивным и эмоциональным показателям, негативно по конативным и идентификационным показателям. Агрессивные формулировки заголовков оцениваются ими положительно по когнитивным и этическим показателям, противоречиво по эмоциональным и конативным показателям, негативно по идентификационным показателям. Циничные формулировки заголовков оцениваются противоречиво по эмоциональным показателям (подробнее в таблице 19).

Вызывающе сексуальные рекламные ролики оцениваются респондентами с высоким ВЭИ положительно по когнитивным показателям, негативно по этическим показателям. Агрессивные ролики оцениваются ими негативно по когнитивным, эмоциональным, конативным, идентификационным показателям, противоречиво по этическим показателям. Циничные ролики оцениваются положительно по когнитивным показателям, неопределенно по эмоциональным показателям, негативно по конативным и идентификационным показателям, противоречиво по этическим показателям. Вызывающе сексуальные формулировки газетных заголовков оцениваются ими противоречиво по когнитивным и эмоциональным показателям, негативно по этическим и идентификационным показателям. Агрессивные формулировки заголовков оцениваются ими противоречиво по когнитивным и эмоциональным показателям, негативно по конативным и идентификационным показателям, позитивно по этическим показателям. Циничные формулировки заголовков оцениваются противоречиво по эмоциональным показателям (см. таблицу 19).

Таким образом, отношение к неэтичным рекламным роликам и формулировкам газетных заголовков более позитивно у респондентов с более высоким ВЭИ (см. таблицу 19).

Таблица 19

Отношение к неэтичным явлениям у молодежи с разным уровнем внутриличностного эмоционального интеллекта (ВЭИ)

Шкала	Уровни ВЭИ			Уровни ВЭИ, между которыми есть различия
	Низкий (1)	Средний (2)	Высокий (3)	
<i>Вызывающе сексуальные ролики</i>				
Непонятная–Понятная	3,23	3,33	3,8	2–3*
Реалистичная–Нереальная	3,39	3,09	3,53	2–3*
Современная–Несовременная	2,28	1,9	1,91	1–2
Товар кажется хорошим – Товар не кажется хорошим	3,01	2,97	2,58	1–3*
Вызывает доверие – Не вызывает доверия	3,15	3,17	2,76	1–3*, 2–3*
Огорчающая–Радующая	3,71	3,42	3,84	2–3*
Смешная–Несмешная	3,39	3,59	3,2	2–3*
Приличная–Неприличная	3,53	3,61	3,16	2–3*
Пошлая–Порядочная	2,15	2,32	2,91	1–3, 2–3
<i>Агрессивные ролики</i>				
Реалистичная–Нереалистичная	3,45	3,67	4,11	1–3, 2–3*
Привлекает внимание – Не привлекает внимания	2,4	2,75	2,96	1–3*
Раздражающая–Успокаивающая	2,72	2,46	2,47	1–2*
Хочется повторять слова и действия – Не хочется повторять слова и действия	3,87	4,28	4,2	1–2
Возникает желание приобрести товар – Не возникает желание приобрести товар	3,65	4,02	4,04	1–2*
Персонажи близки–Неблизки	3,87	4,26	4,22	1–2
Одобряю поведение героев – Осуждаю поведение героев	3,29	3,76	3,44	1–2
Поведение героев неприемлемо в обществе – Поведение героев приемлемо в обществе	2,24	2,16	2,78	2–3*
<i>Циничные ролики</i>				
Оригинальная–Неоригинальная	2,41	2,52	1,8	1–3, 2–3
Вызывает доверие – Не вызывает доверия	2,73	3,05	2,87	1–2*
Хочется повторять слова и действия – Не хочется повторять слова и действия	3,27	3,86	3,73	1–2

Шкала	Уровни ВЭИ			Уровни ВЭИ, между которыми есть различия
	Низкий (1)	Средний (2)	Высокий (3)	
Возникает желание приобрести товар – Не возникает желания приобрести товар	2,96	3,41	3,22	1–2*
Рекомендую другим посмотреть этот ролик – Не рекомендую другим посмотреть этот ролик	2,6	3,13	3,18	1–2, 1–3*
Персонажи близки–Неблизки	3,19	3,83	3,53	1–2
Герои вызывают симпатию – Герои вызывают антипатию	2,8	3,18	2,82	1–2
Ролик понравится моим друзьям – Не понравится моим друзьям	2,56	3,04	3,00	1–2
Одобряю поведение героев – Осуждаю поведение героев	3,17	3,51	3,16	1–2
Ролик понравится моим родителям – Не понравится моим родителям	2,85	3,27	3,00	1–2
<i>Вызывающе сексуальные заголовки</i>				
Оригинальный–Неоригинальный	3,04	3,03	3,47	2–3*
Привлекает внимание – Не привлекает внимания	2,94	2,42	2,62	1–2
Предполагает интересную статью – Не предполагает интересную статью	3,13	3,12	3,67	1–3*, 2–3
Притягивающий–Отталкивающий	2,96	3,06	3,59	1–3, 2–3
Раздражающий–Успокаивающий	2,69	2,71	2,32	2–3
Вызывает страх–Не вызывает страха	4,27	3,57	4,3	1–2, 2–3
Вызывает сочувствие – Не вызывает сочувствия	3,85	3,35	4,17	1–2*, 2–3
Возникает желание прочесть статью – Не возникает желание прочесть статью	2,98	3,03	3,64	1–3*, 2–3
Вызывает желание обсудить с другими – Не вызывает желания обсудить с другими	3,21	3,3	3,86	1–3, 2–3
Хочется дать почитать другому – Не хочется дать почитать другому	3,25	3,29	3,88	1–3, 2–3
Тема близка–Неблизка	3,54	3,64	4,08	1–3*, 2–3
<i>Агрессивные заголовки</i>				
Непонятный–Понятный	3,65	3,38	4,2	1–3, 2–3
Оригинальный–Неоригинальный	2,88	2,79	3,47	1–3*, 2–3
Раздражающий–Успокаивающий	2,52	2,44	2,14	1–3, 2–3*
Вызывает страх – Не вызывает страха	2,96	3,16	3,7	1–3, 2–3

Продолжение таблицы 19

Шкала	Уровни ВЭИ			Уровни ВЭИ, между которыми есть различия
	Низкий (1)	Средний (2)	Высокий (3)	
Вызывает сочувствие – Не вызывает сочувствия	3,17	3,07	3,59	2–3
Вызывает желание обсудить с другими – Не вызывает желания обсудить с другими	3,17	3,11	3,64	2–3*
Хочется дать почитать другому – Не хочется дать почитать другому	3,13	3,14	3,67	2–3*
Заголовок понравится моим друзьям – Не понравится моим друзьям	3,04	3,21	3,59	1–3*, 2–3*
Пошлый–Порядочный	3,15	3,07	3,56	1–3*, 2–3
Такая формулировка противоречит нравственным нормам – Не противоречит нравственным нормам	2,96	3,09	3,45	1–3*
Заголовок понравится моим родителям – Не понравится моим родителям	2,9	3,27	3,09	1–2*
<i>Циничные заголовки</i>				
Современный – Несовременный	2,48	2,31	2,67	2–3*
Вызывает страх – Не вызывает страха	2,9	2,96	3,5	1–3, 2–3
Вызывает сочувствие – Не вызывает сочувствия	2,88	2,77	3,3	2–3
Такая формулировка противоречит нравственным нормам – Не противоречит нравственным нормам	2,83	2,75	3,14	2–3*

Примечание: * – различия значимы на уровне тенденции ($p < 0,1$).

Особенности нравственного самоопределения мужчин и женщин с различным уровнем эмоционального интеллекта

В женской выборке исследования преобладает средний уровень межличностного и внутриличностного эмоционального интеллекта (таблицы 20 и 21).

Молодые женщины 18–35 лет с более высоким уровнем МЭИ более привержены убеждению в нравственности личности как показателе ее силы, стратегии активности в нравственном поведении на эмоциональном уровне, стратегии взаимности на когнитивном уровне. Приверженность представлению о значимости морали для общества, убежденность в том, что каждый несет ответствен-

Таблица 20

Представленность уровней межличностного эмоционального интеллекта у молодых женщин

Уровень	Количество человек	% от выборки
Высокий	15	13
Средний	85	76
Низкий	12	11

Таблица 21

Представленность уровней внутриличностного эмоционального интеллекта у молодых женщин

Уровень	Количество человек	% от выборки
Высокий	16	14
Средний	68	61
Низкий	28	25

ность за свой моральный облик и этичность поведения более выражены у женщин со средним МЭИ, чем у женщин с низким и высоким МЭИ. Только женщины со средним МЭИ придерживаются стратегий обязательности соблюдения нравственных норм и взаимности в нравственном поведении на когнитивном уровне. Они в наименьшей мере согласны с тем, что нравственность относительна. Молодых женщин с высоким МЭИ отличает наибольшая приверженность стратегии необязательности соблюдения нравственных норм на когнитивном уровне (см. рисунок 26). Таким образом, у женщин более высокому уровню МЭИ соответствуют как более позитивные представления о нравственности (сила) и нравственные стратегии (активность), так и менее позитивные стратегии (необязательность, взаимность в нравственном поведении). Эти особенности могут быть объяснены тем, что высокому МЭИ соответствует высокая способность к пониманию чужих эмоций, а также высокая способность вызывать у других нужные эмоции, что характеризуется как склонность к манипуляции (Люсин, 2006). По-видимому, в стратегиях отражается эта манипулятивность.

Вызывающе сексуальные рекламные ролики оцениваются молодыми женщинами с низким межличностным эмоциональным интеллектом (МЭИ) противоречиво по когнитивным показателям,

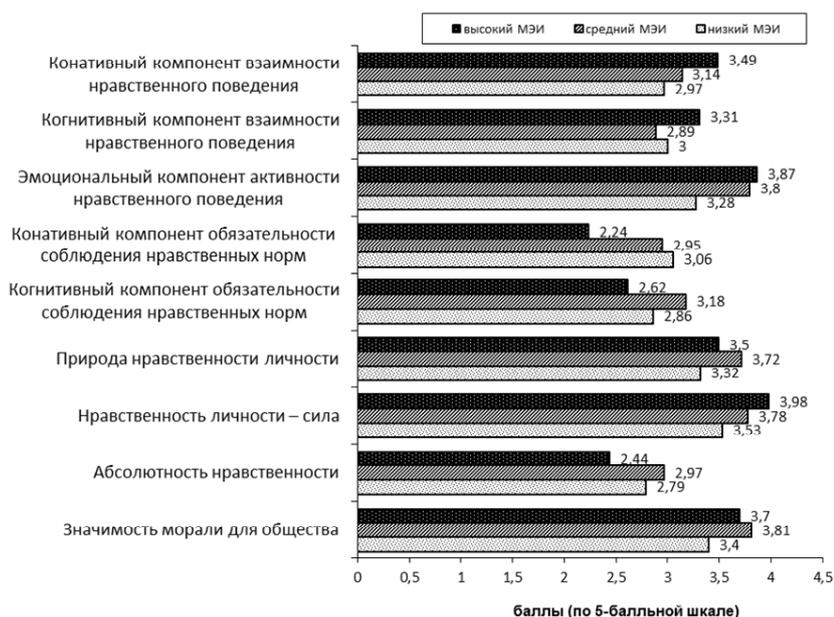


Рис. 26. Различия в нравственном самоопределении молодых женщин с разным уровнем межличностного эмоционального интеллекта (МЭИ)

негативно по идентификационным показателям. Агрессивные ролики оцениваются ими противоречиво по когнитивным и этическим показателям. Циничные ролики оцениваются противоречиво по когнитивным и эмоциональным показателям. Вызывающе сексуальные формулировки газетных заголовков оцениваются ими негативно по эмоциональным и идентификационным показателям. Агрессивные формулировки заголовков оцениваются ими противоречиво по когнитивным показателям. Циничные формулировки заголовков оцениваются ими негативно по когнитивным и этическим показателям, неопределенно по идентификационным показателям (см. таблицу 22).

Вызывающе сексуальные рекламные ролики оцениваются молодыми женщинами со средним МЭИ противоречиво по когнитивным показателям, положительно по идентификационным показателям. Агрессивные ролики оцениваются ими противоречиво по когнитивным и этическим показателям. Циничные ролики оцениваются противоречиво по когнитивным и эмоциональным показателям.

Вызывающе сексуальные формулировки газетных заголовков оцениваются ими негативно по эмоциональным показателям, положительно по идентификационным показателям. Агрессивные формулировки заголовков оцениваются положительно по когнитивным показателям. Циничные формулировки заголовков оцениваются негативно по когнитивным, идентификационным, этическим показателям (см. таблицу 22).

Вызывающе сексуальные рекламные ролики оцениваются молодыми женщинами с высоким МЭИ противоречиво по когнитивным показателям, положительно по идентификационным показателям. Агрессивные ролики оцениваются ими противоречиво по когнитивным и этическим показателям. Циничные ролики оцениваются положительно по когнитивным показателям, противоречиво по эмоциональным показателям. Вызывающе сексуальные формулировки газетных заголовков оцениваются ими негативно по эмоциональным и идентификационным показателям. Агрессивные формулировки заголовков оцениваются ими положительно по когнитивным показателям. Циничные формулировки заголовков оцениваются положительно по когнитивным и этическим показателям, негативно по идентификационным показателям (см. таблицу 22).

Таким образом, отношение к неэтичным роликам и формулировкам газетных заголовков у женщин с более высоким МЭИ более негативное (см. таблицу 22).

Молодым женщинам с более высоким уровнем ВЭИ свойственно большая приверженность убеждению в том, что нравственность личности – проявление ее силы, а также в том, что каждый в ответе за свой моральный облик и этичность поведения, стратегии обязательности соблюдения нравственных норм на когнитивном уровне, гуманистической ориентации, а также большее неприятие эгоцентрической ориентации. Приверженность стратегиям обязательности соблюдения нравственных норм и активности в нравственном поведении на эмоциональном уровне выражена у женщин со средним ВЭИ в большей мере, чем у женщин с низким и высоким ВЭИ (см. рисунок 27). Таким образом, женщинам с более высоким ВЭИ свойственны более нормативные представления о нравственности (сила, личная ответственность), нравственные стратегии (обязательность), нравственные ориентации (гуманистическая).

Вызывающе сексуальные рекламные ролики оцениваются молодыми женщинами с низким внутрличностным эмоциональным интеллектом (ВЭИ) положительно по когнитивным показателям,

Таблица 22

Отношение к неэтичным явлениям у молодых женщин с разным уровнем межличностного эмоционального интеллекта (МЭИ)

Шкала	Уровни МЭИ			Уровни МЭИ, между которыми есть различия
	Низкий (1)	Средний (2)	Высокий (3)	
<i>Вызывающе сексуальные ролики</i>				
Непонятная–Понятная	3,14	3,52	2,72	2–3
Оригинальная–Неоригинальная	3,29	2,13	2,78	1–2
Современная–Несовременная	2,24	1,69	1,56	1–2*
Дешевая–Дорогая	2,71	3,22	3,22	1–2, 1–3*
Привлекает внимание – Не привлекает внимание	2,62	1,77	2,00	1–2
Соответствует товару – Не соответствует товару	3,33	3,17	3,89	2–3
Персонажи близки – Не близки	3,43	3,42	4,11	2–3*
Герои вызывают симпатию – Герои вызывают антипатию	2,48	2,66	3,5	2–3*
Ролик понравится моим друзьям – Не понравится моим друзьям	2,67	2,4	3,44	2–3
Понимаю чувства героев – Не понимаю чувства героев	2,9	2,76	3,5	2–3
Приличная–Неприличная	3,71	3,56	4,33	2–3
Ролик понравится моим родителям – Не понравится моим родителям	3,76	3,43	4,17	2–3*
<i>Агрессивные ролики</i>				
Непонятная–Понятная	3,05	2,71	2,00	1–3, 2–3*
Современная–Несовременная	3,14	2,27	2,78	1–2
Сексуальная–Асексуальная	4,14	3,95	4,61	2–3*
Хочется досмотреть рекламу – Не хочется досмотреть рекламу	2,9	2,77	3,56	2–3*
Герои вызывают симпатию – Герои вызывают антипатию	3,24	3,43	4,06	1–3*
Ролик понравится моим друзьям – Не понравится моим друзьям	2,76	3,02	3,94	1–3, 2–3
Понимаю чувства героев – Не понимаю чувства героев	3,33	3,55	4,28	1–3*, 2–3*
Пошлая–Порядочная	2,71	2,85	3,33	1–3, 2–3*
Одобрю поведение героев – Осуждаю поведение героев	3,24	3,66	4,17	1–3, 2–3*

Шкала	Уровни МЭИ			Уровни МЭИ, между которыми есть различия
	Низкий (1)	Средний (2)	Высокий (3)	
<i>Циничные ролики</i>				
Запоминается продукт – Не запоминается продукт	2,48	2,43	3,11	2–3*
Смешная–Несмешная	2,81	2,64	3,33	2–3*
Хочется повторять слова и действия – Не хочется повторять слова и действия	3,57	3,64	4,33	2–3*
Герои вызывают симпатию – Герои вызывают антипатию	2,43	3,11	3,5	1–2*, 1–3
Понимаю чувства героев – Не понимаю чувства героев	3,1	2,98	3,78	2–3*
<i>Вызывающе сексуальные заголовки</i>				
Раздражающий–Успокаивающий	2,67	2,67	2,22	2–3*
Вызывает сочувствие – Не вызывает сочувствие	3,6	3,46	3,96	2–3*
<i>Агрессивные заголовки</i>				
Непонятный–Понятный	3,07	3,56	3,93	1–3*
<i>Циничные заголовки</i>				
Реалистичный–Нереальный	3,4	3,00	2,52	1–3, 2–3*
Современный–Несовременный	3,07	2,46	2,22	1–2*
Такая формулировка противоречит нравственным нормам – Не противоречит нравственным нормам	2,4	2,76	3,63	1–3, 2–3

Примечание: * – различия значимы на уровне тенденции ($p < 0,1$).

негативно по этическим показателям. Агрессивные ролики оцениваются ими противоречиво по когнитивным и эмоциональным показателям, негативно по конативным, идентификационным, этическим показателям. Циничные ролики оцениваются положительно по когнитивным показателям, негативно по эмоциональным показателям, противоречиво по конативным, идентификационным, этическим показателям. Вызывающе сексуальные формулировки газетных заголовков оцениваются ими противоречиво по когнитивным, эмоциональным, конативным показателям. Агрессивные формулировки заголовков оцениваются ими положительно по когнитивным и этическим показателям, негативно по эмоциональным показателям, противоречиво по конативным показателям. Циничные формулировки заголовков оцениваются положительно

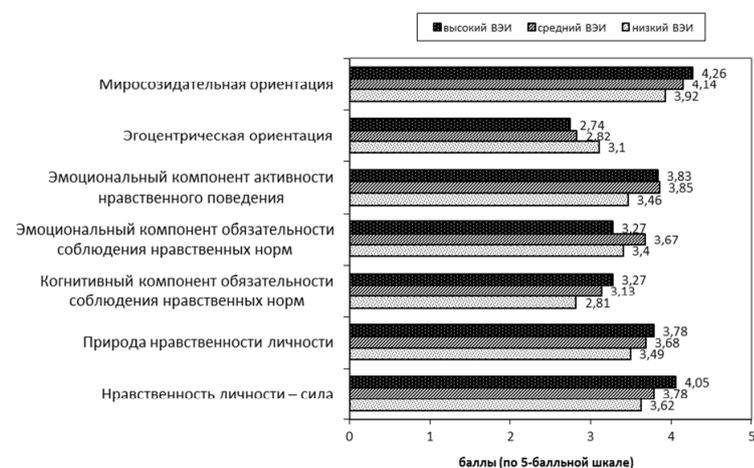


Рис. 27. Различия в нравственном самоопределении молодых женщин с разным уровнем внутриличностного эмоционального интеллекта (ВЭИ)

по когнитивным, эмоциональным, идентификационным показателям (см. таблицу 23).

Вызывающе сексуальные рекламные ролики оцениваются женщинами с высоким ВЭИ положительно по когнитивным показателям, негативно по этическим показателям. Агрессивные ролики оцениваются ими негативно по когнитивным, эмоциональным, конативным, идентификационным, этическим показателям. Циничные ролики оцениваются положительно по когнитивным показателям, неопределенно по эмоциональным показателям, негативно по конативным и идентификационным показателям, противоречиво по этическим показателям. Вызывающе сексуальные формулировки газетных заголовков оцениваются ими противоречиво по когнитивным и эмоциональным показателям, негативно по конативным показателям. Агрессивные формулировки заголовков оцениваются положительно по когнитивным и этическим показателям, противоречиво по эмоциональным показателям, негативно по конативным показателям. Циничные формулировки заголовков оцениваются ими неопределенно по когнитивным показателям, негативно по эмоциональным и идентификационным показателям (подробнее в таблицу 23).

Таким образом, отношение к неэтичным роликам и формулировкам газетных заголовков у женщин с более высоким ВЭИ более позитивное (см. таблицу 23).

Таблица 23

Отношение к неэтичным явлениям у молодых женщин с разным уровнем внутриличностного эмоционального интеллекта (ВЭИ)

Шкала	Уровни ВЭИ			Уровни ВЭИ, между которыми есть различия
	Низкий (1)	Средний (2)	Высокий (3)	
<i>Вызывающе сексуальные ролики</i>				
Оригинальная–Неоригинальная	2,8	2,41	1,8	1–3*
Современная–Несовременная	2,11	1,59	1,47	1–2, 1–3
Привлекает внимание – Не привлекает внимания	2,24	1,79	1,4	1–2, 1–3
Товар кажется хорошим – Товар не кажется хорошим	3,04	2,87	1,87	1–3, 2–3
Вызывает доверие – Не вызывает доверия	3,3	3,09	2,27	1–3, 2–3
Притягивающая–Отталкивающая	2,54	2,68	1,6	1–3, 2–3
Огорчающая–Радующая	3,65	3,52	4,47	1–3, 2–3
Смешная–Несмешная	3,43	3,53	2,73	2–3*
Хочется досмотреть рекламу – Не хочется досмотреть рекламу	2,37	2,34	1,8	1–3*
<i>Агрессивные ролики</i>				
Оригинальная–Неоригинальная	2,41	2,91	3,00	1–2*
Соответствует товару – Не соответствует товару	3,48	3,9	3,27	1–2*, 2–3*
Притягивающая–Отталкивающая	2,89	3,54	3,27	1–2
Хочется повторять слова и действия – Не хочется повторять слова и действия	3,83	4,49	4,47	1–2
Возникает желание приобрести товар – Не возникает желания приобрести товар	3,76	4,22	4,13	1–2*
Персонажи близки–Неблизки	3,87	4,33	4,00	1–2*
Ролик понравится моим друзьям – Не понравится моим друзьям	2,65	3,3	3,13	1–2
Понимаю чувства героев – Не понимаю чувства героев	3,24	3,81	3,47	1–2
Одобряю поведение героев – Осуждаю поведение героев	3,31	3,84	3,67	1–2
Поведение героев неприемлемо в обществе – Поведение героев приемлемо в обществе	2,19	2,09	3,07	2–3

Продолжение таблицы 23

Шкала	Уровни ВЭИ			Уровни ВЭИ, между которыми есть различия
	Низкий (1)	Средний (2)	Высокий (3)	
Ролик понравится моим родителям – Не понравится моим родителям	3,11	3,73	3,53	1–2
<i>Циничные ролики</i>				
Современная–Несовременная	2,96	2,42	2,47	1–2
Вызывает доверие – Не вызывает доверия	2,81	3,1	2,33	2–3*
Сексуальная–Асексуальная	3,76	3,84	3,33	1–3*
Хочется повторять слова и действия – Не хочется повторять слова и действия	3,3	3,9	3,87	1–2
Персонажи близки–Неблизки	3,15	3,89	3,4	1–2
Герои вызывают симпатию – Герои вызывают антипатию	2,83	3,27	2,47	1–2*
Приличная–Неприличная	2,3	2,78	2,07	1–2*
Пошлая–Порядочная	3,53	3,05	3,00	1–2
<i>Вызывающе сексуальные заголовки</i>				
Привлекает внимание – Не привлекает внимания	2,97	2,18	2,64	1–2
Притягивающий–Отталкивающий	2,93	2,94	3,67	2–3
Раздражающий–Успокаивающий	2,7	2,67	2,27	2–3
Вызывает страх – Не вызывает страха	4,2	3,46	4,06	1–2, 2–3
Вызывает сочувствие – Не вызывает сочувствия	3,83	3,35	3,94	2–3*
Возникает желание прочесть статью – Не возникает желания прочесть статью	2,83	2,96	3,73	1–3*, 2–3*
Вызывает желание обсудить с другими – Не вызывает желания обсудить с другими	3,03	3,18	3,97	1–3, 2–3
<i>Агрессивные заголовки</i>				
Современный–Несовременный	2,7	2,2	2,06	1–2, 1–3
Привлекает внимание – Не привлекает внимания	2,8	2,35	2,82	1–2*
Раздражающий–Успокаивающий	2,53	2,38	1,91	1–3, 2–3
Вызывает страх – Не вызывает страха	2,67	3,00	3,64	1–3, 2–3
Вызывает сочувствие – Не вызывает сочувствия	3,03	2,98	3,45	2–3
Возникает желание прочесть статью – Не возникает желания прочесть статью	3,23	2,85	3,73	2–3

Шкала	Уровни ВЭИ			Уровни ВЭИ, между которыми есть различия
	Низкий (1)	Средний (2)	Высокий (3)	
Вызывает желание обсудить с другими – Не вызывает желания обсудить с другими	3,43	3,05	3,91	2–3*
Хочется дать почитать другому – Не хочется дать почитать другому	3,37	3,06	3,85	2–3
Пошлый – Порядочный	3,00	3,08	3,33	1–3*, 2–3*
<i>Циничные заголовки</i>				
Предполагает интересную статью – Не предполагает интересную статью	3,4	2,74	3,06	1–2
Заголовок понравится моим друзьям – Не понравится моим друзьям	3,47	2,92	3,21	1–2

Примечание: * – различия значимы на уровне тенденции ($p < 0,1$).

В мужской выборке исследования преобладает средний уровень межличностного и внутриличностного эмоционального интеллекта (см. таблицы 24 и 25).

Молодым мужчинам 18–35 лет с более высоким уровнем МЭИ свойственно меньшее принятие стратегии необязательности со-

Таблица 24

Представленность уровней межличностного эмоционального интеллекта у молодых мужчин

Уровень	Количество человек	% от выборки
Высокий	12	13
Средний	55	59
Низкий	26	28

Таблица 25

Представленность уровней внутриличностного эмоционального интеллекта у молодых мужчин

Уровень	Количество человек	% от выборки
Высокий	21	23
Средний	59	63
Низкий	13	14

блюдения нравственных норм на конативном уровне. Убежденность в значимости морали для общества, существовании воздаяния за добро и зло у мужчин со средним МЭИ выражена в большей мере, чем у мужчин с низким и высоким МЭИ. Приверженность стратегии взаимности в нравственном поведении на эмоциональном уровне у мужчин с низким уровнем МЭИ выше, чем у мужчин с более высоким МЭИ (см. рисунок 28).

Таким образом, мужчинам с более высоким МЭИ свойственна меньшая приверженность к неодобряемым нравственным стратегиям (необязательность, взаимность). Эта особенность может быть объяснена тем, что высокий МЭИ соответствует высокой способности к пониманию чужих эмоций, а также высокой способности вызывать у других нужные эмоции, что характеризуется как склонность к манипуляции (Люсин, 2006). Их представления о нравственности (значимость для общества, воздаяние) менее позитивные, чем у мужчин со средним МЭИ.

Вызывающе сексуальные рекламные ролики оцениваются молодыми мужчинами с низким уровнем межличностного эмоционального интеллекта (МЭИ) негативно по идентификационным и этическим показателям. Агрессивные ролики оцениваются ими негативно по конативным, этическим, идентификационным показателям. Циничные ролики оцениваются противоречиво по когнитивным показателям, неопределенно по эмоциональным показателям, негативно по конативным, идентификационным, этическим показателям. Вызывающе сексуальные формулировки газетных за-

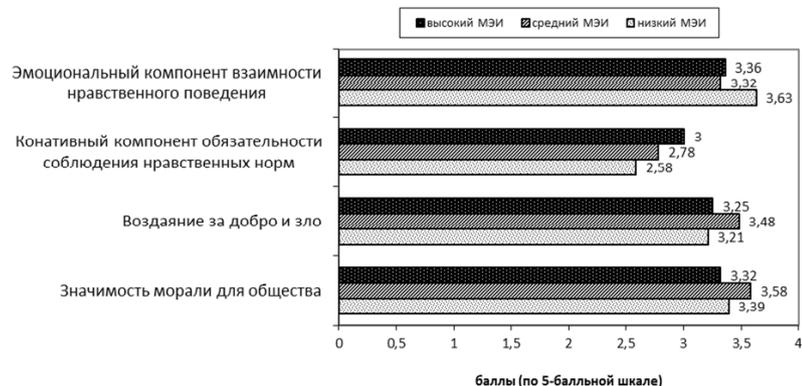


Рис. 28. Различия в нравственном самоопределении молодых мужчин с разным уровнем межличностного эмоционального интеллекта (МЭИ)

головков оцениваются ими негативно по этическим показателям. Агрессивные формулировки заголовков оцениваются ими негативно по конативным и идентификационным показателям, противоречиво по этическим показателям. Циничные формулировки заголовков оцениваются ими положительно по когнитивным показателям, негативно по этическим показателям (см. таблицу 26).

Вызывающе сексуальные рекламные ролики оцениваются мужчинами со средним МЭИ негативно по когнитивным показателям, противоречиво по этическим показателям. Агрессивные ролики оцениваются ими негативно по конативным показателям, положительно по идентификационным показателям, противоречиво по этическим показателям. Циничные ролики оцениваются противоречиво по когнитивным показателям, положительно по эмоциональным показателям, негативно по конативным, идентификационным, этическим показателям. Вызывающе сексуальные формулировки газетных заголовков оцениваются ими негативно по этическим показателям. Агрессивные формулировки заголовков оцениваются ими негативно по конативным и идентификационным показателям, противоречиво по этическим показателям. Циничные формулировки заголовков оцениваются ими противоречиво по когнитивным показателям, негативно по этическим показателям (см. таблицу 26).

Вызывающе сексуальные рекламные ролики оцениваются мужчинами с высоким МЭИ положительно по идентификационным и этическим показателям. Агрессивные ролики оцениваются ими положительно по конативным и идентификационным показателям, негативно по этическим показателям. Циничные ролики оцениваются положительно по когнитивным, эмоциональным, конативным, этическим показателям, негативно по идентификационным показателям. Вызывающе сексуальные формулировки газетных заголовков оцениваются ими негативно по этическим показателям. Агрессивные формулировки заголовков оцениваются ими негативно по конативным и идентификационным показателям, противоречиво по этическим показателям. Циничные формулировки заголовков оцениваются ими противоречиво по когнитивным показателям, положительно по этическим показателям (см. таблицу 26).

Таким образом, отношение к неэтичным роликам и формулировкам газетных заголовков у мужчин с более высоким МЭИ более позитивно (см. таблицу 26).

Молодым мужчинам с высоким уровнем ВЭИ свойственна большая приверженность мирозидательной ориентации и страте-

Таблица 26

Отношение к неэтичным явлениям у молодых мужчин с разным уровнем межличностного эмоционального интеллекта (МЭИ)

Шкала	Уровни МЭИ			Уровни МЭИ, между которыми есть различия
	Низкий (1)	Средний (2)	Высокий (3)	
<i>Вызывающе сексуальные ролики</i>				
Запоминается продукт – Не запоминается продукт	2,38	2,74	3,27	1–3*
Персонажи близки–Неблизки	3,54	3,69	3,13	2–3*
Понимаю чувства героев – Не понимаю чувств героев	3,31	3,1	2,07	1–3, 2–3
Приличная–Неприличная	3,73	3,24	2,73	1–3*
Пошлая–Порядочная	2,17	2,64	3,47	1–3, 2–3*
Одобрю поведение героев – Осуждаю поведение героев	3,13	2,78	2,33	1–3*
<i>Агрессивные ролики</i>				
Соответствует товару – Не соответствует товару	4,17	3,51	3,93	1–2
Запоминается продукт – Не запоминается продукт	3,13	3,01	3,8	2–3*
Ролик понравится моим друзьям – Не понравится моим друзьям	3,15	2,9	2,2	1–3*, 2–3*
Приличная–Неприличная	3,25	2,71	2,87	1–2
Поведение героев неприемлемо в обществе – Поведение героев приемлемо в обществе	1,83	2,58	2,87	1–2
<i>Циничные ролики</i>				
Реалистичная–Нереальная	3,21	3,39	2,4	2–3
Огорчающая–Радующая	3,23	3,18	3,8	2–3*
<i>Вызывающе сексуальные заголовки</i>				
Пошлый–Порядочный	1,67	2,24	2,33	1–2*
<i>Агрессивные заголовки</i>				
Непонятный–Понятный	3,4	3,53	4,38	2–3
Современный–Несовременный	2,3	2,29	3,33	2–3*
Предполагает интересную статью – Не предполагает интересную статью	3,03	2,75		2–3*
Притягивающий–Отталкивающий	2,63	3,34	3,57	1–2, 1–3*
Вызывает страх – Не вызывает страха	3,11	3,48	3,81	1–3*
Хочется дать почитать другому – Не хочется дать почитать другому	3,00	3,12	4,00	1–3*

Шкала	Уровни МЭИ			Уровни МЭИ, между которыми есть различия
	Низкий (1)	Средний (2)	Высокий (3)	
Тема близка–Неблизка	3,3	3,25	4,19	1–3, 2–3
Заголовок понравится моим друзьям – Не понравится моим друзьям	3,27	3,2	3,9	1–3*, 2–3*
Пошлый–Порядочный	2,87	3,18	4,24	1–3, 2–3
Такая формулировка противоречит нравственным нормам – Такая формулировка не противоречит нравственным нормам	3,07	3,27	4,14	1–3, 2–3
Заголовок понравится моим родителям – Не понравится моим родителям	2,83	3,24	3,76	1–3
<i>Циничные заголовки</i>				
Реалистичный–Нереальный	2,87	3,18	3,57	1–3*
Современный–Несовременный	1,9	2,32	3,00	1–3, 2–3
Предполагает интересную статью – Не предполагает интересную статью	3,67	2,8		1–2
Пошлый–Порядочный	2,43	2,77	3,52	1–3, 2–3*

Примечание: * – различия значимы на уровне тенденции ($p < 0,1$).

гии взаимности в нравственном поведении на конативном уровне. Последнее можно интерпретировать позитивно и негативно: как стремление к взаимности в нравственном поведении («с людьми следует поступать, так как они со мной») и склонность к злопамятности («испытываю разочарование, если не удалось отплатить обидчику»), как равнодушие к поступкам других людей («стараясь вознаграждать людей за добрые поступки»). Только мужчинам со средним ВЭИ в небольшой мере присуще убеждение в естественном происхождении нравственности. Мужчинам со средним ВЭИ в наименьшей мере присуще представления об относительности нравственности, а также в наибольшей мере – приверженность гуманистической ориентации, стратегии обязательности соблюдения нравственных норм на эмоциональном уровне, стратегии активности в нравственном поведении на эмоциональном и конативном уровне. Ответственность каждого за свой моральный облик и этичность поведения мужчины с высоким ВЭИ признают в большей мере, чем мужчины с более низким ВЭИ. Только мужчины с низким ВЭИ придерживаются стратегии невзаимности в нравственном поведении (см. рисунок 29).

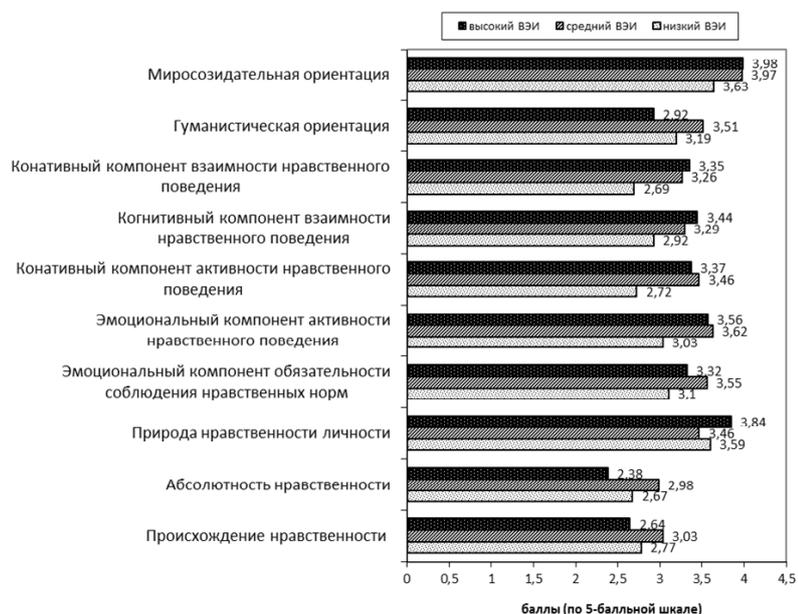


Рис. 29. Различия в нравственном самоопределении у молодых мужчин с разным уровнем внутриличностного эмоционального интеллекта (ВЭИ)

Таким образом, молодым мужчинам с более высоким ВЭИ свойственны как более позитивные представления о нравственности (личная ответственность), нравственные ориентации (мирозидательная), так и менее позитивные представления о нравственности (искусственность, относительность), нравственные стратегии (взаимность). Такое своеобразие может объясняться тем, что высокий внутриличностный интеллект подразумевает высокую способность к самоконтролю эмоций и их рациональному анализу (Люсин, 2006), и эта рациональность и идея контроля могут переноситься на другие личностные характеристики и на внешние явления.

Вызывающе сексуальные рекламные ролики оцениваются молодыми мужчинами с низким уровнем внутриличностного эмоционального интеллекта (ВЭИ) негативно по когнитивным, конативным, идентификационным, этическим показателям, положительно по эмоциональным показателям. Агрессивные ролики оцениваются ими негативно по когнитивным и эмоциональным показателям. Циничные ролики оцениваются положительно по когнитивным, ко-

нативным, идентификационным, этическим показателям. Вызывающе сексуальные формулировки газетных заголовков оцениваются ими противоречиво по когнитивным и эмоциональным показателям, негативно по конативным и идентификационным показателям. Агрессивные формулировки заголовков оцениваются ими положительно по когнитивным, эмоциональным, конативным, идентификационным, этическим показателям. Циничные формулировки заголовков оцениваются положительно по когнитивным показателям, противоречиво по эмоциональным показателям (см. таблицу 27).

Мужчины со средним ВЭИ оценивают вызывающе сексуальные рекламные ролики противоречиво по когнитивным показателям, положительно по эмоциональным и конативным показателям, неопределенно по идентификационным показателям, негативно по этическим показателям. Агрессивные ролики оцениваются ими негативно по когнитивным показателям, положительно по эмоциональным показателям. Циничные ролики оцениваются положительно по когнитивным показателям, негативно по конативным и этическим показателям, неопределенно по идентификационным показателям. Вызывающе сексуальные формулировки газетных заголовков оцениваются ими противоречиво по когнитивным и эмоциональным показателям, негативно по конативным и идентификационным показателям. Агрессивные формулировки заголовков оцениваются ими положительно по когнитивным, эмоциональным, этическим показателям, негативно по конативным и идентификационным показателям. Циничные формулировки заголовков оцениваются положительно по когнитивным и эмоциональным показателям (см. таблицу 27).

Вызывающе сексуальные рекламные ролики оцениваются мужчинами с высоким ВЭИ противоречиво по когнитивным и конативным показателям, положительно по эмоциональным и идентификационным показателям, негативно по этическим показателям. Агрессивные ролики оцениваются ими негативно по когнитивным показателям, положительно по эмоциональным показателям. Циничные ролики оцениваются положительно по когнитивным показателям, противоречиво по конативным показателям, неопределенно по идентификационным показателям, негативно по этическим показателям. Вызывающе сексуальные формулировки газетных заголовков оцениваются ими противоречиво по когнитивным и эмоциональным показателям, негативно по конативным и идентификационным показателям. Агрессивные формулировки заголовков

Таблица 27

Отношение к неэтичным явлениям у молодых мужчин с разным уровнем внутриличностного эмоционального интеллекта (ВЭИ)

Шкала	Уровни ВЭИ			Уровни ВЭИ, между которыми есть различия
	Низкий (1)	Средний (2)	Высокий (3)	
<i>Вызывающе сексуальные ролики</i>				
Непонятная–Понятная	3,76	3,05	3,9	1–2*, 2–3
Приличная–Неприличная	3,48	3,52	2,8	2–3
Пошлая–Порядочная	2,52	2,35	3,2	2–3
<i>Агрессивные ролики</i>				
Реалистичная–Нереальная	3,24	3,63	4,2	1–3, 2–3*
Привлекает внимание – Не привлекает внимания	2,33	2,5	3,2	1–3*, 2–3*
Сексуальная–Асексуальная	3,86	4,35	4,37	1–2*
<i>Циничные ролики</i>				
Оригинальная–Неоригинальная	2,1	2,52	1,77	2–3
Современная–Несовременная	2,1	2,8	2,6	1–2
Вызывает доверие – Не вызывает доверия	2,52	3,00	3,13	1–2, 1–3*
Притягивающая–Отталкивающая	2,48	2,99	2,87	1–2*
Огорчающая–Радующая	3,71	3,11	3,4	1–2*
Раздражающая–Успокаивающая	3,29	2,73	3,00	1–2*
Смешная–Несмешная	2,24	2,95	2,8	1–2*
Хочется повторять слова и действия – Не хочется повторять слова и действия	3,19	3,81	3,67	1–2*
Возникает желание приобрести товар – Не возникает желания приобрести товар	2,62	3,33	3,17	1–2
Рекомендую другим посмотреть этот ролик – Не рекомендую другим посмотреть этот ролик	2,38	3,17	3,2	1–2, 1–3
Одобряю поведение героев – Осуждаю поведение героев	2,81	3,56	3,17	1–2
Ролик понравится моим родителям – Не понравится моим родителям	2,76	3,27	2,93	1–2
<i>Вызывающе сексуальные заголовки</i>				
Реалистичный–Нереальный	2,33	2,95	2,58	1–2*
Современный–Несовременный	2,28	2,52	3,03	1–3*
Предполагает интересную статью – Не предполагает интересной статьи	3,78	3,23	3,91	2–3*

Шкала	Уровни ВЭИ			Уровни ВЭИ, между которыми есть различия
	Низкий (1)	Средний (2)	Высокий (3)	
Раздражающий–Успокаивающий	2,67	2,76	2,36	2–3*
Вызывает страх – Не вызывает страха	4,39	3,69	4,55	1–2, 2–3
Вызывает сочувствие – Не вызывает сочувствия	3,89	3,34	4,39	2–3
Хочется дать почитать другому – Не хочется дать почитать другому	3,5	3,32	4,03	2–3*
Тема близка–Неблизка	3,33	3,6	4,21	1–3*, 2–3*
<i>Агрессивные заголовки</i>				
Непонятный–Понятный	3,83	3,3	4,42	1–3, 2–3
Оригинальный–Неоригинальный	2,67	2,74	3,73	1–3*, 2–3
Пошлый–Порядочный	3,39	3,06	3,79	2–3
Такая формулировка противоречит нравственным нормам – Не противоречит нравственным нормам	3,44	3,12	3,97	1–3*, 2–3
<i>Циничные заголовки</i>				
Современный–Несовременный	2,00	2,16	3,00	1–3, 2–3
Огорчающий–Радующий	3,00	2,48	2,3	1–2*
Вызывает страх – Не вызывает страха	3,39	3,15	3,79	2–3*
Вызывает сочувствие – Не вызывает сочувствия	3,17	2,87	3,48	2–3

Примечание: * – различия значимы на уровне тенденции ($p < 0,1$).

оцениваются ими противоречиво по когнитивным показателям, положительно по эмоциональным и этическим показателям, негативно по конативным и идентификационным показателям. Циничные формулировки заголовков оцениваются негативно по когнитивным показателям, противоречиво по эмоциональным показателям (см. таблицу 27).

Таким образом, отношение к неэтичным роликам и формулировкам газетных заголовков у мужчин с более высоким ВЭИ более негативно (см. таблицу 27).

Типы нравственного самоопределения личности

При помощи кластерного анализа по методу k-means по показателям (их названия сокращены для удобства графического представления) методики «Нравственное самоопределение личности» было

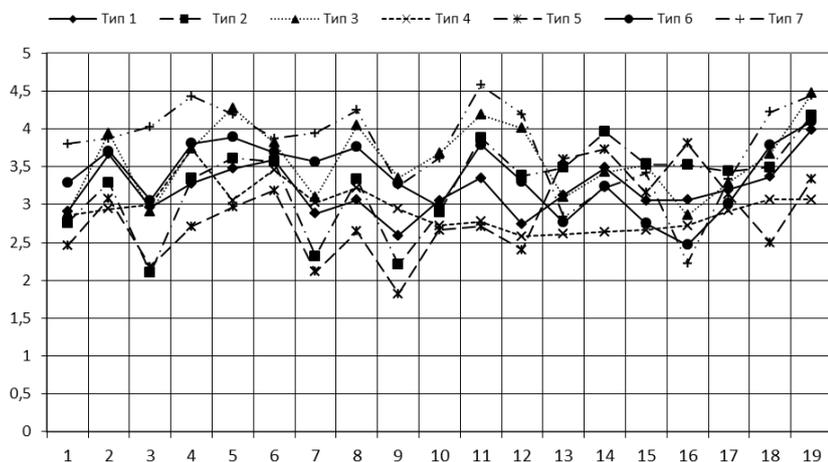


Рис. 30. Типы нравственного самоопределения молодежи

выделено 7 эмпирических типов нравственного самоопределения, свойственных данной молодежной выборке (рисунок 30). Каждый тип получил условное название, характеризующее его отличительные особенности и упрощающее дальнейшее их упоминание в тексте. Количественное соотношение типов в выборке см. в таблице 28. Социально-демографические и личностные характеристики типов см. в таблице 29.

Таблица 28
Представленность типов нравственного самоопределения в выборке

Название типа	Количество человек	% от выборки
«Теоретик»	47	23
«Отстраненный»	26	13
«Конформист»	29	14
«Релятивист-эгоцентрик»	25	12
«Поборник нравственности»	13	6
«Приверженный нравственным нормам»	30	14
«Социально-нормативный»	38	18

Таблица 29

Социально-демографические и личностные характеристики типов нравственного самоопределения личности

Тип		«Теоретик»	«Отстраненный»	«Конформист»	«Релятивист-эгоцентрик»	«Поборник нравственности»	«Приверженный нравственным нормам»	«Социально-нормативный»
Пол	м	19	16	17	14	4	16	10
	ж	28	10	12	11	9	14	28
Возраст	18–23	15	14	16	12	2	10	11
	24–29	15	6	7	7	6	10	13
	30–35	17	6	6	6	5	10	14
Семейное положение	в браке	25	8	5	8	8	16	14
	не состоит в браке	20	18	24	16	5	11	22
Дети	есть	15	4	3	4	5	11	10
	нет	30	22	26	20	8	18	27
Занятость	учеба	15	11	8	9	1	9	12
	и учеба, и работа	17	8	17	7	5	12	12
	работа	14	7	4	9	6	8	14
Уровень саморегуляции	высокий	4	6	1	1	3	5	11
	средний	28	14	14	14	3	8	20
	низкий	14	6	14	14	7	16	7
Уровень межличностного эмоционального интеллекта	высокий	5	9	5	7	2	5	5
	средний	37	15	16	13	10	20	29
	низкий	4	2	7	5	1	4	4
Уровень внутриличностного эмоционального интеллекта	высокий	9	11	5	5	0	4	7
	средний	27	11	18	15	12	18	26
	низкий	10	4	5	5	1	7	5

Первый тип характеризуется представлениями о значимости морали для общества, о нравственности как показателе силы личности, о внутреннем нравственном контроле личности, осознании ею своей ответственности за собственные нравственный облик и этичность поведения. Представители этого типа придерживаются гуманистических

тической и мирозидательной нравственной ориентации. Они не имеют представлений о происхождении нравственности, морали, о ее абсолютности/относительности, о наличии/отсутствии воздаяния за добро и зло. Не выражена приверженность ни к одной из заложенных в методику стратегий нравственного поведения. Этот тип респондентов не склонен к эгоцентрической и гуманистической ориентации, но и не выражает явного неприятия таких ориентаций личности в нравственной сфере. Этому типу было дано условное название «Теоретик».

Второй тип характеризуется представлениями о наличии воздаяния за добро и зло. У представителей этого типа отсутствует мнение о происхождении морали, ее значимости/незначимости для общества, абсолютности/относительности, о следовании нравственным нормам как проявлению силы или слабости личности, о внутреннем нравственном контроле личности. Представители данного типа не выражают приверженности ни одной из стратегий и ориентаций, заложенных в методику. Этому типу было дано условное название «Отстраненный». Сходен с «самоотстраняющимся» типом В. Ф. Сафина (Сафин, 1986).

Третий тип характеризуется представлениями об относительности нравственности, о наличии воздаяния за добро и зло, о том, что нравственность является показателем силы личности, о внутреннем нравственном контроле личности, осознании ею своей ответственности за собственные нравственный облик и этичность поведения. Данный тип респондентов на эмоциональном уровне придерживается стратегии обязательности соблюдения нравственных норм, на эмоциональном и конативном уровне придерживается стратегии активности нравственного поведения, на когнитивном, эмоциональном и конативном уровне – стратегии взаимности нравственного поведения. Также этот тип респондентов склонен к группоцентрической, гуманистической и мирозидательной ориентациям. Респонденты данного типа затрудняются относительно источников нравственности как явления, ее значимости для общества. Когнитивный и конативный компоненты стратегии обязательности соблюдения нравственных норм, когнитивный компонент стратегии активности нравственного поведения не выражены. Они не склонны к эгоцентрической ориентации, но и не выражают неприятия такой ориентации личности в нравственной сфере. Этому типу было дано условное название «Конформист». Сходен с «конформным» типом, выделяемым В. Ф. Сафиным (Сафин, 1986),

и «конформистским» типом морального сознания Л. И. Зеленковой и Е. В. Беляевой (см.: Хвостов, 2005).

Четвертый тип характеризуется представлениями об искусственном происхождении нравственности, о ее относительности. Представители этого типа придерживаются стратегии необязательности соблюдения нравственных норм на когнитивном и конативном уровне, стратегии взаимности на когнитивном и эмоциональном уровне, демонстрируют эгоцентрическую нравственную ориентацию. Они не имеют представлений о значимости морали для общества, о наличии/отсутствии воздаяния за добро и зло, о соблюдении нравственных норм как показателе силы личности, о внутреннем нравственном контроле личности. Эмоциональный компонент стратегии обязательность/необязательность соблюдения нравственных норм, когнитивный, эмоциональный и конативный компоненты стратегии активность/пассивность нравственного поведения, конативный компонент стратегии взаимность/невзаимность нравственного поведения не выражены. Этот тип респондентов не склонен к группоцентрической, гуманистической и мирозидательной ориентациям, но и не выражает явного неприятия таких ориентаций личности в нравственной сфере. Этому типу было дано условное название «Релятивистско-эгоцентрический». Сходен с «интенциональным» типом по классификации типов поведения при самоопределении, предложенной В. Ф. Сафиным (Сафин, 1986), и «эгоистами-дарвинистами» по типологии А. А. Хвостова (Хвостов, 2005).

Пятый тип характеризуется представлениями о естественном происхождении нравственности, о значимости морали, нравственности для общества, об абсолютности нравственности, о наличии воздаяния за добро и зло, о внутреннем нравственном контроле личности, осознании ею своей ответственности за собственные нравственный облик и этичность поведения. Представители этого типа рассматривают следование нравственным нормам как проявление силы личности, придерживаются стратегии обязательности соблюдения нравственных норм на когнитивном и эмоциональном уровне, стратегии активности на эмоциональном уровне, демонстрируют гуманистическую и мирозидательную ориентацию, выражают негативное отношение к эгоцентрической ориентации. Конативный компонент стратегии обязательность/необязательность соблюдения нравственных норм, когнитивный и конативный компоненты стратегии активности нравственного поведения, когнитивный, эмоциональный и конативный компоненты стратегии взаим-

ность/невзаимность нравственного поведения не выражены. Этот тип респондентов не склонен к группоцентрической ориентации, но и не выражает явного неприятия такой ориентации личности в нравственной сфере. Этому типу было дано условное название «Поборник нравственности». Сходен с «гармоническим» типом В. Ф. Сафина (Сафин, 1986).

Шестой тип характеризуется представлениями о значимости морали для общества, о существовании воздаяния за добро и зло, о соблюдении нравственных норм как показателе силы личности, о внутреннем нравственном контроле личности, осознании ею своей ответственности за собственный нравственный облик и этичность поведения. Представители этого типа придерживаются стратегии обязательности соблюдения нравственных норм на эмоциональном уровне, стратегии активности нравственного поведения на когнитивном, эмоциональном и конативном уровне, демонстрируют гуманистическую и мирозидательную ориентацию. Они не имеют представлений о происхождении нравственности как явлении, о ее абсолютности/относительности. Когнитивный и конативный компоненты стратегии обязательность/необязательность соблюдения нравственных норм, когнитивный, эмоциональный и конативный компоненты стратегии взаимность/невзаимность нравственного поведения не выражены. Этот тип респондентов не склонен к эгоцентрической и группоцентрической ориентации, но и не выражает явного неприятия таких ориентаций личности в нравственной сфере. Этому типу было дано условное название «Приверженный нравственным нормам».

Седьмой тип характеризуется представлениями о значимости морали, нравственности для общества, о существовании воздаяния за добро и зло, о соблюдении нравственных норм как показателе силы личности, о внутреннем нравственном контроле личности, осознании ею своей ответственности за собственные нравственный облик и этичность поведения. Представители этого типа придерживаются стратегии обязательности соблюдения нравственных норм на эмоциональном уровне, стратегии активности на эмоциональном и конативном уровне. Также они придерживаются гуманистической и мирозидательной нравственной ориентации. Этот тип респондентов не имеет представлений о происхождении нравственности, морали, о ее абсолютности/относительности. Когнитивный и конативный компоненты стратегии обязательность/необязательность соблюдения нравственных норм, когнитивный компонент стратегии

активности нравственного поведения, когнитивный, эмоциональный и конативный компоненты стратегии взаимность/невзаимность не выражены. Этот тип респондентов не склонен к эгоцентрической и группоцентрической ориентациям, но и не выражает явного неприятия таких ориентаций личности в нравственной сфере. Этому типу было дано условное название «Социально-нормативный». Сходен с «потенциальным» типом из классификации В. Ф. Сафина (Сафин, 1986).

Оценка неэтичных явлений у «теоретиков» противоречива: неэтичные формулировки заголовков (см. главу 12) признаются непротиворечащими нравственным нормам, но в то же время предполагается их неодобрение родителями. При этом эмоциональные и идентификационные оценки негативные, что заставляет предположить не вполне осознаваемое респондентами данного типа влияние нравственных норм на оценку заголовков. Отношение к неэтичным роликам амбивалентное, но только для вызывающе сексуальной рекламы делается предположение о приемлемости поведения персонажей и высказывается собственная положительная оценка происходящего на экране. «Отстраненные» респонденты негативно оценивают неэтичные формулировки заголовков практически по всем показателям. Вызывающе сексуальная реклама оценивается как приемлемая, остальные виды неэтичной рекламы осуждаются. По-видимому, данная группа респондентов не так уж и отстранена от вопросов этики и все же имеет собственную нравственную позицию. «Конформисты» одобряют агрессивные формулировки заголовков, осуждают вызывающе сексуальные, неоднозначно оценивают циничные. Вызывающе сексуальные ролики одобряются, но признается их несоответствие нравственным нормам, а агрессивные и циничные осуждаются. Эти респонденты неустойчивы в своих оценках, по-видимому, они ориентируются на мнение окружающих. «Релятивисты-эгоцентрики» осуждают вызывающе сексуальные и циничные формулировки заголовков, агрессивные считают непротиворечащими нравственным нормам, но неприемлемыми для родителей. Вызывающе сексуальные ролики считаются приемлемыми, а агрессивные и циничные – неприемлемыми. Таким образом, данный тип респондентов гораздо более ориентирован на моральные нормы, чем открыто декларирует. «Поборник нравственности» не приемлет неэтичные формулировки заголовков и ролики, т. е. последователен в своей нравственной позиции. Респонденты, «приверженные нравственным нормам»,

осуждают неэтичные формулировки заголовков, агрессивные и циничные ролики. Оценки вызывающе сексуальных роликов не столь однозначно негативны. В принципе можно считать, что их оценка неэтичных явлений практически не отличается от декларируемых нравственных представлений, стратегий и ориентаций. «Социально-нормативные» респонденты негативно оценивают вызывающе сексуальные и циничные формулировки заголовков, но агрессивные считают непротиворечащими нравственным нормам, хотя и неприемлемыми для их родителей. Неэтичные ролики получают негативные оценки (приложение 5.2).

Таким образом, согласованность нравственной позиции наблюдается у «Теоретиков», «Конформистов», «Поборников нравственности», «Приверженных нравственным нормам», «Социально-нормативных», а несогласованность у «Отстраненных», «Релятивиста-эгоцентрика». По критерию интериоризации норм морали можно выделить следующие две группы типов (см. таблицу 30): 1) в разной степени интериоризировавшие нормы морали («Поборник нравственности», «Приверженный нравственным нормам», «Социально-нормативный», «Теоретик»); 2) не интериоризировавшие нормы морали («Конформист», «Релятивист-эгоцентрик», «Отстраненный»).

Выводы

1. Нравственность личности не зависит от ее интеллекта, смелости, практичности, доминантности. Представления о нравственности (за исключением воздаяния за добро и зло) не связаны с личностными факторами. Со многими показателями нравственного самоопределения имеют связи такие факторы как «сила Сверх-Я», «самоконтроль».
2. В ряду личностных детерминант нравственного самоопределения особое место занимают саморегуляция и эмоциональный интеллект. Нравственное отношение к другим людям обеспечивается знанием о чужих переживаниях и способностью к сопереживанию. Саморегуляция также необходима для того, чтобы субъект был способен придерживаться нравственных норм, поскольку нравственный выбор часто сложен и невыгоден личности.
3. В эмпирическом исследовании установлено, что выраженность саморегуляции не имеет однозначной связи с нравственным самоопределением. Респонденты с низким и высоким уровнем са-

Таблица 30
Типы нравственного самоопределения молодежи по степени интериоризации норм морали

Типы, интериоризировавшие нормы морали				
Поборник нравственности (6%)	Приверженный нравственным нормам (14%)	Социально-нормативный (18%)	Теоретик (23%)	
Представления о значимости морали, нравственности для общества, о соблюдении нравственных норм как показателе силы личности, о внутреннем нравственном контроле личности, осознании ею своей ответственности за собственные нравственный облик и этичность поведения демонстрируют гуманистическую и мирозидательную ориентацию. Их оценки неэтичных явлений согласованы с представлениями о нравственности, нравственными стратегиями и ориентациями				Сходство
Представления о естественном происхождении нравственности, об абсолютности нравственности, о наличии воздаяния за добро и зло, придерживаются стратегии обязательности соблюдения нравственных норм на когнитивном и эмоциональном уровне, стратегии активности на эмоциональном уровне, выражают негативное отношение к эгоцентрической ориентации, не склонны к стратегии нравственного поведения на когнитивном и конативном уровне	Представления о наличии воздаяния за добро и зло, придерживаются стратегии обязательности соблюдения нравственных норм на эмоциональном уровне, стратегии активности когнитивном, эмоциональном и конативном уровне	Представления о наличии воздаяния за добро и зло, придерживаются стратегии обязательности соблюдения нравственных норм на эмоциональном уровне, стратегии активности на эмоциональном и конативном уровне		Различия
Типы, не интериоризировавшие нормы морали				
Конформист (14%)		Релятивист-эгоцентрик (12%)		
Представления об относительности нравственности, придерживаются стратегии взаимности на когнитивном и эмоциональном уровне				Сходство
Представления о наличии воздаяния за добро и зло, о том, что нравственность является показателем силы личности, о внутреннем нравственном контроле личности, осознании ею своей ответственности за собственные нравственный облик и этичность поведения, на эмоциональном уровне придерживается стратегии обязательности соблюдения нравственных норм, на эмоциональном и конативном уровне придерживается стратегии активности нравственного поведения, склонен к группоцентрической, гуманистической и мирозидательной ориентациям. Их оценки неэтичных явлений согласованы с представлениями о нравственности, нравственными стратегиями и ориентациями		Представления об искусственном происхождении нравственности, придерживаются стратегии необязательности соблюдения нравственных норм на когнитивном и конативном уровне, демонстрируют эгоцентрическую нравственную ориентацию. Их оценки неэтичных явлений несогласованы с представлениями о нравственности, нравственными стратегиями и ориентациями		Различия
Отстраненный (13%)				
Представления о наличии воздаяния за добро и зло. Их оценки неэтичных явлений согласованы с представлениями о нравственности, нравственными стратегиями и ориентациями				

морегуляции демонстрируют более позитивную нравственную позицию, чем респонденты со средним уровнем саморегуляции. Респонденты с низким уровнем саморегуляции на когнитивном уровне склонны придерживаться стратегии невзаимности в нравственном поведении в отличие от респондентов с высоким уровнем саморегуляции. Респонденты со средним уровнем саморегуляции на когнитивном и конативном уровне в меньшей мере склонны следовать стратегии активности в нравственном поведении по сравнению с респондентами с высоким уровнем саморегуляции. На уровне тенденции было выявлено, что респонденты с высоким уровнем саморегуляции в большей мере, чем респонденты со средним уровнем саморегуляции, согласны с тем, что нравственность – показатель силы личности. Респонденты с высоким уровнем саморегуляции более склонны к стратегии обязательности соблюдения нравственных норм на эмоциональном уровне, чем респонденты со средним уровнем саморегуляции.

4. В целом большая позитивность нравственной позиции не является исключительно присущей личности с высоким уровнем саморегуляции. Однако сравнение мужской и женской частей выборки показало, что у мужчин высокий уровень саморегуляции соответствует более позитивному результату нравственного самоопределения. Для женщин такая закономерность не характерна.
5. Отсутствует однозначная взаимосвязь между нравственным самоопределением и эмоциональным интеллектом. Респонденты со средним межличностным эмоциональным интеллектом демонстрируют более позитивную нравственную позицию, чем респонденты с низким и высоким эмоциональным интеллектом. Такая особенность влияния высокого эмоционального интеллекта, возможно, определяется его манипулятивной составляющей – умением управлять эмоциями других людей. В то же время с ростом внутриличностного эмоционального интеллекта нравственное самоопределение меняется в основном в сторону более позитивного. Представления о нравственности, нравственные стратегии и ориентации становятся более нормативными.
6. Установлено, что роль эмоционального интеллекта в нравственном самоопределении как женщин, так и мужчин сложна и неоднозначна. С ростом межличностного эмоционального

интеллекта нравственное самоопределение женщин меняется как линейно, так и нелинейно по некоторым показателям. Представления о нравственности и нравственные ориентации у респонденток с высоким межличностным интеллектом являются нормативными, однако нравственные стратегии меняются к худшему (снижается активность и обязательность, но возрастает взаимность нравственного поведения). У женщин с более высоким внутриличностным эмоциональным интеллектом наблюдаются более позитивные представления о нравственности, нравственные стратегии, нравственные ориентации, но имеет место более позитивное отношение к неэтичным газетным заголовкам и рекламе.

7. Мужчинам с более высоким межличностным эмоциональным интеллектом свойственна меньшая приверженность к негативным нравственным стратегиям (необязательность, взаимность), но более позитивное отношение к неэтичным газетным заголовкам и рекламе. Мужчинам с более высоким ВЭИ свойственны как более позитивные представления о нравственности (личная ответственность), нравственные ориентации (миросозидательная), так и менее позитивные представления о нравственности (искусственность, относительность), нравственные стратегии (взаимность), а также более негативное отношение к неэтичным газетным заголовкам и рекламе. Такое сочетание может объясняться тем, что высокому внутриличностному интеллекту соответствует высокая способность к самоконтролю эмоций и их рациональному анализу, и эта рациональность и самоконтроль эмоций могут негативно сказываться на поведении в ситуации нравственного выбора.
8. Типологический анализ позволил выявить 7 эмпирических типов нравственного самоопределения личности, характерных для молодежной выборки. «Теоретики» производят впечатление способных только рассуждать об этических вопросах, непредсказуемых в плане соблюдения нравственных норм в разных ситуациях, возможности активного отстаивания нравственного решения, возможности мести обидчику. «Отстраненный» сознательно избегает этических вопросов. «Конформист» привержен закону талиона, ориентирован на референтную группу, ситуативен. «Релятивист-эгоцентрик» считает нравственность условностью, не признает ограничений, следует закону талиона, эгоцентричен. «Поборник нравственности» осуждает эгоцентризм, призна-

ет неоспоримость нравственных требований. «Приверженный нравственным нормам» демонстрирует гуманизм, активную нравственную позицию. «Социально-нормативный» в большей мере эмоционален, чем деятелен в этических вопросах. Два типа («Отстраненный» и «Релятивист-эгоцентрик») демонстрируют несогласованность нравственной позиции, а остальные пять типов («Теоретик», «Конформист», «Поборник нравственности», «Приверженный нравственным нормам», «Социально-нормативный») – согласованность. Также можно выделить группы типов интериоризировавших («Поборник нравственности», «Приверженный нравственным нормам», «Социально-нормативный», «Теоретик») и неинтериоризировавших («Конформист», «Релятивист-эгоцентрик», «Отстраненный») нормы морали.

РАЗДЕЛ 3

НРАВСТВЕННОЕ САМООПРЕДЕЛЕНИЕ В СОЦИАЛЬНОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ И КОММУНИКАЦИИ

ГЛАВА 9

НРАВСТВЕННОЕ САМООПРЕДЕЛЕНИЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В СФЕРЕ МАТЕРИАЛЬНОГО САМООБЕСПЕЧЕНИЯ И ТРУДА

Концептуальные основы и программа исследования

Постановка проблемы

В первом разделе монографии и в наших более ранних исследованиях (Купрейченко, 2010, 2011) было показано, что духовная и нравственная регуляция охватывает все сферы экономического сознания и поведения: отношение к труду, обмену и потреблению, отношение к деньгам и собственности, отношение к бедности и богатству, взаимоотношения людей в ходе экономической деятельности. Нравственные ценности определяют – часто без осознания этого явления – те смыслы, которыми субъект наделяет экономическую сферу своей жизнедеятельности и жизни общества. Продолжением этого направления исследований выступает углубленное изучение нравственной оценки труда и трудовых ценностей, а также их детерминации базовыми компонентами нравственного самоопределения, которому и посвящена глава.

Современные исследователи отмечают, что проблема трансформации отношения россиян к труду приобретает особую значимость в периоды социальных и экономических преобразований (Демин, 2004; Заславская, 2002; Магун, 1998; Хлопова, Озерникова, 2002; Ценность труда и трудовые ценности, 2003). Претерпело изменение само понятие «труд», расширился набор легитимных видов трудовой деятельности, материального самообеспечения и форм занятости. Переход к рыночным отношениям разрушил старую систему трудовой мотивации, а новая находится в стадии формирования. Исследователи отмечают две противоположные тенденции. С одной стороны, углубление социального расслоения общества и низкий уровень оплаты труда превращают труд по найму в средство выжи-

вания, что приводит к девальвации трудовых ценностей (Хлопова, Озерникова, 2002). С другой стороны, у определенных социальных групп имеет место ренессанс трудовых ценностей, характерных для дореволюционной России (Андерсон, Шихирев, 1994; Винокуров, Карнышев, 2000; Карнышев, Помуран, 2004). В современных динамичных условиях все большую актуальность приобретают исследования различных форм отклоняющегося трудового поведения, в частности, трудоголизма, перфекционизма, лени (Ильин, 2011).

Многообразие типов и сложность отношения личности к труду усиливают и современные общемировые тенденции (Журавлев, Купрейченко, 2010). Этот период ознаменовался появлением различных форм собственности, резкой трансформацией государственного регулирования экономики, принципиальным изменением ее структуры, формированием новых социально-экономических групп, отменой обязательной трудовой занятости, снижением или полной отменой социальных гарантий для многих категорий работников, появлением безработицы и недоиспользованием трудового потенциала (Гимпельсон, Капелюшников, 2006; Заславская, 2002; Синявская, 2005; Соболева, 2003; Царева, 2003; и др.).

К общемировым тенденциям можно отнести интенсификацию взаимодействия разных культур и связанные с ней глобализационные и антиглобализационные процессы, локальные и мировые кризисы и т. п. Кроме того, в целом в мире происходит *изменение экономики как сферы человеческой деятельности*, прежде всего, ее структуры: резко увеличивается доля отраслей, относящихся к категории «экономика сервиса», «экономика инновационного развития», «экономика знаний» и т. д. Исследователи отмечают также, что в развитых странах происходит существенное изменение распределения «ролей» между традиционным производством и новыми формами трудовой занятости, что приводит к реальному повышению роли творческого труда, большей гибкости трудовых отношений, снижению стабильности занятости и формированию соответствующих компенсаторных механизмов, встроенных в рынок, росту доли занятых в отраслях нематериального производства и сфере услуг (Соболева, 2003).

Основу того или иного типа ценности труда и трудовой мотивации составляют идеологические и духовно-нравственные основы общества или отдельных его групп. Анализ духовных, религиозных и этнокультурных основ хозяйственной этики, а также ее проявлений в экономическом поведении проводился многими выдающимися

мыслителями (М. Вебер, И. А. Ильин, А. Ф. Лазурский, С. Л. Рубинштейн, В. Соловьев, П. Флоренский и др.), а также современными авторами (Р. Андерсен и П. Н. Шихирев, М. А. Винокуров, О. С. Дейнека, Р. Т. Де Джордж, А. Л. Журавлев, А. Д. Карнышев и Д. А. Бурменко, А. Б. Купрейченко, Л. Нэш, О. Платонов, В. П. Позняков и О. И. Титова, Р. Д. Санжаева, Е. В. Шорохова, и др.). Немало сторонников идей М. Вебера, высказанных им в работе «Протестантская этика и дух капитализма», продолжают анализ протестантской трудовой этики. Изучаются в частности: личные и социальные характеристики этического протестанта, взаимосвязь протестантской этики с различными жизненными ценностями и ориентациями, с отношением к безработице (Beit-Hallahmi, 1979; Biernat, Vescio, Theno, 1996; Christopher, Schlenker, 2000; Feather, 1984; Furnham, 1982a, 1987, 1990; Heaven, 1990; MacDonald, 1972; Mirels, Garrett, 1971). По мнению М. Вебера, религиозная оценка неутомимого, постоянного, систематического мирского профессионального труда как наиболее эффективного аскетического средства и наиболее верного и очевидного способа утверждения возрожденного человека и истинности его веры служила могущественным фактором в распространении того мироощущения, которое М. Вебер определил как «дух» капитализма (Вебер, 2002, с.167).

В целом протестантская трудовая этика предполагает самоотверженный труд с целью достижения материального успеха, а также самоограничение и аскетический образ жизни. Так, например опросник протестантской трудовой этики (PWE) содержит следующие вопросы: «Даже если бы я был совершенно независимым в финансовом отношении, я не бросил бы работу»; «Самое худшее в болезни – это то, что работа останавливается»; «У нашего общества было бы меньше проблем, если бы у людей было меньше свободного времени»; «Деньги, которые достаются слишком легко (например, в азартных играх или путем спекуляций), обычно тратятся неразумно»; «Удовлетворение, которое получаешь от хорошо сделанной работы, нельзя сравнить ни с чем»; «Большинство людей, которые не добиваются успеха в жизни, просто-напросто ленивы»; «Человек, который сам создал себя, бывает более нравственным, чем тот, который получил богатство по наследству»; «Жизнь была бы бессмысленной, если бы в ней не было страданий»; «Возможность кредитов ведет к бездумным тратам» и др.

Для нашей культуры некоторые из этих положений близки, в частности, о необходимости скромности и воздержания в быту

и обязанности честно трудиться. Другие протестантские представления не соответствуют идеалам большинства групп населения. Это положения о материальном успехе как свидетельстве богоизбранности, о необходимости самоотверженного труда даже в ущерб собственному здоровью, а также о ценности страданий. Наиболее близки к идеалам протестантской этики идеалы этики старообрядчества, а также некоторых других религиозных и этнических меньшинств. Но в целом такое отношение к труду мало распространено в нашем обществе.

На отношение россиян к труду и к происхождению богатства оказывает влияние и наша недавняя история. Десятилетия первоначального накопления капитала в России, как в любой другой стране, характеризовались возникновением особого типа деловых людей, так называемых «Прихватизаторов» собственности. А. Д. Карнышев и Т. Бурменко в типологии современных российских собственников наряду с другими выделяют тип «Захватчики собственности» – индивиды, стремящиеся на основе беспринципных и безнравственных методов захватывать и присваивать собственность других людей, а тем более «ничейные» имущество и недвижимость. Можно поэтому предположить, что у наших респондентов вызовет скорее несогласие следующее суждение из опросника PWE: «Человек, который сам создал себя, бывает более нравственным, чем тот, который получил богатство по наследству». Все вышесказанное определяет ограниченные диагностические возможности методик оценки протестантской трудовой этики на российском пространстве. Однако такие исследования, несомненно, дадут интересные результаты, разумеется, если данные будут интерпретироваться с учетом всех сделанных выше замечаний.

Глубокий анализ идеологических основ трудовой мотивации в советский и постсоветский период выполнил В. С. Магун (1998). Официальная идеология советского общества была трудоцентристской, труд в ней имел своего рода священный, сакральный смысл. В нормативных текстах декларировалась «всеобщность труда» в СССР, т. е. обязательность трудовой деятельности для каждого трудоспособного члена общества, недопустимость неучастия в труде и извлечения «нетрудовых доходов». Данная идеологическая норма была юридически зафиксирована и в последней советской конституции 1977 года: «Обязанность и дело чести каждого способного к труду гражданина СССР – добросовестный труд в избранной им области общественно полезной деятельности, соблюдение трудовой дисципли-

ны. Уклонение от общественно полезного труда несовместимо с принципами социалистического общества» (Конституция..., 1978, статья 60, с. 20.). В советской идеологической модели общественно-ориентированным мотивам трудовой деятельности отдавалось явное предпочтение перед личными, а духовным мотивам – перед материальными (Магун, 1998).

Подводя итог сказанному, отметим, что на российском «полиментальном» пространстве нормы трудовой этики протестантизма и других конфессий, правила социалистического уравнительного распределения материальных благ, разнообразные профессиональные, корпоративные и иные этические кодексы сосуществуют и вступают в противоречие в деловых сообществах при взаимодействии представителей организаций и деловых партнеров разных стран, в отдельных трудовых группах одной и той же организации и в сознании многих работников. Глобализационные процессы, в которые активно включена российская экономика, тесное деловое взаимодействие представителей разных культур, нарастающий поток мигрантов, – все это усиливает описанные процессы и обуславливает особую актуальность исследований *социально-нормативного и нравственного* аспектов ценности труда и трудовых отношений. Не случайно исследователи подчеркивают явно выраженную полиментальность сознания россиян как одну из особенностей современного исторического периода (Семенов, 2005).

Происходящие изменения трудового поведения, трудовых отношений и структуры занятости в нашей стране в последние два десятилетия носили зачастую *стихийный, неуправляемый характер*, что привело к целому ряду *негативных последствий*, в частности: к росту безработицы (в том числе скрытой), обесцениванию и потере значительной части трудового потенциала, сформированного в советское время для другого типа экономики, к неразвитым формам компенсаторных механизмов, особенно заметным в кризисные периоды, и т. д. Осложняют трудовые отношения в нашей стране и такие экономические факторы, как низкая цена труда и «сжатие» шкалы зарплаты (Соболева, 2003).

Все описанное выше приводит к *недоиспользованию трудового потенциала* страны. Приток дешевой рабочей силы в российскую экономику усугубляет сложившуюся ситуацию. Особенно настораживает то, что использование этой рабочей силы происходит в тех сферах и видах деятельности, которые в социально зрелом и нравственно здоровом обществе охотно выполняют его граждане. Мож-

но утверждать, что наметились некоторые позитивные тенденции *роста социальной активности* населения. Необходимо отметить, что во всех перечисленных и многих других видах социально-трудовой активности субъектами труда осознается важная роль этой неоплачиваемой или низкооплачиваемой активности в различных социально-психологических процессах, прежде всего, социальной и профессиональной адаптации и самоопределении. Кроме того, участие в разных видах общественно полезной деятельности способствует развитию многих позитивных личностных качеств, например, росту уверенности в своих силах и собственном будущем; ощущением уважения окружающих людей, независимости, автономности, безопасности, доверия миру и окружающим людям; удовлетворяет потребности личности в самореализации и самоутверждении, самопознании и позитивной самоидентификации, актуализации ее творческого потенциала, причем не только в сферах культуры, искусства, науки и техники, но также руководства, организации, социального переустройства жизни общества и т. п.

В связи с отмеченной выше тенденцией роста значимости в трудовой мотивации для россиян уважения со стороны окружающих имеет смысл затронуть проблему престижных и непрестижных профессий. Представления о престижности тех или иных видов деятельности могут, на наш взгляд, оказывать влияние на выбор способа материального самообеспечения, в том числе и в критической в финансовом плане ситуации. Исследование О. А. Киселевой (2002), проведенное на учениках 9-х и 11-х классов одной московской гимназии, показало, что критериями престижной профессии для них являются высокая зарплата, актуальность, популярность профессии, а в число престижных профессий входят экономист, программист, юрист, менеджер, психолог. Такие профессии, как инженер, учитель, врач – среднеоплачиваемые и малопопулярные, но очень важные и нужные для общества, – называются редко. Все хотят работать в гуманитарных, высокоинтеллектуальных сферах. Исходя из этих данных, можно предположить, что молодежь, получающая престижную профессию менеджера, будет негативно относиться к малооплачиваемым и презираемым, с точки зрения общества, видам работ и не будет выражать готовность к такой работе, даже предполагая критическую для самообеспечения ситуацию.

Отметим также интересные тенденции, выявленные в опросах ВЦИОМ 2009 г. по сравнению с данными 2006 г.: престиж социально значимой профессии врача сохраняется в массовом сознании, тру-

диться в данной сфере для своих детей считают желательным 21% опрошенных (1-е место в рейтинге), несмотря на то, что только 7% опрошенных (5-е место в рейтинге) считают данную профессию доходной. Также очень отрадным является рост рейтинга рабочих профессий (как известно, сейчас существует большая проблема старения и дефицита квалифицированных рабочих кадров, молодежь не хочет трудиться по данным специальностям) как по критерию престижности (с 1 до 5%), так и по критерию желательности для своих детей (6% в 2009 г., в 2006 г. практически не упоминали). Также отмечается снижение рейтингов недавно столь популярных профессий юриста (20% против 28% в 2006 г.) и экономиста (12% против 20% соответственно). Исходя из этих данных можно ожидать, что часть молодых респондентов не будет рассматривать физический и малооплачиваемый труд как неприемлемый и унижительный.

Есть некоторое противоречие в перечне престижных и непрестижных профессий, представленных в психологическом (О. А. Киселева) и социологическом (ВЦИОМ) исследовании. Оно может объясняться как временной динамикой (2002–2006–2009 гг.), так и спецификой выборки (выпускники, стоящие перед выбором профессии, в первом случае и респонденты самого разного возраста во втором случае).

Высокий интерес представляет *изучение трудовых ценностей молодежи*, как работающей, так и учащейся. Многие современные исследователи отмечают, что развитие экономики страны во многом зависит от того, кто приходит на смену старшему поколению. При этом формирование и развитие трудового потенциала отрасли, отдельного предприятия находится в прямой зависимости не только от образовательного, профессионального, интеллектуального уровня молодых специалистов, но и в значительной степени от их мотивации в сфере труда, профессиональной подготовки и повышения квалификации, от доминирующих в данной сфере ценностных ориентации и установок (Хлопова, Озерникова, 2002).

Время учебы в вузе совпадает с периодом кризиса юности и жизненного самоопределения, результатом прохождения этого кризиса должно стать появление социально зрелой личности, приобщение к ценностно-значимым общественным формам деятельности, к профессии, становление нравственных ориентиров и ценностных приоритетов (Галина, 2010). Студенческий возраст – это период становления экономического самосознания, формирования экономических ценностей, реализации собственного потенциала и возможностей

(Короткина, 2004). Молодежь можно назвать своего рода «аккумулятором» социальных трансформаций. Она открыта обучению всему новому, у нее есть огромный потенциал развития общества, знаний, профессиональной деятельности. Молодежь несет идеи, взгляды, мораль, формы производственной и общественной деятельности, которые будут определять характер общества в самом ближайшем будущем (Ильинский, 2009). Именно молодежь отражает актуальные тенденции развития общества, как позитивные, так и, к сожалению, негативные.

Важный методологический вопрос – о *взаимодетерминации нравственного самоопределения и профессиональной деятельности*. Любая профессиональная деятельность определенным образом влияет на направленность личности и психические функции, включенные в данную деятельность, на установки, интересы, поведение, систему отношений, образ жизни (Борисова, 1981; Деркач, Зазыкин, Синягин, 1990; Психологическое обеспечение профессиональной деятельности, 1991). Е. А. Климов указывает, что профессиональная деятельность влияет на формирование образа мира у человека (Климов, 1995). Известно, что исполнение профессиональной роли может приводить к отрицательным (в том числе и в моральном плане) изменениям личности, например, к развитию эмоциональной черствости (у медперсонала), поучающего или повелительно-приказного тона (у преподавателей и начальников, соответственно) (Попов, Голубева, Устин, 2008).

Профессиональная деятельность может способствовать достижению моральной зрелости, если она требует от индивида принятия на себя моральной ответственности за свое поведение и поведение других. Иногда только значительное накопление опыта такой ответственности ведет к наступлению моральной зрелости. Так, например, в отличие от врачей юристы только после 40 лет демонстрируют суждения, соответствующие пятой стадии по Л. Колбергу (Анцыферова, 1999). Таким образом, профессионализация оказывает влияние на личность: она может привести как к ее росту, так и к деформации, выступая самым важным фактором саморазвития, определяющим его динамику и направленность (Битянова, 1998; Калашникова, 2004).

Обратное влияние нравственной позиции личности на ее профессиональную деятельность также имеет место. В специальных исследованиях было показано, что нравственно-психологические факторы являются значимыми детерминантами ее экономической

активности. Так, например, субъективная нравственная оценка денег в категории «добра» и «зла» тесно связана с психологической готовностью личности к тем или иным формам и стратегиям экономического поведения (Горбачева, Купрейченко, 2006). Исследования А. Б. Купрейченко нравственной оценки молодежью различных способов материального самообеспечения показали, что ряд вполне законных способов материального самообеспечения рассматривается респондентами как «неприемлемый, потому что безнравственный»: деятельность в религиозных сектах и привлечение в них людей; развлекательный бизнес, эксплуатирующий сексуальность (стриптиз, производство эротической продукции и торговля ею); финансовые пирамиды; брак по расчету; гадание, магия, деятельность экстрасенсов (Купрейченко, 2010, 2011). В то же время сложная жизненная и экономическая ситуация повышает готовность к некоторым неэтичным видам самообеспечения. В ходе исследования было установлено также, что для женщин более неприемлемы, чем для мужчин, торговля оружием; развлекательный бизнес, эксплуатирующий сексуальность (стриптиз, производство эротической продукции и торговля ею); игорный бизнес. Для мужчин менее приемлем, чем для женщин, брак по расчету.

Обобщая выполненный анализ, можно предложить концептуальный рисунок детерминации нравственного самоопределения в сфере труда и материального самообеспечения (рисунок 31). Нравственное самоопределение в сфере труда является одним из компонентов нравственного самоопределения в экономической сфере, которое тесно связано с самоопределением личности в других сферах жизни общества (политической, экологической, этнической и т. д.). Эти составляющие нравственного самоопределения базируются на общем нравственном самоопределении личности (представления о нравственности, нравственные ориентации, нравственные стратегии и т. д.). В нашем эмпирическом исследовании представлены показатели как общего нравственного самоопределения (нравственные стратегии), так и показатели нравственного самоопределения в экономической сфере: нравственная оценка различных видов материального самообеспечения, трудовые ценности, нравственная оценка денег и т. д.

Согласно нашим концептуальным представлениям, *нравственная регуляция по отношению к материальному самообеспечению и труду* может иметь следующие проявления: усиливать или снижать общую готовность к труду; вызывать у субъекта стремление



Рис. 31. Детерминация нравственного самоопределения в сфере труда и материального самообеспечения

заниматься теми видами труда, которые являются наиболее этичными, с точки зрения общества и личности; не принимать те виды материального самообеспечения, которые неэтичны по отношению к другим людям, обществу или унижают достоинство самого работника. Важный аспект, который учитывается в нашем исследовании – изменение под влиянием ситуации (например, в кризисных условиях) принятия или отвержения личностью тех или иных видов труда.

Программа эмпирического исследования нравственного самоопределения в сфере материального самообеспечения и труда

Анализ упомянутых выше исследований, а также использованных их авторами методических приемов послужили основой для авторской программы исследования нравственной оценки труда и трудовых ценностей, которая описана ниже. Одним из элементов этой программы выступили методические приемы для изучения представлений о неэтичных видах материального самообеспечения, видах работы и профессиях. Программа включает следующие блоки:

1. Оценка общей значимости труда. Респондентам необходимо оценить степень своего согласия с 5 утверждениями: «Труд – это бремя, связанное с удовлетворением насущных потребностей»;

«Труд дает возможности для развития и самореализации личности»; «Труд – это обязанность человека перед обществом»; «Имея достаточно средств существования, вы бы все равно работали»; «Трудолюбивому человеку сегодня легко найти хорошую работу». Эти вопросы были заимствованы из работ других авторов (Магун, 1998; Хлопова, Озерникова, 2002; Ценность труда и трудовые ценности, 2003) и, по нашему мнению, отражают наиболее значимые (идеологические) аспекты отношения к труду. Нам представляется, что, используя эти вопросы, можно оценить, с какой трудовой культурой идентифицирует себя респондент (православной, социалистической, западной (протестантской) или же имеет место их интеграция или конгломерат).

2. Опросник нравственной оценки денег Е. И. Горбачевой и А. Б. Купрейченко, который позволяет выявить существующую в сознании респондентов связь понятия «деньги» как с позитивными (основными жизненными и нравственными ценностями), так и с негативными явлениями. Для этого, по данным многочисленных исследований, были отобраны 25 категорий, наиболее тесно связанных с понятием «деньги»: «свобода», «власть», «здоровье», «средство существования», «любовь», «зависимость», «конфликт» и др. В основу методического приема-опросника был положен принцип расщепленной шкалы. Он позволяет выявить амбивалентное и противоречивое отношение личности к нравственной оценке денег, т. е. определить степень восприятия денег одновременно и как добра, и как зла (Купрейченко, 2010, 2011).
3. Опросник трудовых ценностей «Шаги к успешному планированию карьеры». Опросник разработан в Аризонском университете и представляет интерес для апробации на российской выборке. Инструкция предлагает оценить значимость для респондента 29 трудовых ценностей: помощь другим, соревнование, принятие решений, нравственность, свободное время и др. Применение этого опросника позволяет выявить иерархию трудовых ценностей личности, а также выявить предпочтительную для респондента систему стимулирования труда и форму занятости (стандартную или разные формы нестандартной).
4. Авторский опросник для оценки различных способов материального самообеспечения, с точки зрения их этичности и допустимости для респондентов в различных ситуациях (Купрейченко, 2010, 2011). Респондентам предлагается оценить 19 различных

способов материального самообеспечения, вполне законных, но спорных в нравственном отношении: участие в законном игорном бизнесе; работа в развлекательном бизнесе, эксплуатирующем сексуальность (стриптиз и др.); деятельность, связанная с гадаанием и магией; брак по расчету; производство и торговля алкогольной продукцией или же вредными для экологии и людей продуктами и т. д. Каждый из предложенных способов мог быть оценен как: «вполне этичный способ», «допустимый только в критической ситуации», «допустимый, если моя роль нравственна и законна» или же «неприемлемый, потому что безнравственный». Это позволило разделить предложенные способы материального самообеспечения на три категории: вполне этичные, неэтичные и условно этичные (допустимые только в критической ситуации или допустимые, если роль респондента в них нравственна и законна).

5. Авторский опросник для оценки различных профессий, видов работы и условий труда, унижительных для личности. Респондентам необходимо было ответить на вопрос: «Есть ли виды работы, которые, по вашему мнению, являются унижительными для личности? Оцените значимость для вас, приведенных признаков для оценки некоторых видов работы как „унижительных“». Ниже приведен список этих признаков: работа во вредных и физически тяжелых условиях; работа с неадекватно низкой оплатой; работа в неприятном социальном окружении; работа с негативной психологической нагрузкой; работа низкого социального статуса; работа, вызывающая презрение окружающих; работа, неинтересная и «отупляющая». Следующее задание содержало просьбу привести примеры унижительной для личности видов работы и ответить на вопросы: «Занимаетесь ли вы этой работой в настоящее время?» и «Согласитесь ли вы ее выполнять в критической ситуации?».
6. Блок для оценки нравственных стратегий из методики «Нравственное самоопределение личности» А. Е. Воробьевой и А. Б. Купрейченко.
7. Блок социально-демографических характеристик.

Разработанная программа обладает следующими возможностями: позволяет оценить общую значимость труда для личности и проследить ее взаимосвязь со смысловым содержанием и нравственной оценкой денег, а также со значимостью различных трудовых ценнос-

тей и представлениями об унижительных видах труда и неэтичных видах материального самообеспечения. Она также позволяет определить предпочтительную для личности форму занятости (стандартная, самозанятость, фриланс и т. д.) и систему стимулирования труда.

Цель исследования состоит в изучении нравственного самоопределения студенческой молодежи в сфере труда. Задачи исследования включали анализ отношения к труду, а также представлений о неэтичных профессиях и видах материального самообеспечения. В задачи исследования также входило изучение нравственных стратегий личности как детерминант отношения к труду и его нравственной оценке. Анализируется также изменение под влиянием ситуации степени принятия или отвержения личностью тех или иных видов труда.

Выборка исследования включала 193 человека (60% женщин и 40% мужчин). 84% выборки составили студенты шести московских вузов технических и гуманитарных факультетов. Значительная часть респондентов совмещает учебу и работу.

Общее отношение к труду и трудовые ценности студенческой молодежи

Анализ **общей значимости труда** показал, что разброс степени согласия-несогласия респондентов с пятью утверждениям этого блока довольно значителен. Как видно из таблицы 31, наиболее близки позиции выборки по степени согласия с утверждениями: «Труд дает возможность для развития и самореализации личности» и «Имея достаточно средств существования, вы бы все равно работали». В то же время весьма значительно количество как согласных, так и несогласных с тремя другими утверждениями. Особенно велик разброс степени согласия-несогласия с утверждением «Труд – это бремя, связанное с удовлетворением насущных потребностей». В меньшей степени, но все же присутствуют диаметрально противоположные точки зрения при оценке суждений «Труд – это обязанность человека перед обществом» и «Трудолюбивому человеку сегодня легко найти хорошую работу».

Наибольший интерес вызывает то, что для современной студенческой молодежи не характерно представление о труде как о долге человека перед обществом, которое выступало, как мы знаем, основой трудовой этики советского периода – нормой, зафиксированной

Таблица 31

Оценка общей значимости труда студенческой молодежью
(% от выборки)

	Варианты ответов «Полностью согласен», и «Согласен»	Вариант ответов «Не уверен»	Варианты ответов «Абсолютно не согласен», «Не согласен»
1. Труд это бремя, связанное с удовлетворением насущных потребностей	30	29	41
2. Труд дает возможность для развития и самореализации личности	94	2,5	3,5
3. Труд – это обязанность человека перед обществом	23	36	41
4. Имея достаточно средств существования, вы бы все равно работали	69	24	7
5. Трудолюбивому человеку сегодня легко найти хорошую работу	47	33	20

в Конституции СССР. Интерес представляет также близкое число респондентов, согласных и не согласных с утверждением, что труд – это бремя, связанное с удовлетворением насущных потребностей. Мы планируем в следующих работах сопоставить данные двух этих подгрупп по остальным показателям программы. Таким образом, можно сделать вывод, что значимость труда для современной студенческой молодежи существенно отличается от ее значимости для предыдущих поколений совсем недавнего прошлого.

Анализ **значимости трудовых ценностей** (опросник Аризонского университета) показал, что в целом для всей выборки наиболее важными являются следующие ценности: «Мастерство – Быть экспертом в работе» (среднее=2,82 по 3-балльной шкале), «Финансовая выгода – Иметь высокое финансовое вознаграждение» (2,63), «Безопасность – Быть уверенным в сохранении работы и зарплаты» (2,62) и «Нравственность – Иметь работу, соответствующую моим нравственным нормам» (2,62). Если первые три показателя являются универсальными и совпадают с результатами массовых опросов жителей других стран и россиян в разные периоды, то выраженная потребность иметь работу, соответствующую нравственным нормам, отражает, по-видимому, те новые тенденции, которые характерны для образованной молодежи начала XXI в.

Относительно высокую значимость имеют также такие трудовые ценности как: «Принятие решений – Иметь возможность принимать стратегические решения» (2,43), «Помощь другим – Быть непосредственно включенным в помощь другим людям индивидуально или в группах» (2,38), «Признание – Получать публичное признание заслуг» (2,38), «Творческий потенциал – Иметь возможность для создания новых программ или организационной структуры» (2,37), «Свободное время – Иметь работу в соответствии с моим собственным графиком» (2,37), «Помощь обществу – Сделать что-нибудь, чтобы улучшить мир, в котором мы живем» (2,34).

Интересны также наименее значимые трудовые ценности: «Работа в цейтноте – Работа в условиях ограничения времени» (1,78), «Волнение – Испытывать высокий эмоциональный накал в работе» (1,76), «Физические нагрузки – Использовать свои физические возможности в работе» (1,70).

В целом трудовые ценности и общая оценка значимости труда студенческой молодежи отражают потребности самореализующейся личности, стремящейся, помимо материального вознаграждения, получать от работы подтверждение собственной социальной и профессиональной значимости, а также стремящейся соблюдать нравственные нормы и избегающей чрезмерного напряжения. Такая структура ценностей нам кажется вполне закономерной для молодых людей, находящихся на стадии профессионального обучения.

Представления о неэтичных профессиях и видах материального самообеспечения у современной студенческой молодежи

Анализ представлений об этичности/неэтичности различных способов материального самообеспечения позволил выделить те из них, которые вполне этичны, с точки зрения респондентов, неэтичны и условно этичны (допустимы только в критической ситуации или в случае нравственной и законной роли респондента). Распределения вариантов оценки представлены в таблице 32.

Как вполне *этичные* способы самообеспечения значительной частью (более трети) респондентов оцениваются: реклама, политические технологии, сетевой маркетинг, лотереи, торговля оружием (законная). Интересно, что при оценке брачных знакомств доли тех, кто считает их этичными и неэтичными, примерно равны.

Таблица 32

Представления студентов об этичности/неэтичности различных способов материального самообеспечения (% от выборки)

Способ материального самообеспечения или сфера деятельности	Вполне этичный способ	Неприемлемо для меня потому, что безнравственно	Допустимо для меня только в критической ситуации	Допустимо, если моя роль в этом деле вполне законна и нравственна
Игровой бизнес (законный)	22	25,7	18,4	33,7
Производство и торговля алкогольной продукцией	28,2	26,2	10,9	34,6
Производство и торговля табачной продукцией	21,3	31,7	19,3	27,6
Развлекательный бизнес, эксплуатирующий сексуальность (стриптиз, производство и торговля эротической продукцией и др.)	17,3	55,5	12,0	15,2
Предприятия, организованные по типу финансовых пирамид	12,5	52,6	19,3	15,6
Сетевой маркетинг	39,1	18,5	21,7	20,6
Брак по расчету	14,8	57,7	22,2	5,3
Лотереи	37,4	19,5	26,3	16,3
Гадание, магия, экстрасенсы	15,7	52,9	20,9	10,5
Работа в организациях, применяющих принуждение и манипулирование сознанием своих членов (по типу религиозных сект, армии и т. п.)	5,8	86,4	4,2	3,7
Брачные знакомства	33,0	29,9	23,6	13,6
Торговля оружием (законная)	37,6	26,5	13,3	22,8
Производство и торговля вредными для экологии и людей продуктами	6,9	77,9	7,9	7,4
Отстрел диких животных	9,9	69,3	13,0	7,8
Заготовка мяса и шкур домашних животных	19,6	52,9	15,3	12,2
Политические технологии	45,8	13,0	11,4	29,7
Реклама	67,5	4,7	5,8	22,0
Работа в СМИ (например, в ТВ-шоу), нарушающих нормы приличия и границы личной жизни	20,8	43,7	22,9	12,5
Организации, допускающие эксплуатацию работников (несправедливая оплата труда, плохие условия работы и т. д.)	7,4	63,7	20,0	8,9

Как *неэтичные* (неприемлемые, потому что безнравственные) способы самообеспечения значительной частью респондентов оцениваются: работа в организациях, применяющих принуждение и манипулирование сознанием своих членов (по типу религиозных сект, армии и т. п.); гадание, магия, экстрасенсы; производство и торговля вредными для экологии и людей продуктами; отстрел диких животных; заготовка мяса и шкур домашних животных; развлекательный бизнес, эксплуатирующий сексуальность (стриптиз, производство эротической продукции и торговля ею и др.); финансовые пирамиды; организации, допускающие эксплуатацию работников (несправедливая оплата труда, плохие условия работы и т. д.); брак по расчету; работа в СМИ (например, в ТВ шоу), нарушающих нормы приличия и границы личной жизни.

Как *условно этичные* способы самообеспечения (допустимые только в критической ситуации или допустимые, если роль респондента в них нравственна и законна) значительной частью респондентов оцениваются: игровой бизнес (законный), производство и торговля алкогольной продукцией, производство и торговля табачной продукцией, торговля оружием (законная).

Интересно, что в ряде видов материального самообеспечения, которые большинством оцениваются как неэтичные, выражается готовность принимать участие в критической ситуации, а также, если роль респондента в них нравственна и законна. Это характерно для следующих видов самообеспечения: гадание, магия, экстрасенсы; брак по расчету; заготовка мяса и шкур домашних животных; отстрел диких животных; работа в СМИ (например, в ТВ-шоу), нарушающих нормы приличия и границы личной жизни; организации, допускающие эксплуатацию работников (несправедливая оплата труда, плохие условия работы и т. д.); производство и торговли вредными для экологии и людей продуктами. В наименьшей степени это относится к организациям, применяющим принуждение и манипулирование сознанием своих членов (по типу религиозных сект, армии и т. п.) (таблица 32).

Распределение оценок различных условий труда как унизительных для личности показало, что наиболее часто унижающими человеческое достоинство считаются следующие условия труда: работа с неадекватно низкой оплатой и работа, вызывающая презрение окружающих. Есть виды труда, в отношении которых доли тех, кто считает их унизительными, и тех, кто считает их неунизительными, примерно равны. Так, работа в неприятном соци-

альном окружении, работа низкого социального статуса и работа с негативной психологической нагрузкой кажутся унижительными и неунижительными довольно значительным долям респондентов (таблица 33). Эти результаты заслуживают внимания и обязательно в будущем будут проанализированы в специальных работах. Из всех перечисленных в опроснике условий труда наши респонденты уверенно оценили как неунижительную только работу во вредных и физически тяжелых условиях.

Следующее задание содержало просьбу привести примеры семи перечисленных выше **видов унижительной для личности работы** и ответить на вопросы: «Занимаетесь ли вы этой работой в настоящее время?» и «Согласитесь ли вы ее выполнять в критической ситуации?».

В качестве примеров *работы во вредных и физически тяжелых условиях* были названы следующие профессии и виды труда: шахтеры и другие работники по добыче полезных ископаемых (38 упоминаний), работники металлургических, химических и других вредных производств (22), дворники, уборщики, ассенизаторы (8), спасатели, пожарники, ликвидаторы и т. п. (6), строители (6), грузчики (5), распространители рекламных листовок (2), солдаты

Таблица 33

Оценки различных условий труда как унижительных для личности

	Варианты ответов: «Со-всем не уни-зительно» и «Мало уни-зительно»	Вариант ответа: «Ней-траль-но»	Варианты ответов: «Довольно уни-зительно» и «Крайне уни-зительно»
Работа во вредных и физически тяжелых условиях	51,3	29,7	19
Работа с неадекватно низкой оплатой	15,3	20,7	64
Работа в неприятном социальном окружении	33,3	20,7	46
Работа с негативной психологической нагрузкой	35,1	30,6	34,4
Работа низкого социального статуса	33,3	25,2	41,5
Работа, вызывающая презрение окружающих	17,1	21,6	61,3
Работа, неинтересная и «отупляющая»	16,2	24,3	59,5

по контракту (1), работа на Севере (1), рыболовство (1), лесозаготовки (1).

В качестве примеров *работы с неадекватно низкой оплатой* были названы следующие профессии и виды труда: учителя и преподаватели (20 упоминаний), младший медицинский персонал (19), дворники, уборщики (18), сотрудники МВД, военнослужащие (6), стажеры (5), продавцы (4), распространители рекламных листовок (4), сантехники и другие работники ЖКХ (4), консьержи и вахтеры (3), госслужащие (2), ученые (2), сельскохозяйственные рабочие (1), посудомойки (1), консультанты (1), менеджеры по продажам (1).

В качестве примеров *работы в неприятном социальном окружении* были названы следующие профессии и виды труда: работники пеницитарной системы (18 упоминаний), работа в МВД (9), работа с психически больными людьми, алкоголиками и наркоманами (7), соцработа, работа с мигрантами (5), рыночные торговцы и продавцы (4), официанты (2), таксисты (2), строители (2), работники ДЭ-За (2), работники метрополитена (1), сфера эротических услуг (2), работники морга (1), уничтожение вредителей (1), сфера IT (1), политехнологи (1), шоубизнес (1), игорные заведения (1), работники клубов для секс-меньшинств (1). Были также варианты ответа: работа в любом коллективе с неблагоприятным психологическим климатом (1), работа в женском коллективе (1).

В качестве примеров *работы с негативной психологической нагрузкой* были названы следующие профессии и виды труда: работа спасателей и работников МВД (12), работа с психически больными людьми, алкоголиками и наркоманами (9), работники морга и т. п. (7), психологи и психотерапевты (7), работники пеницитарной системы (5), медицинские работники (5), работа на телефоне доверия (5) водители, в том числе в метро (3), бухгалтеры, операционисты банка, кассиры, финансисты (4), продавцы (2), учителя (2), военнослужащие (2), журналисты (1), чиновники (1), соцработники (1), официанты (1), няни (1), секретари (1), стриптизерши (1), работа, связанная с умерщвлением животных (1). Был также вариант ответа: работа в женском коллективе (1).

В качестве примеров *работы низкого социального статуса* были названы следующие профессии и виды труда: дворники, уборщики, ассенизаторы (49 упоминаний), официанты (4), грузчики (3), стриптизерши (3), мерчендайзеры (2), гардеробщицы (2), сантехники (2), продавцы (2), распространители рекламных листовок (2), шахтеры (1), водители (1), таксисты (1), секретари (1), курьеры (1),

работники автозаправочных станций (1). Производит сильное впечатление общность мнения респондентов в отношении дворников и уборщиков всех видов.

В качестве примеров *работы, вызывающей презрение окружающих*, были названы следующие профессии и виды труда: стриптизерши (14 упоминаний), работники МВД (8), мусорщики, уборщики, ассенизаторы (3), работа, связанная с умерщвлением животных (3), гадалки и маги (2), гувернантки (1), домработницы (1), менеджер сетевого маркетинга (1), брак по расчету (1), организация сект (1), сфера PR (1), ростовщичество (1). Только в этой категории обнаруживаются такие сферы, как оккультная деятельность и эротические услуги.

В качестве примеров *неинтересной и «отупляющей» работы* были названы следующие профессии и виды труда: работа на конвейере (11 упоминаний), охранники, вахтеры, консьержи (8), грузчики (5), водители (2), дворники, уборщики (2), специалист по документообороту (4), офисные работники низшего звена, так называемый «офисный планктон» (4), бухгалтеры (3), промоутеры (3), комплектовщики (2), распространители рекламных листовок (1), строители (1), кондукторы (1), почтальоны (1), курьеры (1).

Как мы видим, существуют виды работ и сферы деятельности, которые попадают сразу в несколько категорий: сферы, связанные с обслуживанием других людей (уборка, уход, социальная работа и т. д.), работа в МВД и пенитенциарной системе. Часто упоминаются также учителя и медицинские работники. Интересен также результат, что некоторые упомянутые респондентами виды унижительной для личности работы совпадают с видами работ, неэтичными по отношению к обществу. Таковы: работа в развлекательной сфере, эксплуатирующей сексуальность; сетевой маркетинг; брак по расчету; организации по типу религиозных сект; работа, связанная с умерщвлением животных и др.

Анализ ответов на вопросы: «Занимаетесь ли вы этой работой в настоящее время?» и «Согласитесь ли вы ее выполнять в критической ситуации?» показал, что респонденты в критической ситуации будут готовы заниматься всеми видами унижительных работ. Многие из них и в настоящее время вынуждены заниматься работой с низким социальным статусом и неадекватно низкой оплатой труда. Можно предположить, что подобная ситуация может приводить к внутриличностному конфликту и сказываться на результатах трудовой деятельности.

Типы отношения личности к труду

В первом разделе программы исследования были представлены вопросы, направленные на анализ наиболее общих (идеологических) аспектов отношения к труду: «Труд – это бремя, связанное с удовлетворением насущных потребностей»; «Труд дает возможности для развития и самореализации личности»; «Труд – это обязанность человека перед обществом»; «Имея достаточно средств существования, вы бы все равно работали»; «Трудолюбивому человеку сегодня легко найти хорошую работу». Эти показатели послужили основой для построения типологии отношения к труду. В результате кластерного анализа было выделено пять типов отношения к труду (рисунок 32).

Для более полного описания отношения личности к труду полученные типы были сопоставлены по предпочтению трудовых ценностей, а также значений денег (таблицы 34 и 35). Выполненный комплексный анализ позволил достаточно детально описать психологические особенности пяти эмпирических типов отношения к труду.

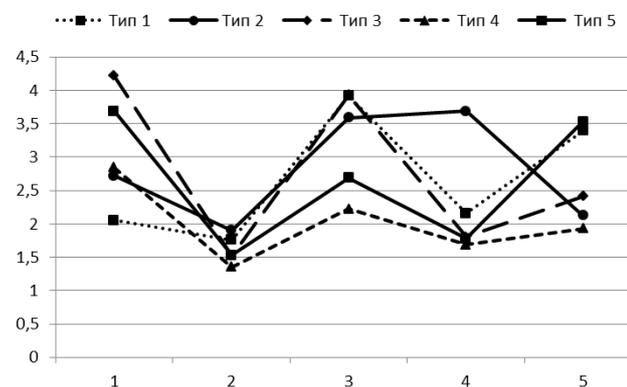


Рис. 32. Типы отношения к труду (по шкале от 1 – полностью согласен, до 5 – абсолютно не согласен)

Обозначения переменных: 1. Труд – это бремя, связанное с удовлетворением насущных потребностей; 2. Труд дает возможность для развития и самореализации личности; 3. Труд – это обязанность человека перед обществом; 4. Имея достаточно средств существования, вы бы все равно работали; 5. Трудолюбивому человеку сегодня легко найти хорошую работу.

Таблица 34

Значимость трудовых ценностей у разных типов отношения к труду (по шкале от 1 – совсем не значимо – до 3 – высоко значимо; полужирным шрифтом выделены максимальные значения)

Трудовые ценности	Тип 1 Сред- нее	Тип 2 Сред- нее	Тип 3 Сред- нее	Тип 4 Сред- нее	Тип 5 Сред- нее	Типы, различия между которыми значимы
Помощь обществу	2,23	2,25	2,21	2,40	2,62	1, 2, 4 и 5; 3 и 4
Помощь другим	2,23	2,34	2,41	2,36	2,59	1, 2, 4 и 5
Общественные контакты	2,18	2,18	2,17	2,04	2,18	-
Работа совместно с другими	2,16	2,28	2,28	2,28	2,37	1 и 5
Работа в одиночку	2,02	2,15	2,02	1,91	1,87	2 и 4
Соревнование	2,13	2,03	2,17	2,20	2,03	-
Принятие решений	2,26	2,53	2,60	2,37	2,37	1, 4, 5 и 3
Работа в цейтноте	1,78	1,75	1,84	1,73	1,78	-
Влияние на людей	2,15	2,40	2,30	2,22	2,40	2, 5 и 1
Знания	2,76	2,62	2,91	2,75	2,84	1, 2, 4 и 3; 2 и 5
Мастерство	2,68	2,84	2,84	2,86	2,87	1 и 2–5
Креативность	2,63	2,59	2,80	2,71	2,84	1, 2 и 3, 5
Творческий потенциал	2,26	2,40	2,51	2,31	2,34	1, 4 и 3
Эстетика	2,05	2,00	2,22	1,93	2,12	3 и 4
Ответственность	1,89	2,12	1,82	1,82	2,00	1 и 2; 2 и 3, 4; 4 и 5
Разнообразие	2,23	2,40	2,33	2,22	2,18	-
Точность	2,15	2,06	2,00	1,93	2,09	1 и 4
Стабильность	2,28	2,43	2,55	2,42	2,53	1 и 3, 5
Безопасность	2,52	2,65	2,71	2,53	2,68	3 и 1, 4
Признание	2,13	2,21	2,15	2,33	2,37	1, 3 и 5
Быстрый темп	1,94	1,96	1,75	1,80	1,65	1, 2 и 5
Волнение	1,94	1,71	1,73	1,73	1,65	1 и 2–4
Приключения	1,62	1,71	1,73	1,57	1,62	-
Финансовая выгода	2,62	2,68	2,60	2,64	2,64	-
Физические нагрузки	1,68	1,65	1,73	1,73	1,68	-
Независимость	2,36	2,46	2,42	2,26	2,43	2 и 4
Нравственность	2,55	2,59	2,67	2,53	2,75	1, 4 и 5
Сообщество	2,15	2,18	2,02	2,06	2,40	1–4 и 5
Свободное время	2,36	2,62	2,26	2,20	2,53	2, 5 и 3, 4

Таблица 35

Значения денег у разных типов отношения к труду (по шкале от 1 – степень связи самая низкая – до 7 – степень связи самая высокая; полужирным шрифтом выделены максимальные значения)

Значения денег	Тип 1 Сред- нее	Тип 2 Сред- нее	Тип 3 Сред- нее	Тип 4 Сред- нее	Тип 5 Сред- нее	Типы, различия между которыми значимы
Правдивость	2,52	3,12	2,86	3,40	2,68	1 и 2–5; 2 и 3–5
Беспринципность	4,02	4,46	3,80	4,13	4,15	2 и 3
Любовь	2,76	3,28	2,82	3,00	2,40	5 и 2, 4
Ответственность	4,68	5,56	5,28	5,64	5,56	1 и 2–5
Достижения	5,34	5,71	5,91	5,68	5,65	1 и 3
Нетерпимость	3,65	3,50	3,28	3,53	3,34	-
Справедливость	3,36	2,90	3,41	3,53	2,96	2, 5 и 3, 4
Свобода	5,21	5,25	5,19	5,33	5,12	-
Средство существования	5,97	6,40	5,93	6,26	6,56	1 и 2,5; 3 и 2,4, 5; 4 и 5
Здоровье	5,07	4,81	4,78	4,75	4,90	-
Терпимость	3,73	3,59	3,45	3,57	3,43	-
Несправедливость	4,07	4,25	3,76	4,35	4,56	3 и 5
Зависимость	5,34	5,34	4,65	4,97	5,43	3 и 1, 2, 5
Принципиальность	4,10	3,56	3,76	3,95	3,93	-
Комфорт	6,10	5,78	6,13	6,17	6,03	2 и 4
Развлечения	5,55	5,87	5,80	5,80	6,21	5 и 1, 3, 4
Безответственность	3,78	3,00	2,69	3,44	3,56	1 и 2, 3; 2, 3 и 5; 3 и 4
Информация	4,89	5,09	4,60	4,97	5,56	5 и 1, 3, 4
Цинизм	5,02	5,09	4,67	4,77	5,18	3 и 5
Власть	6,18	6,00	5,80	6,15	6,21	3 и 5
Конфликт	4,94	5,12	4,56	4,33	4,96	4 и 1, 2, 5; 2 и 3
Сила	5,05	5,53	4,71	5,08	5,37	2, 5 и 3
Безопасность	4,68	5,18	4,67	4,66	4,81	2 и 3, 4
Лживость	4,47	4,28	3,86	4,17	4,62	3 и 1, 5
Развитие	4,81	5,18	5,19	5,13	5,56	5 и 1, 4

Представители *типа 1* в наибольшей степени считают, что труд – это бремя, не уверены, что он дает возможность для самореализации, не признают, что труд – это обязанность перед обществом, и считают, что трудолюбивому человеку трудно найти хорошую работу. Однако, имея достаточно средств к существованию, скорее всего, работали бы, т. е. имеет место негативная оценка труда как бремени, связанного с удовлетворением насущных потребностей, а не обязанности при низкой самооценке своего трудового потенциала. Несколько чаще встречается у мужчин и у респондентов старше 24 лет. Тип 1 характеризуется в целом невысокой значимостью всех трудовых ценностей. Относительно высока для этого типа значимость лишь таких трудовых ценностей, как мастерство и креативность, а также финансовая выгода и нравственность. Однако их значимость все же ниже, чем у других типов. Тип 1 характеризуется более высокой значимостью по сравнению с другими типами только следующих ценностей: общественные контакты, точность, быстрый темп, волнение. Менее значимы по сравнению с другими типами: мастерство, творческий потенциал, признание. Такой тип может быть характерен для профессионалов нестандартных форм занятости, например, для фрилансеров. Для них важно быстро и точно выполнить свою работу, не связывая себя долгосрочными контрактами и не заботясь о «вертикальной» карьере. Такой тип отношения к труду соответственно получил название «Фрилансер».

Для представителей типа 1, впрочем, так же как и для других типов, деньги, в первую очередь, – власть, средство существования, развлечения, комфорт, достижения, свобода и зависимость, сила (таблица 35). Особенностью типа 1 является более тесная связь понятия денег с властью и здоровьем. Интересно также, что для этого типа примерно равны оценки денег по шкалам принципиальности и беспринципности, терпимости и нетерпимости, ответственности и безответственности, свободы и зависимости, что свидетельствует о наличии противоречий в отношении к деньгам.

Представители *типа 2* занимают неопределенную позицию по вопросам: «труд – это бремя» и «труд – средство самореализации личности», не согласны с тем, что труд – обязанность перед обществом, но допускают, что трудолюбивому человеку сегодня легко найти хорошую работу. Это единственный тип, представители которого утверждают, что, имея достаточно средств к существованию, не стали бы работать. Этот тип характерен для молодежи до 23 лет. Представители типа 2 демонстрируют средний уровень значимости многих трудовых цен-

ностей. Больше всего в труде ценятся: свободное время, финансовая выгода, мастерство, знания, безопасность. Значимость свободного времени и финансовой выгоды – наибольшая среди всех типов. По сравнению с другими типами несколько выше оценивают следующие трудовые ценности: влияние на людей, независимость, ответственность, разнообразие, быстрый темп. Меньше других типов они ценят: креативность, соревнование, физические нагрузки. Для этого типа труд – источник заработка и социального статуса и при этом, имея достаточно денег, без труда вполне можно обойтись. Этот тип характерен для работающих ради заработка и статуса, экономно расходующих свои силы. Тип получил название «Прагматичный».

Для типа 2 деньги олицетворяют в большей степени, чем для других типов: средство существования, достижения, силу, безопасность, конфликт и любовь. Этим, видимо, и объясняется то, что представители этого типа готовы работать в основном ради денег. Интересно также, что деньги у типа 2 сильнее ассоциируются с беспринципностью, чем у других типов. Это позволяет сделать вывод о неразборчивости данного типа в средствах получения денег. Можно сказать, что представители типа 2 трудиться не любят, но вынуждены, поскольку труд дает им деньги и статус, которые связаны для них с очень значимыми жизненными ценностями.

Представители *типа 3* – не согласны с тем, что труд – бремя, уверены, что он дает возможность для самореализации, скорее всего, работали бы, имея достаточно средств к существованию, но не считают труд обязанностью перед обществом и не уверены, что трудолюбивому человеку сегодня легко найти хорошую работу. Поскольку представители типа 3 не считают труд обязанностью перед обществом, вполне закономерно, что для них меньше, чем для других типов, значимы следующие трудовые ценности: помощь обществу, ответственность и финансовая выгода. Более значимы, чем для других типов: принятие решений, стабильность, творческий потенциал, эстетика, работа в цейтноте, приключения, физические нагрузки. Этот тип людей, самореализующихся в творческом труде и не придающих большого значения заработку, может быть назван «Творчески самореализующийся в труде».

Тип 3 имеет несколько меньшую общую значимость денег по сравнению с другими типами. Выше, чем у других типов значения денег, – достижения и комфорт. Минимальными являются связи денег с безнравственными свойствами – беспринципностью, лживостью, цинизмом, несправедливостью, безответственностью

и нетерпимостью. Связь с позитивными нравственными категориями – на среднем уровне, как в абсолютном, так и в относительном выражении, т. е. представители этого типа не считают деньги моральным злом, но и не приписывают им жизненно важные смыслы и ценности. Для них деньги в меньшей степени, чем для представителей других типов, связаны с силой, властью, здоровьем, безопасностью, информацией и, что особенно важно, со средством существования. Эти данные подтверждают, что смысл труда для этого типа – в творческой самореализации.

Представители *типа 4* занимают неопределенную позицию по вопросу «труд – это бремя», в наибольшей степени согласны с тем, что труд – средство самореализации личности и обязанность человека перед обществом, что трудолюбивому человеку сегодня легко найти хорошую работу, а также с тем, что, имея достаточно средств существования, они все равно работали бы. Для этого типа характерна непротиворечивая позитивная оценка труда и своего трудового потенциала. По сравнению с представителями других типов, для типа 4 более значимы следующие трудовые ценности: помощь обществу, соревнование, мастерство. Менее значимы, чем для других типов, следующие ценности: общественные контакты, работа в цейтноте, эстетика, ответственность, точность, приключения, т. е. любовь к труду и представление о нем как об обязанности перед обществом относятся только к труду с невысоким уровнем ответственности и сложности. Этот тип готов служить людям и обществу, но только если труд не слишком ответственен и сложен. Люди такого склада больше всего подходят для добровольческого труда. Соответственно, тип может быть назван – «Волонтер».

Представители типа 4 выше других оценивают связь денег с нравственными категориями: правдивость, ответственность, справедливость. Связь с их антонимами – на среднем уровне. Наибольшие связи среди всех типов оценки денег с понятиями «комфорт» и «свобода». Довольно высоки, но не выше других типов ассоциативные связи денег с понятиями «средство существования» и «власть». Позитивная нравственная оценка труда и денег сочетается у этого типа с высокой ценностью свободы и невысокой общей значимостью денег. Этим и определяется отмеченная выше особенность представителей типа «Волонтер». Такой человек скорее будет бесплатно заниматься общественно полезным трудом, но только тем, к которому испытывает склонность, чем ради денег будет заниматься тем делом, которое ему не нравится.

Представители *типа 5* считают, что труд – бремя, однако дающее возможность для развития и самореализации личности и что, имея достаточно денег, они бы все равно работали. Они не уверены, что труд – обязанность перед обществом и что трудолюбивому человеку сегодня легко найти хорошую работу. Таким образом, имеет место в целом позитивное отношение к труду в сочетании с невысокой уверенностью в своем трудовом потенциале. Для типа 5 больше, чем для других, значимы следующие трудовые ценности: мастерство, креативность, нравственность, безопасность, стабильность, помощь обществу, помощь другим, финансовая выгода, независимость, сообщество, работа совместно с другими, влияние на людей, ответственность, признание. Представители типа 5 не приемлют: быстрый темп, волнение и приключения в работе. Этот тип высокой значимости труда и традиционных трудовых ценностей, важных для общества, но связанных с нелегким делом, может быть назван «Трудяга». Это тип людей, ценящих мастерство, нравственность, стабильность и считающих на справедливое признание своих трудовых заслуг.

Тип 5 имеет наивысшие оценки связи денег с понятиями: «средство существования», «власть», «развлечения», «развитие», «информация», но также и «зависимость», «несправедливость», «цинизм» и «лживость». При этом связь с антонимами последних трех понятий (свобода, справедливость и правдивость) – минимальная среди всех типов, т. е. высокая заинтересованность в деньгах сочетается с их оценкой как нравственного зла. Вероятно, это связано с тем, что деньги даются им нелегко (об этом говорит суждение №5 опросника: «Сегодня трудолюбивому человеку нелегко найти хорошую работу»). Такое сочетание позитивной значимости труда и негативной моральной оценки денег может иметь серьезные последствия для жизнедеятельности личности. Человек, который любит труд, но считает деньги злом, будет неосознанно их избегать, что скажется на материальной оценке его труда и в результате будет снижать удовлетворенность им.

Нравственные стратегии как детерминанты оценки этичности самообеспечения у разных типов отношения к труду

Согласно нашей концептуальной модели, нравственное самоопределение в конкретной сфере жизнедеятельности личности базируется на некоторых наиболее общих компонентах нравственного самоопределения личности. В наше эмпирическое исследование нравст-

венного самоопределения в сфере труда были включены такие общие компоненты нравственного самоопределения, как нравственные стратегии личности. В исследовании оценивались именно когнитивные, эмоциональные и поведенческие показатели стратегий обязательности соблюдения нравственных норм, активности в нравственном поведении и взаимности этого поведения. Как показал анализ эмпирических результатов, типы отношения к труду имеют выраженные особенности этих показателей (таблица 36). Следует отметить, что тип 5 демонстрирует наиболее высокие оценки как по позитивным нравственным стратегиям (ответственности и активности), так и по стратегии взаимности в нравственном поведении, являющейся проявлением «закона талиона», базирующегося на принципе «отвечать добром на добро», но также и «злом на зло». В то же время остальные типы имеют показатели нравственных стратегий, максимально выраженные по сравнению с другими типами.

Анализ нравственных стратегий по отдельным показателям позволил получить достаточно точное описание этих стратегий у разных типов отношения к труду. Так, тип 1 «Фрилансер» демонстрирует наибольшую, по сравнению с другими типами степень согласия со следующими суждениями: «Можно поступиться нравственными нормами, если об этом никто не узнает»; «Иногда я могу нарушить нравственные нормы, особенно в отношении людей, которые мне не нравятся»; «Не следует вмешиваться в чужие дела, в этически сложных ситуациях каждый имеет право поступать так, как считает нужным»; «Я не испытываю негативных эмоций, если вижу нарушение нравственных норм в отношении посторонних мне людей»; «Я не готов творить добро и бороться со злом, для меня достаточно просто не совершать зла»; «Я не стремлюсь вознаграждать людей за нравственное поведение, ведь оно совершается добровольно». Наименьшая по сравнению с другими типами степень согласия у типа 1 с суждениями: «Необходимо соблюдать нормы нравственности в любой ситуации, даже если я с этим не согласен»; «Я получаю удовольствие, если мне удается ответить добром на добро»; «Я стараюсь вознаграждать людей за добрые поступки». Это позиция *индивидуалиста не стремящегося противодействовать злу или активно творить добро*.

Тип 2 «Прагматичный» демонстрирует наибольшую по сравнению с другими типами степень согласия со следующими суждениями: «В опасной ситуации или ради близких людей можно поступиться нравственными нормами»; «Иногда нарушение норм приносит

Таблица 36

Выраженность показателей нравственных стратегий у разных типов отношения к труду (по шкале от 1 – совсем не выражено – до 5 – сильно выражено; полужирным шрифтом выделены максимальные значения, курсивом – минимальные)

	Тип 1 Сред- нее	Тип 2 Сред- нее	Тип 3 Сред- нее	Тип 4 Сред- нее	Тип 5 Сред- нее	Типы, раз- личия меж- ду которыми значимы
<i>Общие показатели нравственных стратегий</i>						
Когнитивный компонент обяза- тельности/необязательности соблюдения нравственных норм	2,91	2,83	2,97	3,27	3,20	1–4, 1–5, 2–4, 2–5, 3–4, 3–5
Эмоциональный компонент обязательности/необязатель- ности соблюдения нравствен- ных ном	3,50	3,39	3,68	3,79	3,80	1–4, 1–5, 2–4, 2–5
Конативный компонент обяза- тельности/необязательности соблюдения нравственных норм	2,74	2,71	2,93	2,85	2,90	–
Когнитивный компонент обяза- тельности/пассивности в нравственном поведении	3,32	3,26	3,06	3,18	3,04	1–3, 1–5, 2–3, 2–5
Эмоциональный компонент активности/пассивности в нравственном поведении	3,51	3,33	3,86	3,78	3,77	1–3, 1–4, 1–5, 2–3, 2–4, 2–5
Конативный компонент актив- ности/пассивности в нравст- венном поведении	3,32	3,32	3,53	3,44	3,62	1–3, 1–5, 2–3, 2–5
Когнитивный компонент взаимности/невзаимности в нравственном поведении	3,06	3,14	3,05	3,06	3,14	–
Эмоциональный компонент взаимности/невзаимности в нравственном поведении	3,41	3,54	3,39	3,44	3,62	3–5
Конативный компонент взаим- ности/невзаимности в нравст- венном поведении	3,21	3,44	3,32	3,37	3,20	1–2, 2–5
<i>Частные показатели нравственных стратегий</i>						
Необходимо соблюдать нормы нравственности в любой ситуации, даже если я с этим не согласен	3,39	3,43	3,41	3,97	3,96	1–4, 2–4, 3–4, 1–5, 2–5, 3–5

Продолжение таблицы 36

	Тип 1 Сред- нее	Тип 2 Сред- нее	Тип 3 Сред- нее	Тип 4 Сред- нее	Тип 5 Сред- нее	Типы, раз- личия меж- ду которыми значимы
В опасной ситуации или ради близких людей можно поступиться нравственными нормами	4,10	4,40	4,02	3,84	4,03	2-3, 2-4, 2-5
Можно поступиться нравственными нормами, если об этом никто не узнает	2,55	2,53	2,45	2,31	2,31	-
Я испытываю удовлетворение, когда поступаю нравственно в этически сложной ситуации	3,94	3,90	3,95	4,31	4,21	1-4, 2-4, 3-4
Если мне приходится поступить не вполне нравственно, я сожалею об этом и испытываю угрызения совести	3,55	3,40	3,56	3,88	3,78	1-4, 2-4, 3-4
Иногда нарушение норм приносит больше удовлетворения, чем их соблюдение	3,00	3,12	2,47	2,81	2,59	1-3, 1-5, 2-3, 2-5
Иногда я могу нарушить нравственные нормы, особенно в отношении людей, которые мне не нравятся	3,42	3,15	2,93	3,04	3,06	1-3, 1-5
Я готов следовать нравственным нормам, даже если это крайне не выгодно для меня	2,97	2,93	2,97	3,18	3,25	-
Я не стремлюсь соблюдать моральные нормы, которые не принимаю	3,31	3,62	3,23	3,56	3,46	3-4
Необходимо противодействовать нарушению нравственных норм	3,28	3,28	3,50	3,56	3,37	-
Важно не только самому соблюдать нравственные нормы, но и способствовать соблюдению их окружающими	3,71	3,43	3,58	3,88	3,71	2-4, 3-4
Не следует вмешиваться в чужие дела, в этически сложных ситуациях каждый имеет право поступать так, как считает нужным	3,97	3,90	3,63	3,86	3,46	1-3, 1-5, 2-5, 4-5
Не делая добра, нельзя быть счастливым	3,71	3,56	4,02	4,20	4,06	1-4, 1-5, 2-4, 2-5

	Тип 1 Сред- нее	Тип 2 Сред- нее	Тип 3 Сред- нее	Тип 4 Сред- нее	Тип 5 Сред- нее	Типы, раз- личия меж- ду которыми значимы
Я не испытываю негативных эмоций, если вижу нарушение нравственных норм в отношении посторонних мне людей	2,65	2,65	2,17	2,45	2,12	1-4, 1-5, 2-4, 2-5
Я испытываю удовлетворение, если мне удастся остановить чужое безнравственное поведение, даже если дело не касалось меня лично	3,50	3,09	3,73	3,59	3,37	1-2, 2-3, 2-4, 3-5
Я стараюсь бороться со злом и безнравственным поведением окружающих людей	3,02	3,06	3,30	3,04	3,12	-
Я стремлюсь совершать больше добрых поступков и поддерживать тех, кто поступает также	3,94	3,68	4,08	4,15	4,12	2-3, 2-4, 2-5
Я не готов творить добро и бороться со злом, для меня достаточно просто не совершать зла	3,00	2,78	2,78	2,86	2,37	1-5, 3-5
Нельзя отвечать злом на зло	3,57	3,28	3,84	3,84	3,62	2-3, 2-4
Нравственное поведение нужно одобрять, это будет способствовать его развитию	4,10	4,03	4,39	4,34	4,25	1-3, 2-3, 3-4
С людьми следует поступать так, как они со мной: добро за добро, зло за зло	2,65	2,68	2,60	2,70	2,81	-
Я получаю удовольствие, если мне удастся ответить добром на добро	4,28	4,43	4,43	4,45	4,78	1-5, 2-5, 3-5, 4-5
Я испытываю разочарование, если мне не удастся отплатить обидчику	2,68	3,06	2,52	2,63	2,78	1-2, 2-3, 2-4
Я не держу зла на человека, который поступил безнравственно по отношению ко мне	2,73	2,87	2,78	2,75	2,68	1-4, 2-4
Я стараюсь вознаграждать людей за добрые поступки	3,84	3,87	4,06	4,18	3,96	2-5, 3-5, 4-5
У меня не получается бороться со злом его методами	3,21	2,90	3,15	3,13	3,50	1-2
Я не стремлюсь вознаграждать людей за нравственное поведение, ведь оно совершается добровольно	3,00	2,62	2,93	2,90	2,84	1-5, 2-5

больше удовлетворения, чем их соблюдение»; «Я не стремлюсь соблюдать моральные нормы, которые не принимаю»; «Я не испытываю негативных эмоций, если вижу нарушение нравственных норм в отношении посторонних мне людей»; «Я испытываю разочарование, если мне не удастся отплатить обидчику»; «Я не держу зла на человека, который поступил безнравственно по отношению ко мне». Наименьшая по сравнению с другими типами степень согласия у типа 2 с суждениями: «Важно не только самому соблюдать нравственные нормы, но и способствовать соблюдению их окружающими»; «Не делая добра, нельзя быть счастливым»; «Я испытываю удовлетворение, если мне удастся остановить чужое безнравственное поведение, даже если дело не касалось меня лично»; «Нравственное поведение нужно одобрять, это будет способствовать его развитию»; «У меня не получается бороться со злом его методами»; «Я не стремлюсь вознаграждать людей за нравственное поведение, ведь оно совершается добровольно». Этот тип *декларирует относительность нравственных норм и их дифференцированное соблюдение в зависимости от того, идет ли речь о близких людях или о посторонних*. Это вполне прагматичная позиция, соответствующая названию типа.

Тип 3 «Творчески самореализующийся в труде» демонстрирует наибольшую, по сравнению с другими типами степень согласия со следующими суждениями: «Я испытываю удовлетворение, если мне удастся остановить чужое безнравственное поведение, даже если дело не касалось меня лично»; «Я стараюсь бороться со злом и безнравственным поведением окружающих людей»; «Нельзя отвечать злом на зло»; «Нравственное поведение нужно одобрять, это будет способствовать его развитию». Наименьшая по сравнению с другими типами степень согласия у типа 3 с суждениями: «Я не стремлюсь соблюдать моральные нормы, которые не принимаю»; «С людьми следует поступать так, как они со мной: добро за добро, зло за зло». Таким образом, для данного типа характерна *позиция активного борца со злом и поддержки нравственного поведения других людей*. Однако стремление творить добро не четко выражено.

Тип 4 «Волонтер» демонстрирует наибольшую по сравнению с другими типами степень согласия со следующими суждениями: «Необходимо соблюдать нормы нравственности в любой ситуации, даже если я с этим не согласен»; «Я испытываю удовлетворение, когда поступаю нравственно в этически сложной ситуации»; «Если мне приходится поступить не вполне нравственно, я сожалею об этом

и испытываю угрызения совести»; «Необходимо противодействовать нарушению нравственных норм»; «Важно не только самому соблюдать нравственные нормы, но и способствовать соблюдению их окружающими»; «Не делая добра, нельзя быть счастливым»; «Я стремлюсь совершать больше добрых поступков и поддерживать тех, кто поступает так же»; «Нельзя отвечать злом на зло»; «Я стараюсь вознаграждать людей за добрые поступки». Наименьшая по сравнению с другими типами степень согласия у типа 4 с суждениями: «Можно поступиться нравственными нормами, если об этом никто не узнает»; «В опасной ситуации или ради близких людей можно поступиться нравственными нормами». Тип 4 отличается *твердыми нравственными принципами, совестью и нравственным самоконтролем, а также выраженным стремлением совершать добрые поступки и поддерживать других, кто поступает так же*.

Тип 5 «Трудыга» демонстрирует наибольшую по сравнению с другими типами степень согласия со следующими суждениями: «Я готов следовать нравственным нормам, даже если это крайне невыгодно для меня»; «Я стремлюсь совершать больше добрых поступков и поддерживать тех, кто поступает так же»; «С людьми следует поступать так, как они со мной: добро за добро, зло за зло»; «Я получаю удовольствие, если мне удастся ответить добром на добро»; «У меня не получается бороться со злом его методами». Наименьшая по сравнению с другими типами степень согласия у типа 5 с суждениями: «Я не держу зла на человека, который поступил безнравственно по отношению ко мне»; «Я не готов творить добро и бороться со злом, для меня достаточно просто не совершать зла»; «Не следует вмешиваться в чужие дела, в этически сложных ситуациях каждый имеет право поступать так, как считает нужным»; «Можно поступиться нравственными нормами, если об этом никто не узнает». Тип 5, таким образом, *в высокой степени стремится соблюдать нравственные нормы, однако у него выражены противоречия в отношении следования «принципу талиона» (добро – за добро, зло – за зло)*.

Одной из задач исследования явилось сопоставление общих показателей нравственного самоопределения (нравственных стратегий) и показателей нравственного самоопределения в конкретной сфере жизнедеятельности (этическая оценка разных видов материального самообеспечения и труда) у разных типов отношений к труду. Частными показателями нравственного самоопределения в сфере труда выступали оценки этичности/неэтичности разных видов материального самообеспечения. Отдельные виды материального са-

мообеспечения, в том числе разные виды труда, могут быть неэтичны по отношению к обществу, т. е. нарушать общественные нормы, причинять вред окружающей среде, людям, обществу, при этом являться вполне законными. В нашем исследовании для оценки степени этичности/неэтичности респондентам были представлены 19 таких видов получения средств к существованию, выделенных в ходе теоретического анализа и предварительных этапов эмпирического исследования. Не следует забывать, что некоторые виды труда могут быть неэтичными по отношению к личности работника. С целью выявления видов работы, унижающей человеческое достоинство, в авторскую методику были включены специальные блоки вопросов. Сравнение выделенных выше типов отношения к труду по оценкам этичности/неэтичности отдельных видов материального самообеспечения и условий работы позволило существенно дополнить психологическую характеристику этих типов (таблицы 37 и 38). Значительный вклад в анализ нравственно-психологической детерминации отношения к этим видам самообеспечения и работы позволило внести сопоставление типов по показателям преобладающих нравственных стратегий (таблица 36).

Большинство предложенных для оценки неэтичности по отношению к обществу видов материального самообеспечения оцениваются как неэтичные чаще всего представителями типа 1 – «Фрилансер». Эти отличия от других типов особенно выражены по следующим видам самообеспечения: сетевой маркетинг, лотереи, гадание, магия, экстрасенсы, брачные знакомства, торговля оружием (законная), политические технологии, реклама, работа в СМИ (например, в ТВ шоу), нарушающих нормы приличия и границы личной жизни, работа в организациях, допускающих эксплуатацию работников (несправедливая оплата труда, плохие условия работы и т. д.), заготовка мяса и шкур домашних животных (таблица 37), т. е. тип 1 строже всех оценивает этическую сторону самообеспечения, однако принимает такие виды деятельности, как игорный бизнес и отстрел диких животных.

Оценивая степень униженности для личности работника разных видов работы, представители типа 1 считают униженной работу с неадекватно низкой оплатой, с негативной психологической нагрузкой, неинтересную и «отупляющую», но не считают таковой работу низкого социального статуса и вызывающую презрение у окружающих. Анализ ответов на вопросы: «Занимаетесь ли вы такой работой в настоящее время?» и «Согласитесь ли вы ее выполнять

Таблица 37

Степень этичности разных видов материального самообеспечения у разных типов отношения к труду (по шкале от 1 – неэтичный вид – до 4 – вполне этичный вид; полужирным шрифтом выделены максимальные значения, курсивом – наименьшие)

Виды самообеспечения	Тип 1 Среднее	Тип 2 Среднее	Тип 3 Среднее	Тип 4 Среднее	Тип 5 Среднее	Типы, различия между которыми значимы
Игорный бизнес (законный)	3,73	3,71	3,43	3,48	3,21	1–5, 2–5
Производство и торговля алкогольной продукцией	2,37	2,50	2,52	2,33	2,96	1–5, 2–5, 3–5, 4–5
Производство и торговля табачной продукцией	2,60	2,28	2,60	2,42	2,74	2–5
Развлекательный бизнес, эксплуатирующий сексуальность (стриптиз, производство и торговля эротической продукцией и др.)	2,32	2,21	2,17	2,20	2,38	–
Предприятия, организованные по типу финансовых пирамид	2,26	2,56	2,17	2,55	2,38	2–3, 3–4
Сетевой маркетинг	<i>1,81</i>	2,16	2,33	2,28	2,63	1–3, 1–5, 2–5
Брак по расчету	2,21	2,18	2,22	2,20	<i>2,03</i>	–
Лотереи	1,97	2,31	2,17	2,22	2,53	1–5
Гадание, магия, экстрасенсы	2,10	2,18	2,22	2,35	2,45	1–4
Организации, применяющие принуждение и манипулирование сознанием своих членов (по типу религиозных сект, армии и т. п.)	2,08	2,06	2,02	2,04	2,09	–
Брачные знакомства	2,05	2,09	2,17	2,22	2,35	–
Торговля оружием (законная)	2,05	2,18	2,22	2,29	2,29	–
Производство и торговля вредными для экологии и людей продуктами	2,15	2,15	2,20	2,17	<i>2,06</i>	1–3, 1–4, 4–5
Отстрел диких животных	2,34	2,18	2,15	<i>2,00</i>	2,32	1–4, 4–5
Заготовка мяса и шкур домашних животных	1,97	2,09	2,48	2,15	2,22	1–3, 2–3, 3–4
Политические технологии	1,84	2,31	2,34	2,20	2,61	1–2, 1–3, 1–5, 4–5
Реклама	<i>1,60</i>	1,75	1,86	1,82	2,09	1–5
Работа в СМИ (например, в ТВ-шоу), нарушающих нормы приличия и границы личной жизни	1,86	2,37	2,34	2,31	2,48	1–2, 1–3, 1–4, 1–5
Организации, допускающие эксплуатацию работников (несправедливая оплата труда, плохие условия работы и т. д.)	2,26	2,34	2,28	2,25	2,41	–

Таблица 38

Отношение к различным видам работы, унижительной для личности (полужирным шрифтом выделены максимальные значения, курсивом – наименьшие)

	Тип 1 Сред- нее	Тип 2 Сред- нее	Тип 3 Сред- нее	Тип 4 Сред- нее	Тип 5 Сред- нее	Типы, различия между ко- торыми значимы
<i>Степень унижительности для личности различных видов работы (по шкале от 1 – совсем не унижительно – до 5 – крайне унижительно)</i>						
Работа во вредных и физически тяжелых условиях	2,19	2,50	2,34	2,15	2,80	1–5
Работа с неадекватно низкой оплатой	3,71	3,61	3,59	3,35	3,75	–
Работа в неприятном социальном окружении	3,09	3,22	3,00	2,95	3,50	3–5, 4–5
Работа с негативной психологической нагрузкой	3,19	2,88	2,65	2,85	3,15	1–3, 3–5
Работа низкого социального статуса	2,61	3,16	3,00	2,75	3,55	3–5, 4–5
Работа, вызывающая презрение окружающих	3,38	4,11	3,59	3,50	3,95	1–2, 2–3, 2–4
Работа, неинтересная и «отупляющая»	3,85	3,66	3,65	3,35	3,65	1–4
<i>Готовность заниматься разными видами работы (по шкале, где 1 – нет, 2 – да)</i>						
Занимаетесь ли вы в настоящее время работой во вредных и физически тяжелых условиях	1,00	1,00	1,03	1,00	1,05	–
Согласитесь ли вы выполнять в критической ситуации работу во вредных и физически тяжелых условиях	1,71	1,61	1,60	1,56	1,75	–
Занимаетесь ли вы в настоящее время работой с неадекватно низкой оплатой	1,10	1,11	1,06	1,12	1,07	1–5, 2–5, 3–5, 4–5
Согласитесь ли вы выполнять в критической ситуации работу с неадекватно низкой оплатой	1,47	1,55	1,56	1,73	1,65	1–4
Занимаетесь ли вы в настоящее время работой в неприятном социальном окружении	1,05	1,05	1,00	1,11	1,10	3–4, 3–5

	Тип 1 Сред- нее	Тип 2 Сред- нее	Тип 3 Сред- нее	Тип 4 Сред- нее	Тип 5 Сред- нее	Типы, различия между ко- торыми значимы
Согласитесь ли вы выполнять в критической ситуации работу в неприятном социальном окружении	1,44	1,52	1,35	1,50	1,60	3–5
Занимаетесь ли вы в настоящее время работой с негативной психологической нагрузкой	1,10	1,12	1,03	1,06	1,10	–
Согласитесь ли вы выполнять в критической ситуации работу с негативной психологической нагрузкой	1,52	1,56	1,51	1,66	1,68	–
Занимаетесь ли вы в настоящее время работой низкого социального статуса	1,00	1,00	1,00	1,06	1,00	–
Согласитесь ли вы выполнять в критической ситуации работу низкого социального статуса	1,64	1,44	1,61	1,53	1,45	–
Занимаетесь ли вы в настоящее время работой, вызывающей презрение окружающих	1,00	1,05	1,03	1,00	1,00	–
Согласитесь ли вы выполнять в критической ситуации работу, вызывающую презрение окружающих	1,31	1,35	1,20	1,13	1,30	2–4
Занимаетесь ли вы в настоящее время работой неинтересной и «отупляющей»	1,00	1,11	1,03	1,00	1,05	1–2, 2–4
Согласитесь ли вы выполнять в критической ситуации работу неинтересную и «отупляющую»	1,44	1,47	1,50	1,72	1,40	1–4, 2–4, 3–4, 4–5

в критической ситуации?» показал, что представители типа 1 не занимаются той работой, которую считают унижительной для себя, и имеют довольно высокие показатели готовности к тем ее типам, которые унижительными не считают. Таким образом, в отношении к неэтичным видам самообеспечения и унижительным видам труда тип 1 демонстрирует принципиальную позицию. Однако сложно

сказать, насколько эта позиция соответствует реальному поведению, поскольку, как показал сравнительный анализ нравственных стратегий (таблица 36), для типа 1 характерно преобладание когнитивного и эмоционального компонента над конативным. Наивысшим среди всех типов является когнитивный компонент активности нравственного поведения, а вот конативные компоненты всех трех стратегий (обязательности, активности и взаимности) находятся на одном из самых низких уровней по сравнению с другими типами, т. е. декларируемая нравственная позиция у представителей типа 1 не всегда соответствует реальному поведению, в том числе и в трудовой сфере.

Оценки степени неэтичности по отношению к обществу разных видов самообеспечения у типа 2 – «Прагматичный» – занимают промежуточное положение относительно других типов. Наиболее ярко выражено неприятие предприятий, организованных по типу финансовых пирамид и игорного бизнеса. Промежуточными по отношению к другим типам являются также и оценки унизытельности для личности различных видов работы. Наиболее неприемлемой как в абсолютном, так и в относительном измерении является работа, вызывающая презрение окружающих. Как показывает анализ, такое отношение лишь частично соответствует готовности к этим видам работы. Представители этого типа чаще других отмечают, что в настоящее время занимаются работой с неадекватно низкой оплатой, с негативной психологической нагрузкой и вызывающей презрение окружающих. Тип 2 имеет также самую высокую степень готовности к работе с неадекватно низкой оплатой, негативной психологической нагрузкой. Однако в критической ситуации согласится выполнять и работу наиболее унизытельную для себя – вызывающую презрение окружающих. Таким образом, тип 2 не слишком щепетилен в вопросах нравственности самообеспечения. Основания такой позиции могут быть прослежены при анализе нравственных стратегий. Для типа 2 характерны в целом наиболее низкие показатели обязательности и активности в нравственном поведении. Максимальными являются показатели стратегии взаимности, особенно ее конативный компонент. Поскольку высокие обязательность и активность в нравственном поведении не характерны для типа 2, то вполне закономерным является отсутствие щепетильности в вопросах нравственности самообеспечения как по отношению к обществу, так и по отношению к себе. Такая позиция хорошо согласуется с названием типа – «Прагматичный». Интересно также,

что даже в критической ситуации этот тип не готов выполнять работу низкого социального статуса. Это вполне понятно, поскольку статус и власть для данного типа являются наиболее значимыми ценностями.

Представители типа 3 – «Творчески самореализующийся», – рассматривая степень этичности по отношению к обществу разных видов самообеспечения более негативно, чем другие, оценивают развлекательный бизнес, эксплуатирующий сексуальность (стриптиз, производство и торговля эротической продукцией и др.), и предприятия, организованные по типу финансовых пирамид. В то же время более позитивно оцениваются заготовка мяса и шкур домашних животных и производство и торговля вредными для экологии и людей продуктами, т. е. они чаще других готовы принять участие в этих видах бизнеса в критической ситуации или при условии, что их роль в этой деятельности будет вполне законна и нравственна. По остальным видам материального самообеспечения позиция средняя по сравнению с другими типами. Среднее место занимают и оценки унизытельности для личности разных видов работы. Лишь оценки работы с негативной психологической нагрузкой – минимальны. Промежуточное положение занимают и оценки готовности заниматься этими видами работ. Единственная минимальная оценка – готовность в критической ситуации работать в неприятном социальном окружении. Такой невыраженный разброс оценок этичности и унизытельности разных видов самообеспечения и работы может быть определен как невыраженная позиция в вопросах нравственности самообеспечения. Интересно, что анализ показателей нравственных стратегий у представителей типа 3 позволил установить, что для этого типа характерны наиболее высокие показатели конативного компонента обязательности соблюдения нравственных норм и эмоционального компонента активности нравственного поведения. Довольно высок и конативный компонент активности, а вот показатели стратегии взаимности ниже, чем у других типов. Для данного типа характерна позиция активного борца со злом и поддержки нравственного поведения других людей, однако стремление творить добро нечетко выражено, т. е. творческие люди типа 3, отличаясь высокими показателями обязательности и активности в нравственном поведении, не занимают выраженной позиции в вопросах нравственности самообеспечения. Видимо, фокус их внимания смещен с вопросов этичности на более значимые для них вопросы самореализации в труде.

Тип 4 – «Волонтер» – оценивая этичность различных видов материального самообеспечения занимает позицию, близкую к типу 3. Однако он более негативно по сравнению с другими типами оценивает производство алкоголя и торговлю им, отстрел диких животных и работу в организациях, допускающих эксплуатацию работников (несправедливая оплата труда, плохие условия работы и т. д.). В этом проявляется гуманизм этого типа людей. Более позитивны, чем у других типов, оценки этичности предприятий, организованных по типу финансовых пирамид, и торговля оружием (законная). Вероятно, представители типа «Волонтер» – сторонники большей свободы, но при этом большей ответственности личности. Это подтверждается высокой значимостью внутренних регуляторов, в частности, совести в их нравственных стратегиях. По их мнению, не следует ограничивать продажу оружия, необходимо лишь обучать ответственно им пользоваться. Не следует также запрещать финансовые пирамиды, нужно лишь повышать финансовую компетентность легковверных вкладчиков.

Для «Волонтеров» не являются унижительными большинство предложенных видов работы: работа во вредных и физически тяжелых условиях, работа с неадекватно низкой оплатой, работа в неприятном социальном окружении, работа с негативной психологической нагрузкой и работа низкого социального статуса. Как довольно унижительные оцениваются только неинтересная и «отупляющая» работа и работа, вызывающая презрение окружающих, но и их оценки значимо ниже, чем у других типов. Работой, вызывающей презрение окружающих, представители типа 4 не станут заниматься даже в критической ситуации, так же как и работой во вредных и физически тяжелых условиях. Однако остальные виды работ, которые они не считают унижительными, вполне приемлемы и в настоящее время, и особенно в критической ситуации. По сравнению с остальными типами у типа 4 максимальны показатели готовности выполнять в настоящее время, а также в критической ситуации работу с неадекватно низкой оплатой, с негативной психологической нагрузкой, неинтересную и «отупляющую». Можно сказать, что тип 4 – «Волонтер» – единственный тип, полностью позитивно оценивающий труд и считающий его обязанностью человека перед обществом, не избегает никакой работы, за исключением вредной и вызывающей презрение окружающих. Эта позиция кажется нам довольно искренней, поскольку у типа 4 наиболее высоки когнитивный и эмоциональный показатели обязательности соблюдения

нравственных норм и довольно высоки эти же показатели активности нравственного поведения. Хотя следует отметить, что конативные компоненты стратегий обязательности и активности у типа 4 ниже, чем у типа 3. Однако в целом тип 4 отличается выраженным стремлением совершать добрые поступки и поддерживать других, кто поступает так же. Таким образом, можно сказать, что тип «Волонтер», стоящий на гуманистических позициях, позитивно относящийся к труду, не стыдится никакой работы, за исключением вредной и вызывающей презрение окружающих. Это согласуется с данными, полученными выше при анализе трудовых ценностей и значений денег. Как было отмечено, для типа 4 более значимы такие трудовые ценности, как: помощь обществу, соревнование, мастерство. Тип 4 выше других типов оценивает связь денег с нравственными категориями: правдивость, ответственность, справедливость. У него наибольшие по сравнению с другими типами оценки связи денег с понятиями «комфорт» и «свобода». Новые данные подтверждают, что он скорее будет бесплатно заниматься общественно полезным трудом, к которому испытывает склонность, чем неэтичной деятельностью ради денег. Этот тип романтика и энтузиаста схож с добровольцами комсомольскихстроек времен СССР. В советское время эти люди, не задумываясь, отправлялись на те участки «трудового фронта», в которых больше всего нуждалась страна. Как видим, такой тип отношения к труду выявляется и поныне.

Тип 5 был определен выше нами как «Трудяга», ценящий мастерство, нравственность, стабильность и рассчитывающий на справедливое признание своих трудовых заслуг. Представители этого типа любят труд, но считают деньги злом, что сказывается на материальной оценке их труда и снижает удовлетворенность им. Оценка этичности по отношению к обществу разных видов материального самообеспечения показала парадоксальный, на первый взгляд, результат: тип 5 более позитивно оценивает следующие виды материального самообеспечения: производство алкогольной продукции и торговля ею; производство табачной продукции и торговля ею; развлекательный бизнес, эксплуатирующий сексуальность; сетевой маркетинг; лотереи; гадание, магия, экстрасенсы; брачные знакомства; торговля оружием (законная); политические технологии; реклама; работа в СМИ (например, в ТВ-шоу), нарушающих нормы приличия и границы личной жизни; организации, допускающие эксплуатацию работников (несправедливая оплата труда, плохие условия работы и т. д.). Во всех этих видах деятельности представи-

тели типа 5 готовы принять участие, если их роль вполне законна и нравственна, т. е. они готовы работать в этих сферах инженерами, экономистами, офисными служащими, рабочими и т. д. Моральные дилеммы решаются при помощи расхожих фраз «Бизнес – есть бизнес» или «Бизнес неэтичен по определению». Кроме того, как было отмечено выше, представители типа 5 считают, что сегодня трудолюбивому человеку нелегко найти хорошую работу, они не очень высоко оценивают свои перспективы, вероятно, поэтому не столь разборчивы при выборе работы. В то же время ими негативно оцениваются: игорный бизнес (законный); производство вредных для экологии и людей продуктов и торговля ими; брак по расчету, т. е. те виды деятельности, про которые точно известно, что доходы от них не являются результатом труда. Таким образом, нетрудовые доходы представителями типа 5 считаются неэтичными.

Выражая отношение к различным видам работы, тип 5 считает унизительными для личности следующие ее виды: работа с неадекватно низкой оплатой; низкого социального статуса; в неприятном социальном окружении; во вредных и физически тяжелых условиях. Эти показатели максимальны у всех типов. Несмотря на это, они чаще других типов отмечают, что в настоящее время занимаются работой во вредных и физически тяжелых условиях и готовы в критических условиях заниматься такой работой, а также выполнять в критической ситуации работу в неприятном социальном окружении и с негативной психологической нагрузкой. В то же время готовность в критической ситуации заниматься неинтересной и «отупляющей» работой минимальна в сравнении с другими типами.

Таким образом, позитивное отношение к труду и представление о нем как о долге перед обществом приводит к тому, что этот тип не слишком чувствителен к этической стороне труда, неразборчив в выборе условий работы, даже в ущерб собственному здоровью и человеческому достоинству. Такое отношение к труду в высокой степени сходно с трудовой этикой простых рабочих советского периода и дореволюционного времени. Для типа 5 характерны максимальные показатели всех компонентов стратегии обязательности соблюдения нравственных норм и конативного компонента стратегии активности, т. е. в целом представители этого типа обладают позитивной нравственной позицией. Однако позитивная оценка любого труда приобретает у типа 5 гиперболизированные формы (любой труд – благо), следствием чего является недостаток критичности при оценке этичности различных форм материального

самообеспечения и низкая ответственность по отношению к себе как субъекту труда.

Таким образом, в описанной типологии были выделены типы, соответствующие трудовой этике предыдущих исторических периодов. Выделен тип «Волонтер», воспринимающий труд как долг перед обществом и как возможность самореализации с романтикой и энтузиазмом и в этом отношении подобный добровольцам комсомольскихстроек времен СССР. Позитивное отношение к труду и представление о нем как о долге перед обществом типа «Трудыга» (не слишком чувствительного к этической стороне труда, неразборчивого в выборе условий работы, даже в ущерб собственному здоровью и человеческому достоинству) в высокой степени сходно с трудовой этикой простых рабочих советского периода и дореволюционного времени. Не выявлено типов носителей протестантской трудовой этики. В нашей типологии не оказалось приверженцев скромного образа жизни и постоянного труда, ориентированных на достижение экономического успеха. Единственный тип, имеющий такую ориентацию (тип 2 «Прагматик») готов отказаться от работы, в случае если у него будет достаточно средств к существованию. Отсутствие в выборке представителей протестантской трудовой этики кажется нам вполне закономерным, поскольку ее усвоению не способствуют наши культурные традиции, передаваемые через религиозное воспитание, семейные традиции, произведения фольклора (поговорки, сказки и т. д.). Одно лишь экономического образования и воздействия западных примеров и образцов для подражания, транслируемых СМИ, недостаточно для усвоения протестантской трудовой этики. Признавая образцом для подражания успешных деловых людей, которые «сделали себя сами», наши современные прагматики в большинстве своем в глубине души мечтают прожить, как Емеля, на печи.

Трудовые ценности и нравственные стратегии студентов-менеджеров экономического и гуманитарного вуза

На этом этапе исследования была поставлена задача проанализировать особенности отношения к труду, трудовых ценностей и нравственных стратегий у студентов-менеджеров разных вузов. Выборка этого этапа исследования составила 80 чел. Мужчин – 25 чел. (31%), женщин – 52 чел. (65%), 3 чел. (4%) не указали пол. Возраст – 20–24 года. Все они являются студентами 5-го курса специализации

«менеджмент». Среди них студентов экономического вуза – 46 чел. (мужчин – 13 чел., женщин – 31 чел., 2 чел. не указали пол). Студентов гуманитарного вуза – 34 чел. (из них мужчин – 12 чел., женщин – 21 чел., 1 чел. не указал пол).

Полученные данные об **отношении будущих менеджеров гуманитарного и экономического вузов к труду** (таблица 39) могут быть оценены как более оптимистичные по сравнению с результатами опроса общественного мнения 2002 г., когда даже среди людей с высшим образованием 71% соглашались с тем, что трудолюбивому человеку сложно найти хорошую работу. В целом полученные нами данные согласуются с представленными выше результатами, полученными на большей выборке.

Таким образом, для современной молодежи, находящейся на завершающей стадии высшего профессионального образования, свойственно отношение к труду как доступному для трудолюбивого человека способу самореализации, который не является тяжким бременем или обязанностью перед обществом, при этом материальная мотивация не является для них первостепенной. Картина получается возвышенно-идеалистическая. Возможно, это объясняется тем, что нашим респондентам предстоит хорошо оплачиваемая умственная работа в теплом офисе. Какими были бы представления

Таблица 39

Отношение студентов-менеджеров к труду (% от выборки)

Высказывания	Полностью согласен	Согласен	Не уверен	Не согласен	Абсолютно не согласен
Труд – это бремя, связанное с удовлетворением насущных потребностей	2,5	25	25	38,75	8,75
Труд дает возможности для развития и самореализации личности	52,5	45	1,25	0	1,25
Труд – это обязанность человека перед обществом	3,75	13,75	36,25	37,5	8,75
Имея достаточно средств к существованию, все равно бы работал	30	40	25	2,5	2,5
Трудолюбивому человеку сегодня легко найти хорошую работу	13,75	35	33,75	16,25	1,25

студентов-медиков, психологов, учащихся ПТУ и колледжей – вопрос для будущих исследований.

Мы выявили **различия в отношении к труду между студентами-менеджерами гуманитарного и экономического вузов**. Среди студентов-менеджеров гуманитарного вуза 38,24% считают труд тяжким бременем во имя удовлетворения насущных потребностей, в то время как среди студентов экономического вуза эту точку зрения разделяют в большей или меньшей мере 19,56% респондентов – разница весьма значительная. 95,65% студентов экономического вуза полагают, что труд дает людям возможности для саморазвития, среди студентов гуманитарного вуза согласны с этим 100% респондентов – эти различия несущественные. Как обязанность человека перед обществом труд рассматривается 26,09% студентов РЭА и только 5,88% студентов ГМУ. Имея достаточно средств к существованию, все равно работали бы 73,91% студентов экономического вуза и 50% студентов факультета гуманитарного вуза. Согласны с тем, что трудолюбивому человеку и сегодня можно найти себе хорошую работу, 45,65% студентов РЭА и 52,94% студентов гуманитарного вуза.

Таким образом, студентам экономического вуза в большей мере, чем студентам гуманитарного вуза, свойственно рассматривать труд как обязанность перед обществом, но не считать ее тяжелой и непосильной, желание работать даже, когда можно этого не делать, но в то же время они меньше уверены, что трудолюбие дает шансы на удачное трудоустройство.

Иерархия трудовых ценностей в сознании будущих менеджеров экономического и гуманитарного вузов выглядит следующим образом: на первом месте – мастерство (2,89 балла по 3-балльной шкале), на втором – знания (2,86), на третьем – креативность (2,71), на четвертом – финансовая выгода (2,69), на пятом – безопасность (быть уверенным в сохранении работы и зарплаты) (2,66), на шестом – принятие стратегических решений (2,61). Это согласуется с мнением Е. Рангеловой о том, что профессионализм входит в число наиболее значимых ценностей для человека в постиндустриальном обществе (Рангелова, 2009). Однако Н. С. Ефимовой получены другие данные: среди терминальных ценностей у студентов 2-го курса одного московского вуза профессионализм занимает лишь 11-е место (Ефимова, 2009).

Последние места в иерархии трудовых ценностей студентов-менеджеров занимают физические нагрузки (1,63), приключения (1,74), волнение (1,88), работа в цейтноте (1,93), быстрый темп (1,95).

Таблица 40

Различия в значимости трудовых ценностей у студентов-менеджеров гуманитарного и экономического вузов

Ценность	Экономический вуз	Гуманитарный вуз	Уровень значимости
Общественные контакты	2,43	2,15	0,04
Работа совместно с другими	2,57	2,18	0,00
Соревнование	2,54	2,06	0,00
Влияние на людей	2,52	2,26	0,05
Творческий потенциал	2,50	2,21	0,02
Ответственность	2,26	1,88	0,01
Свободное время	2,52	2,06	0,00

Из перечисленного можно заключить, что для молодежи важна спокойная, без напряжения работа. Если приключения и физические нагрузки действительно не входят в деятельность управленца, то насчет волнения, быстрого темпа и цейтнота этого сказать уже нельзя. Налицо некоторая нереалистичность ожиданий будущих специалистов относительно характера своей профессиональной деятельности.

Было проведено **сравнение значимости трудовых ценностей для студентов экономического и гуманитарного вуза**. Различий оказалось немного (таблица 40). Для студентов экономического вуза более значимы такие ценности труда, как общественные контакты (на уровне тенденции), работа совместно с другими, соревнование, влияние на людей (на уровне тенденции), творческий потенциал, ответственность, свободное время.

Сравнительный анализ нравственных стратегии студентов-менеджеров гуманитарного и экономического вузов показал, что студенты экономического вуза более склонны испытывать угрызения совести после не вполне нравственных поступков (на уровне тенденции), больше уверены в том, что без добрых поступков нельзя быть счастливым, больше возмущаются, когда видят нарушения нравственных норм (таблица 41).

Интересно, что не обнаружено статистически значимых различий в оценках студентами гуманитарного и экономического вузов **неэтичных способов материального самообеспечения и унижительных видов труда**.

Таблица 41

Различия в нравственных стратегиях у студентов-менеджеров гуманитарного и экономического вузов

Стратегия	Экономический вуз	Гуманитарный вуз	Уровень значимости
Если мне приходится поступить не вполне нравственно, я сожалею об этом и испытываю угрызения совести	3,83	3,50	0,08
Не делаю добра, нельзя быть счастливым	4,00	3,59	0,03
Я не испытываю негативных эмоций, если вижу нарушение нравственных норм в отношении посторонних мне людей	2,02	2,74	0,01

Анализ **взаимосвязи отношения к труду с нравственными стратегиями и трудовыми ценностями** студентов-менеджеров позволил выявить как общие, так и специфичные корреляции для студентов гуманитарного и экономического вузов. Представляется продуктивным для понимания отношения будущих менеджеров к разным формам труда, ценностям, связанным с ним и т. п., рассмотреть взаимосвязи между разным пониманием сущности труда, трудовыми ценностями, унижительными формами труда, а также нравственными стратегиями. Для этого применялся коэффициент корреляции Спирмена (приложение 7).

Обобщая анализ корреляционных взаимосвязей, можно отметить, что *отношение к труду как бремени*, связанному с обеспечением насущных потребностей, связано с такими трудовыми ценностями и нравственными стратегиями, которые в совокупности могут быть охарактеризованы как *стремление к безопасности, невмешательству и сокращению зон ответственности*. Это позиция того, кто занимается выживанием. *Отношение к труду как способу саморазвития* связано с такими трудовыми ценностями и нравственными стратегиями, которые могут быть оценены как *эгоцентричные, нравственная позиция такого человека пассивна*. *Отношение к труду как обязанности перед обществом* в подгруппе студентов гуманитарного и экономического вуза имеет разные взаимосвязи с трудовыми ценностями и нравственными стратегиями: у студентов экономического вуза *сильны тенденции к индивидуализму и невмешательству*, а у студентов гуманитарного вуза – *активная просоциальная позиция*. Готовность работать даже, когда денег до-

статочна, связана с нежеланием бороться со злом и улучшать мир. *Убежденность в том, что трудолюбивому человеку легко найти хорошую работу*, связана с такими трудовыми ценностями и нравственными ориентациями, которые в совокупности могут быть охарактеризованы как позиция «начни с себя» (*готовность соблюдать нормы самому, но не вмешиваться в дела окружающих*).

Таким образом, портрет российской молодежи – будущих квалифицированных специалистов – неоднороден. Есть те, для кого важны только деньги, если их будет достаточно, стимул к труду пропадет, есть и те, кто ориентирован на саморазвитие. Многие ориентированы на престижные профессии, но есть и те, для кого желательны социально значимые, но невысоко доходные профессии. Выбор способа материального самообеспечения, мотивация трудовой деятельности определяются не только общественным мнением, но и ценностями, нравственными нормами личности, с позиций которых могут оказаться неприемлемыми некоторые виды труда. Сравнение студентов менеджеров экономического и гуманитарного вузов также подтвердило значимость факторов профессионализации.

Выводы

1. Духовная и нравственная регуляция охватывает все сферы экономического сознания и поведения: отношение к труду, обмену и потреблению; отношение к деньгам и собственности; отношение к бедности и богатству; взаимоотношения людей в ходе экономической деятельности. Нравственная регуляция по отношению к труду может иметь следующие проявления: усиливать или снижать общую готовность к труду; вызывать у субъекта стремление заниматься теми видами труда, которые являются наиболее этичными, с точки зрения общества и личности; но также не принимать те виды материального самообеспечения, которые неэтичны по отношению к другим людям и обществу или унижают достоинство самого работника.
2. Для современной студенческой молодежи не характерно представление о труде как о долге человека перед обществом. Практически равное число респондентов согласны и не согласны с утверждением, что труд – это время, связанное с удовлетворением насущных потребностей. Большинство респондентов считают, что труд дает возможность для развития и самореализации личности, и не оставят работу, даже если не будут нуждаться

в деньгах. Для всей выборки наиболее важными являются следующие трудовые ценности: мастерство, финансовая выгода, безопасность, нравственность. Таким образом, можно сделать вывод, что значимость труда для современной студенческой молодежи значительно отличается от ее значимости для предыдущих поколений в недавнем прошлом.

3. Определены способы материального самообеспечения, которые значительной частью респондентов оцениваются как неэтичные по отношению к обществу: работа в организациях, применяющих принуждение и манипулирование сознанием своих членов (по типу религиозных сект, армии и т. п.); гадание, магия, экстрасенсы; производство и торговля вредными для экологии и людей продуктами; отстрел диких животных; заготовка мяса и шкур домашних животных; развлекательный бизнес, эксплуатирующий сексуальность (стриптиз, производство и торговля эротической продукцией и др.); финансовые пирамиды; организации, допускающие эксплуатацию работников (несправедливая оплата труда, плохие условия работы и т. д.); брак по расчету; работа в СМИ (например, в ТВ шоу), нарушающих нормы приличия и границы личной жизни.
4. Можно сделать заключение о существовании некоторых противоречий в отношении к труду и отдельным его видам у современной студенческой молодежи. Так, с одной стороны, для наших респондентов важно иметь работу, соответствующую нравственным принципам. С другой стороны, многие респонденты готовы принимать участие в тех видах самообеспечения, которые считают неэтичными, в критической жизненной ситуации или в случае, если их роль в этом бизнесе вполне законна и нравственна. Кроме того, некоторые наиболее социально значимые сферы деятельности воспринимаются как унижительные для личности по причине неадекватно низкой оплаты или работы в условиях негативной психологической нагрузки. Это в первую очередь – сферы, связанные с обслуживанием других людей (уборка, уход и т. д.), работа в МВД и пеницитарной системе, а также учителя и медицинские работники.
5. Для будущих менеджеров иерархия трудовых ценностей выстроилась следующим образом: мастерство, знания, креативность, финансовая выгода, безопасность, принятие стратегических решений. Первые позиции занимают ценности, связанные с саморазвитием. На последних местах ценностной иерархии на-

ходятся волнение, работа в цейтноте, быстрый темп. Несмотря на то, что в исследовании принимали участие студенты последнего года обучения, выявлены элементы психологической неподготовленности к особенностям будущей профессиональной деятельности.

6. Сравнение нравственного самоопределения в сфере материального самообеспечения и труда студентов-менеджеров экономического и гуманитарного вузов подтвердило значимость факторов профессионализации. Для студентов экономического вуза характерны большая социальная ориентированность и готовность к лидерству. Различия в нравственных стратегиях студентов экономического и гуманитарного вуза невелики, по ряду показателей студенты экономического вуза дают более позитивные ответы. Работа с неадекватно низкой оплатой и презируемая окружающими была отнесена будущими менеджерами к разряду унижительных, а физический труд – нет. Однако в критических условиях молодежь согласна пойти на работу с неадекватно низкой оплатой, но не согласна на работу, вызывающую презрение окружающих.
7. Анализ взаимосвязей общего нравственного самоопределения и отношения к материальному самообеспечению и труду показал, что отношение к труду как бремени, связанному с обеспечением насущных потребностей, связано с трудовыми ценностями и нравственными стратегиями, которые в совокупности могут быть охарактеризованы как стремление к безопасности, невмешательству и сокращению зон ответственности (позиция выживания). Отношение к труду как способу саморазвития связано с такими трудовыми ценностями и нравственными стратегиями, которые могут быть оценены как эгоцентричная пассивная нравственная позиция. Отношение к труду как обязанности перед обществом в подгруппе студентов гуманитарного и экономического вуза имеет разные связи с трудовыми ценностями и нравственными стратегиями: у студентов экономического вуза сильны тенденции к индивидуализму и невмешательству, а у студентов гуманитарного вуза – активная просоциальная позиция.

ГЛАВА 10

НРАВСТВЕННОЕ САМООПРЕДЕЛЕНИЕ МОЛОДЫХ РУКОВОДИТЕЛЕЙ В ДЕЛОВОЙ СФЕРЕ*

Концептуальные основы и программа исследования

Постановка проблемы

В период экономических преобразований в нашей стране большое внимание исследователей привлекают проблемы детерминации деловой активности и механизмы ее регуляции. Следует также отметить, что в последнее время усилилось внимание общества к социальной ответственности бизнеса. Нарастание нестабильности в обществе, ухудшение экологической обстановки, возрастание зависимости малоимущих слоев населения от экономической политики предъявляют повышенные требования к нравственным факторам в бизнесе и управлении. В центре внимания многих исследователей-психологов оказываются также проблемы нравственных отношений субъектов деловой активности.

В изменяющейся экономической среде человек сталкивается с новыми ценностями, идеалами, жизненными смыслами. Он решает, как относиться к происходящему, что предпринимать, какими способами преодолевать трудности и т. д. Для успешного разрешения возникающих проблем крайне важно иметь сформированную нравственную позицию. Ее наличие делает человека менее зависимым от внешних обстоятельств и более устойчивым в условиях конфликта ценностей, изменения экономического статуса, формирования или смены стратегий экономического поведения и стиля жизни. Именно эти проблемы являются наиболее актуальными для современных руководителей, особенно для молодых. Их цели, принципы и стратегии делового поведения находятся в стадии

* Глава написана совместно с Е. И. Горбачевой.

формирования, т. е. на начальном этапе самоопределения в экономической и деловой сфере.

Важное место в детерминации деловой активности занимает отношение личности к миру бизнеса и главному инструменту деловой активности – к деньгам. Сознание людей наделяет деньги различным символическим содержанием и силой. При этом стремление к максимизации выгоды нередко идет вразрез с нравственными принципами. В периоды экономических реформ отношение к деньгам становится крайне психологизированным. В представляемом ниже исследовании мы изучаем нравственный аспект отношения к миру бизнеса и деньгам, а также отношение к соблюдению нравственных норм делового поведения. Эти феномены являются элементами нравственного самоопределения личности в экономической и деловой сфере. Кроме того, для нас значимым фактором выступает отношение молодых руководителей к нравственности как явлению. Включение показателя общего нравственного самоопределения позволит оценить его вклад в регуляцию активности в деловой сфере.

По мнению многих современных авторов, сложность, осознанность и системная организованность нравственного поведения предполагает внутреннюю зрелость личности, высокий уровень развития логического мышления, осознанную иерархию мотивов, произвольность поведения и развитую эмоциональную сферу. Высокий уровень личностной зрелости определяет наличие подлинной нравственности, при которой реализуется возможность морального нормотворчества, «надситуативной активности» личности. Такой тип поведения может быть противопоставлен шаблонному соблюдению общепринятых нравственных норм по привычке или из страха наказания, а также ожиданию материальной награды за нравственное поведение.

В период непроработанности государственных механизмов, регулирующих деловую активность субъектов экономических отношений, важно воссоздать модель регуляции деловой активности внутренними психологическими механизмами. Поскольку спецификой национального менталитета является опора в условиях противоречивых общественных процессов на систему нравственных ценностей субъектов (К. А. Абульханова), важно системно и комплексно подойти к изучению психологических отношений нравственности. Такой подход позволит оценить системообразующую роль нравственно-психологических детерминант в регуляции жизнедеятельности личности и разрешении противоречий, а также выявить их структуру.

Концептуальные основы исследования

Последнее десятилетие XX в. характеризуется кризисом морали, неизбежно сопровождающим ломку общественных и идеологических устоев, несформированностью законодательной базы и трансформацией многих социальных институтов. Эти изменения коснулись всех сфер жизни, в том числе и экономики. В этих условиях особую значимость в регуляции экономического и делового поведения приобретают личные и групповые кодексы социальных, в том числе нравственных норм. Значимое влияние на формирующуюся деловую культуру оказывают отношения нравственности современных руководителей и предпринимателей. Не случайно в последние годы исследования этих групп приобрели широкий масштаб как в отечественной психологии (Андерсон, Шихирев, 1994; Журавлев, 2004; Журавлев, Позняков, 1995; Бодров, 1995; Фоминых, 2001; Позняков, 2001; Емельянова, Журавлев, Телятников, 2002; Журавлев, Шорохова, 1999; Титова, 2006; Филинкова, 2001 и др.), так и в зарубежной психологии труда, а также экономической и организационной психологии (Ciampa, Watkins, 1999; Coles, 2001; De Cremer et al., 2009; Kalshoven, Den Hartog, 2009; Puutio и др., 2009; Sucher, 2008; и др.).

Нравственно-психологические факторы являются существенными регуляторами активности индивида, в том числе деловой активности. Отношения нравственности руководителей в значительной степени определяют выбор формы и вида деловой активности, ее динамики и направленности, методов и средств достижения экономических целей, отношения к различным социально-экономическим феноменам (к деловому миру, труду, собственности, деньгам), а также специфики отношений в деловом взаимодействии. Помимо анализа названных закономерностей, важной задачей для психологов является выявление особо значимых нравственных внутриличностных конфликтов и противоречий, влияющих как на характеристики деловой активности, так и на адаптацию к новым условиям и на самоопределение.

По мнению В. П. Познякова, понятие «деловая активность» играет центральную роль в концептуальной схеме психологического анализа экономической деятельности и ее субъекта. Это понятие интегрирует явления внутренней (психической) и внешней (проявляющейся в реальном поведении) активности субъекта, связанные с поиском более эффективных способов распоряжения имеющимися у субъекта ресурсами для достижения поставленных целей

(применительно к экономической деятельности – увеличения доходов, прибыли и т. д.). Во-первых, оно подчеркивает внутреннюю психологическую природу активности субъекта, которая является по своему характеру избирательной, связанной, прежде всего, с выбором организационно-экономических условий деятельности (формы собственности и организации труда, вида экономической деятельности). Психологическую основу активности составляют цели и мотивы, социальные установки, ожидания и намерения, а также другие компоненты мотивационной сферы субъекта, побуждающие и регулирующие его экономическую деятельность. Во-вторых, обращение к понятию деловой активности позволяет выполнить не только качественный, но и количественный анализ экономической деятельности субъекта, связанный с оценкой уровня (характеризует интенсивность экономической деятельности, совокупность энергетических и ресурсных затрат, связанных с ее осуществлением) и динамики (повышения или понижения) деловой активности» (Позняков, 2009).

В «Современном экономическом словаре» под редакцией Б. А. Райзберга, Л. Ш. Лозовского, Е. Б. Стародубцевой *деловая активность* рассматривается как 1) свойство человека и реальное проявление этого свойства, заключающееся в мобильности, предприимчивости, инициативе, 2) характеристика состояния предпринимательской деятельности в отрасли, фирме, стране; оценивается специальными индексами, в частности, индексом динамики курсов ценных бумаг.

Важнейшими среди видов деловой активности являются: выбор организационно-экономических условий деятельности: выбор формы собственности (на государственном, частном или акционированном предприятии); выбор долевого участия в собственности предприятия (в качестве владельца, совладельца, наемного работника, не имеющего права собственности); работа на предприятии с определенными условиями оплаты: размер оплаты и степень зависимости оплаты от прибыли предприятия; социально-экономический статус участия в деятельности предприятия и др.

Анализируя понятия делового отношения, активности, деятельности и поведения, А. Б. Купрейченко и С. П. Табхарова выделяют следующие признаки делового поведения: деловое поведение, по сути, является внешним проявлением деловой активности субъекта; деловому поведению неотъемлемо присуще наличие *конкретной цели, конечного результата*; в деловом поведении осуществляется

осмысленный, рациональный выбор *средств* организационно-экономических условий деятельности; *существование условий – отношений «ответственной зависимости» или взаимной ответственности* (транзакция взаимных ожиданий); нередко одновременное взаимодействие и противостояние интересов взаимодействующих сторон.

Нередко деловое поведение понимается в узком смысле как экономическое. При этом получение выгоды является неотъемлемым признаком такого поведения.

М. В. Редькина указывает, что *специфика делового поведения* состоит в том, что оно, с одной стороны, всегда сопряжено со взаимодействием, с другой – принципиально связано с наличием противостояния интересов взаимодействующих сторон.

Опираясь на мнения перечисленных авторов, в нашей работе мы предлагаем следующее определение. *Деловое поведение* – внешнее проявление деловой активности субъекта, осуществляемой в общественно-производственной сфере, связанной отношениями взаимной ответственности участвующих сторон, объединением или противостоянием их экономических интересов и имеющее целью достижение конкретного экономического результата.

Деловое поведение регулируется государственными законами и нормативными актами, договорами взаимодействующих сторон, общественными нормами морали, нравственными нормами индивида. Личность является не только субъектом делового поведения, но и субъектом регуляции этого поведения.

Одной из центральных категорий нашего исследования является психологическое отношение, разработанное в работах А. Ф. Лазурского, получившее свое развитие в работах В. Н. Мясищева, Б. Ф. Ломова, К. К. Платонова, П. Н. Шихирева, В. П. Познякова, Е. В. Шороховой, И. Р. Сушкова, Н. Н. Обозова, Г. М. Андреевой и др. Категорию «отношения» выделил еще Аристотель в учении о категориях. Являясь ядром личности, «отношения» характеризуют степень интереса, силу эмоций, желания или потребности и выражаются в поведении субъектов, в их действиях и переживаниях. Обобщая имеющиеся представления о психологическом отношении, В. П. Позняков дает следующее определение: «*психологические отношения* – это феномены или характеристики сознания личности, т. е. осознаваемые психические явления. Это особые *состояния сознания*, которые *предшествуют реальному поведению личности* и выражают готовность к этому поведению (в чем выражается мотивационная или поведенческая сторона отношений). Они включают в себя наря-

ду с готовностью к определенному поведению когнитивный аспект, выражающийся в знании об объектах отношения, и эмоциональный аспект, выражающийся в эмоциональной оценке объектов отношения, в эмоциональных переживаниях по отношению к ним. Для психологических отношений характерно сочетание стабильности, устойчивости (по сравнению с психическими процессами и состояниями) и одновременно динамичности, изменчивости (по сравнению с психологическими свойствами)» (Позняков, 2002, с. 64).

Психологические отношения нравственности являются эмоционально окрашенными представлениями и оценками объектов, явлений и событий, связанных с нравственностью и нравственной регуляцией жизни общества, группы и личности. Психологические отношения нравственности имеют трехкомпонентную структуру, *когнитивный* компонент которых представлен в сознании субъекта в виде мотивов, намерений и готовности совершать поступки, связанные с нравственной регуляцией. Одним из аспектов отношений нравственности, тесно связанным с моральным поведением, является психологическое отношение к соблюдению нравственных норм. *Когнитивный* компонент психологических отношений нравственности определяется знаниями и рациональной оценкой нравственности и нравственной регуляции жизни общества, группы или личности. *Эмоциональный* компонент определяется эмоционально окрашенными мнениями и оценками объектов, событий и явлений нравственности.

Все три компонента психологических отношений нравственности могут содержать противоречия и конфликты. Наибольшая нагрузка в выражении отношения приходится на эмоционально-оценочный компонент и наличие противоречий в отношении. В результате наших исследований (Горбачева, Купрейченко, 2008; Купрейченко, 2010) установлено, что для современных российских руководителей характерно осознание высокой значимости в их деятельности нравственности и нравственных регуляторов. Значительная часть руководителей отличается амбивалентностью и противоречиями в нравственных оценках мира бизнеса, денег, отношения к соблюдению нравственных норм делового поведения.

Для снятия противоречий руководителями используются психологические защиты, «размывание» и деперсонализация ответственности за неэтичные поступки, дифференцированное соблюдение нравственных норм по отношению к представителям различных социальных категорий и т. д. В этих исследованиях установлено,

что нравственно-психологические факторы экономической активности довольно тесно связаны, например, нравственная оценка мира бизнеса оказывает влияние на выбор способа материального самообеспечения и формирование стратегий поведения личности в деловом взаимодействии с другими людьми. Это привело нас к заключению, что наиболее перспективным для изучения целостной системы нравственно-психологических факторов является анализ комплексных феноменов, в частности, *самоопределения* (Купрейченко, 2010, 2011). Анализ этого комплексного феномена, способен дать достаточно полное и глубокое понимание мотивов, целей и направлений движения личности или группы в экономической сфере, социуме и собственной жизни. Дальнейшие исследования, в том числе и представленное в данной главе, должны способствовать выявлению некоторых общих закономерностей нравственно-психологической регуляции экономической активности и механизмов экономического самоопределения руководителей.

В нашей работе мы рассматриваем психологические отношения нравственности субъекта как *показатели его нравственного самоопределения в деловой и экономической сфере*. В исследование включены следующие элементы субъект-субъектной и субъект-объектной составляющих нравственного самоопределения. Одним из основных структурных элементов субъект-объектной составляющей психологических отношений нравственности является *отношение к нравственности* как к явлению. К содержательным элементам, отражающим отношение к нравственности как к явлению, относятся: отношение к морали и ее месту в системе регуляторов жизни общества, отношение к абсолютности и неизблемости моральных норм, отношение к границам норм и др. (Журавлев, Купрейченко, 2003). Помимо общего показателя нравственного самоопределения – отношения к нравственности как к явлению – в субъект-объектной составляющей мы рассматриваем частные показатели нравственного самоопределения в экономической и деловой сфере: нравственную оценку делового мира и денег. Субъект-субъектная составляющая в нашем исследовании оценивается по следующим показателям: самооценка собственной готовности к соблюдению нравственных норм в деловых отношениях и оценка этого отношения у типичного и идеального руководителей. Помимо нравственных, оценивались и другие показатели экономического самоопределения: самооценка уровня и динамики экономической активности; оценка возможностей в повышении материальных доходов; удовлетворенность

уровнем материального благосостояния; отношение к богатству, отношение к конкуренции, выбор формы и вида активности и др.

Нравственно-психологические компоненты экономического самоопределения (оценки, отношения, представления, мотивы) детерминируют экономическую активность непосредственно, ограничивая выбор ее допустимых форм (через оценки этичности или неэтичности тех или иных способов экономического самообеспечения, делового поведения и т. д.), и опосредствованно, оказывая влияние на уровень притязаний и цели экономической деятельности (через отношение к экономическим объектам и явлениям: собственности, деньгам, богатству, бедности, безработице, рекламе, займам и т. д.), а также, на условия экономической деятельности и отношения с деловыми партнерами (через отношение к соблюдению нравственных норм и т. п.). Это влияние может не осознаваться субъектом. Соответственно и экономическая активность (ее результаты и условия) определяет нравственно-психологическую составляющую экономического самоопределения.

Нравственно-психологические компоненты экономического самоопределения субъекта тесно взаимосвязаны, однако, их роль в регуляции экономической активности различна. Согласно нашим концептуальным представлениям, нравственная оценка денег может выступать системообразующим фактором нравственно-психологической составляющей экономического самоопределения. Это представление подкрепляется многочисленными исследованиями экономических психологов. Сознание людей наделяет деньги различным символическим содержанием и силой. Они часто ассоциируются с высшими ценностями, в том числе моральными, а отношение людей к ним нередко является противоречивым. Деньги – одновременно добро и зло, сила и беспомощность, они символизируют безопасность и свободу, любовь и власть и т. п. (Горбачева, Купрейченко, 2006; Дейнека, 1999, 2004; Журавлев, 2002; Фенько, 2004; Фромм, 2004; Doyle, 1992; Furnham, Argyle, 1998; Goldberg, Lewis, 1978; Tang, 1997).

В современном мире деньги имеют наибольшую ценность в тех культурах, где они выражают принадлежность человека к определенному социальному классу. В странах с индивидуалистической культурой, в основе которой лежит протестантская трудовая этика, богатство является показателем индивидуальных достижений и богоизбранности (Вебер, 2002). Для представителей этих культур справедливо образное выражение «Деньги – это могучий волшебник,

который может превратить беспомощного в могучего, а нелюбимого в любимого» (Furnham, Argyle, 1998, с. 5). В коллективистических культурах значимость денег для личности значительно ниже, так как реальная их ценность определяется способностью обеспечить благополучие и процветание всего сообщества, а сделать это с помощью только денег – чрезвычайно сложно, скорее, невозможно.

Общим для всех культур является восприятие денег и связанного с ними финансового поведения в контексте этических категорий добра и зла. В конкретных социальных сообществах одобряются или порицаются различные виды такого поведения. В одних склонность к накоплению может оцениваться как бережливость, а в других – как скупость. По-разному может восприниматься одаривание окружающих людей: как норма жизни, как благотворительность или как транжирство. С позиции нравственности могут быть оценены самые разные стороны экономического поведения и сознания: публичное обсуждение денежных вопросов; различные способы «добывания» денег; принципы их распределения (по труду, по потребностям, поровну и т. д.); отношение к богатству и богатым людям, бедности и бедным людям; потребности, удовлетворяемые с помощью денег; социальные представления о том, как деньги влияют на отношения между людьми, и т. д. Отнесение денег к тому или иному полюсу – добру или злу, а также противоречивое отношение к нравственным сторонам денег определяется не только целым спектром социальных, культурных, экономических, но и, разумеется, психологических факторов. Начиная с З. Фрейда, многие авторы выделяли личностные типы со специфическим отношением к деньгам, способным привести к отклонению в экономическом поведении и внутриличностным конфликтам (Дейнека 1999, 2004; Фромм, 2004; Doyle, 1992; Furnham, Argyle, 1998; Goldberg, Lewis, 1978).

Представленные в данной главе результаты являются фрагментом большого исследования, выполненного Е. И. Горбачевой под руководством А. Б. Купрейченко в 2003–2009 гг. на выборке из 488 чел. Его результаты подтвердили, что отношение к соблюдению нравственных норм в деловом поведении и деловая активность взаимосвязаны друг с другом (Горбачева, 2012; Горбачева, Купрейченко, 2006, 2008; Купрейченко, 2010, 2011). В ходе этого исследования было установлено, что высокая приверженность соблюдению нравственных норм с отсутствием нравственных противоречий соотносится со стабильностью деловой активности, рациональностью поведе-

ния, удовлетворенностью экономическим статусом, нравственно-позитивным отношением к деньгам. Высокая приверженность соблюдению нравственных норм при наличии внутриличностного нравственного конфликта имеет неоднозначную связь с характеристиками деловой активности.

Так, руководители, устранившиеся от разрешения внутриличностного нравственного конфликта, блокируют активность, в том числе деловую. Они характеризуются усилением использования психологических защит, проявлением в поведении нерациональности, импульсивности, обидчивости, нетерпимости к себе и другим, нравственно-негативным и конфликтным отношением к деньгам, низкой удовлетворенностью экономическим статусом, снижением деловой активности. Результаты показали, что руководители, разрешающие внутриличностный нравственный конфликт инициацией активности и выходом на более высокий уровень личностной зрелости, характеризуются высокой психологической готовностью к деловой активности, нравственно-противоречивым отношением к деньгам. Установлено также, что низкое стремление к соблюдению нравственных норм сопровождается невысокой деловой активностью с тенденцией к ее снижению, негативным и противоречиво-конфликтным отношением к нравственной ценности денег (Горбачева, Купрейченко, 2006, 2008; Купрейченко, 2010, 2011).

В данной главе мы остановимся на решении одной из задач исследования – анализе нравственного самоопределения молодых руководителей в деловой сфере.

Программа исследования

Нравственно-психологическая регуляция деловой активности нередко осуществляется в неосознаваемой форме, поэтому наиболее эффективны для ее анализа проективные и полупрожективные методики. Для изучения отношения к нравственности и соблюдения нравственных норм делового поведения, нравственной оценки денег были использованы следующие методики и приемы:

1. Ассоциации на слово «нравственность» для изучения отношения к нравственности как к явлению.
2. Открытые вопросы о деловом мире (мире бизнеса) для изучения представлений (в том числе нравственного содержания) о реальном, идеальном мире бизнеса и мире бизнеса глазами зарубежных партнеров.

3. Авторский опросник «Отношение к деньгам» для изучения основных смыслов и значений денег для личности, в том числе их нравственной оценки.
4. Анкета для изучения психологических, социальных и организационных характеристик деловой активности, а также демографических и социально-психологических характеристик руководителей.
5. Методика «Индекс жизненного стиля LSI» (Р. Плутчик, Г. Келлерман, Е. Мирошник), которая использовалась для объяснения механизмов психологической регуляции деловой активности и отношения к соблюдению нравственных норм.
6. Методика А. Б. Купрейченко «Отношение к соблюдению нравственных норм в деловой сфере» (ОСНН) (приложение б). В этой методике была модифицирована инструкция. Согласно новому варианту инструкции, респонденты должны были оценить готовность к соблюдению нравственных норм делового поведения, во-первых, самого себя, во-вторых, типичного, по их мнению, руководителя и, в-третьих, идеального руководителя.

Вопросы методики посвящены поведению личности в нравственно-проблемных ситуациях, связанных с распределением вознаграждения, отношениям с бывшими партнерами, наказаниями за ошибки и т. д. Проблемные ситуации соответствуют соблюдению норм пяти нравственных качеств: правдивости, справедливости, ответственности, терпимости и принципиальности. Для каждого из этих качеств определялось отношение к собственному соблюдению нравственных норм (Я-реальное), отношение к соблюдению нравственных норм типичного руководителя (Я-типичное) и идеальный образ соблюдения нравственных норм (Я-идеальное).

Психологическое отношение к соблюдению нравственных норм представляет собой структурный конативный компонент психологических отношений нравственности, представленный в сознании субъекта в виде мотивов, намерений и готовности совершать поступки, связанные с нравственной регуляцией. Каждый вопрос имеет три варианта ответа, различающихся по уровню отношения к соблюдению нравственных норм. Под *уровнем отношения к соблюдению нравственных норм* мы понимаем *намерение* поступать определенным образом в этически сложной ситуации, *мотив* этого поступка и *степень готовности* поступать так в различных ситуациях.

Высокому уровню (3 балла) соответствуют гуманистические и альтруистические мотивы, высокая готовность к нравственному

поведению независимо от ситуации, намерение, соответствующее высоконравственному поведению. *Среднему уровню* (2 балла) отношения к соблюдению нравственных норм соответствует группоцентрическая ориентация мотивов, намерение соответствует среднему уровню нравственности, готовность соблюдать нравственные нормы в зависимости от ситуации. *Низкому уровню* (1 балл) соответствует эгоистические мотивы, намерение соответствовать низкому уровню нравственности, низкая готовность соблюдать нравственные нормы и высокая готовность пренебрегать ими.

Требует обоснования заложенное в программе сопоставление различных образов, в частности, образов реального, идеального мира бизнеса и мира бизнеса в восприятии зарубежных партнеров, а также сопоставление при оценке отношения к соблюдению нравственных норм образов «Типичного руководителя» с образами «Я-реального» и «Я-идеального» руководителей. Основная полемика в области изучения «Я» затрагивает вопрос о соотношении образов «Я-идеального» и «Я-реального» и их роли в психологическом функционировании человека. Это соотношение является важным элементом саморегуляции личности. Некоторые авторы уподобляют его таким понятиям, как самооценка, самоуважение и самопринятие.

Одни авторы полагают, что расхождение между «Я-идеальным» и «Я-реальным» считается симптомом внутренних конфликтов, нарушения адаптации, причиной депрессивных переживаний (Налчаджян, 1988; Хорни, 1993; Ryle, Breen, 1972 и др.). С другой стороны, признано, что расхождение образов «Я-идеального» и «Я-реального» является признаком психологической зрелости, лежит в основе стремления к саморазвитию, создает мотивационную направленность на достижение собственных идеалов (Берне, 1986; Налчаджян, 1988; Соколова, 1989; Кон, 1989; Кирай-Деваи, 1997; Реан, Коломенский, 1999; Norris, Makhoulouf-Norris, 1976; Ryle, Breen, 1972). Д. Н. Демидов показал, что расхождение образов «Я-реального» и «Я-идеального» связано с уровнем социально-психологической адаптированности личности и уровнем проблемной нагруженности.

К. Роджерс считал, что в целом расхождение между «Я-реальным» и «Я-идеальным» способствует самосовершенствованию, однако значительные расхождения могут сопровождаться чувством неудовлетворенности, которое может блокировать и искажать намерения.

Опираясь на точку зрения перечисленных авторов, мы трактуем *совпадение «Я-реального» и «Я-идеального»* как состояние сбалансированности системы, признак отсутствия развития в данном

направлении; *значительное расхождение* – как внутриличностный конфликт, способствующий появлению чувства неудовлетворенности и иницирующий активность для поиска выхода из ситуации у одной группы респондентов и способствующий появлению чувства безысходности, блокирующий активность, снижающий самооценку, искажающий намерения – у другой группы респондентов; *незначительное расхождение* – как признак психологической зрелости, источник саморазвития; *превышение «Я-реального» над «Я-идеальным»* как внутриличностный конфликт, дезорганизуемый внутреннее пространство и отрицательно влияющий на внешнее поведение субъекта.

При изучении образа делового мира, помимо модальностей «Я-реальное» и «Я-идеальное», мы изучаем «Я-зеркальное» (я глазами других), которое определяет представления индивида о самом себе, выполняет важную функцию самокоррекции притязаний и представлений индивида о себе и оказывает на него формирующее воздействие. Представления субъекта о том, как его оценивают другие, существенно влияют на самооценку, детерминируют поведение. Влияние образа «Я-зеркальное» помогает удерживать «Я-реальное» в адекватных пределах и остаться открытым новому опыту. «Я-зеркальное» и «Я-реальное» весьма сходны по своему содержанию у здоровой личности. Неконгруэнтность, несогласованность этих представлений является причиной внутренних конфликтов, отражающихся в поведении субъекта. Анализ полимодального Я дает возможность обнаружения совпадений, рассогласований и противопоставления частей Я, служащих источником взаимоотношений с самим собой и определяющих активность субъекта.

Многообразии видов и форм протекания внутриличностных конфликтов предъявляет особые требования к методам их исследования. Предложенное и использованное в нашей работе сочетание опросных и проективных методов анализа позволяет выявить нравственные конфликты и противоречия, в том числе при выраженной психологической защите.

Методы обработки данных: корреляционный анализ, для выявления различий – Т-критерий Стьюдента, для изучения имплицитных представлений руководителей о нравственности и о деловом мире – контент-анализ ассоциаций.

Выборка исследования: 244 руководителя предприятий г. Москвы. Предприятия относятся к малому и среднему бизнесу. Сферы их деятельности различны: наукоемкие производства, эксплуатация

средств связи, консалтинг, операции с недвижимостью, строительство, торговля, печать, рекламная, финансовая, образовательная и другие виды деятельности. Руководители различаются по возрасту, полу, стажу работы, степени долевого участия в собственности предприятий и форме его собственности.

Целью исследования является анализ нравственного самоопределения в деловой сфере молодых руководителей. Показателями нравственного самоопределения в деловой сфере в исследовании выступали: представления о мире бизнеса, представления о нравственности как явлении, нравственная оценка денег, отношение к соблюдению нравственных норм делового поведения. Помимо показателей имеющих нравственную природу, в исследование были включены: отношение к конкуренции, субъективный экономический статус, удовлетворенность материальным благосостоянием, самооценка уровня и тенденций экономической активности, уровень саморегуляции, использование психологических защит.

Согласно нашей модели, основными факторами нравственной регуляции деловой активности являются уровень, модальность и противоречивость компонентов нравственного самоопределения в деловой сфере. Их изменения сопровождаются изменениями экономического сознания, переоценкой отношения к экономическим объектам и явлениям, изменением психологической готовности к деловой активности, ее динамики, формы и вида. В свою очередь, изменение мотивации, уровня, динамики, формы и вида деловой активности влечет за собой переоценку ценностей, в том числе отношений к нравственности, соблюдению нравственных норм, нравственной оценке объектов и явлений делового мира. Этот процесс сопровождается изменением эмоционального компонента отношений нравственности, появлением внутриличностных противоречий и конфликтов.

Общая характеристика нравственного самоопределения руководителей в деловой сфере

Отношение руководителей к нравственности как явлению

Отношение к нравственности мы выявляли при помощи ассоциаций на слово «нравственность». Ассоциация – это символическая проекция внутреннего, часто неосознаваемого содержания сознания индивида.

При анализе ассоциаций мы использовали категории, отражающие степень их смысловой близости понятию «нравственность». Это слова, раскрывающие понятие «нравственность» с помощью близких синонимичных определений, речевых штампов (конкретные определения); с помощью более широкого круга определений, включающих личное понимание и наполнение (определения широкого смыслового значения); с помощью определений, указывающих на индивидуальное глубокое наполнение понятия (глубокие определения). Всего анализировалось 895 ассоциаций.

Смысловая близость, синонимичность ассоциаций понятию «нравственность» (например: «честность, справедливость, правила, моральная чистоплотность, нормы, порядочность, ответственность, этикет») указывает на «заштампованность», формальность представлений испытуемого. Используя штампы, человек мало соединяет их со своей сущностью, с живым, собственным, дышащим.

Более широкое смысловое поле ассоциаций указывает на личностную проработанность данного понятия, собственное смысловое наполнение данного термина. Например: «вера, право, стимул, жизненные позиции, достижение цели не любой ценой, постоянный контроль «болевых точек», свобода, трудолюбие, образ жизни». При этом моральные нормы не используются как штампы социума, которым надлежит следовать, а «пропускаются» через себя, ситуацию, т. е. являются личностно окрашенными, ситуационно обусловленными. Использование в ассоциациях смежных понятий позволяет рассмотреть семантическое поле понятия, характерное для данной группы испытуемых.

Глубокие ассоциации – это личностные ассоциации, связь которых с понятием «нравственность» не проявлена для внешнего наблюдателя. Например: «понимание своей задачи в жизни, свет, дерево, младенец, чистое, снежинка, мама». Они обусловлены субъективным опытом испытуемого, деятельностью, активностным, отношенческим контекстом. Этот тип ассоциаций наиболее информативен, указывает на наличие личного глубокого отношения испытуемого. Именно в этой категории мы имеем позитивно и негативно окрашенные ассоциации: «старина, глупость, базар, слабости, настороженность, скучно, хорошо, красота».

Как видно из данных, представленных в таблице 42, в основном нравственность определяется руководителями через понятия широкого смыслового значения – 52%. Понятий поверхностных (конкретные определения) – 26% и глубоких – 22%, т. е. примерно по-

Таблица 42

Анализ ассоциаций на слово «нравственность»

Конкретные (поверхностные) определения	231 (26%)		
Определения широкого смыслового значения	Поведение, поступок	47 (10%)	467 (52%)
	Сферы и средства воспитания, культура	140 (30%)	
	Взаимоотношения, доверие, уважение, доброта, надежность, семья, любовь, дружба	146 (31%)	
	Работа, бизнес	31 (7%)	
	Общество, политика	37 (8%)	
	Норма, порядок, закон	66 (14%)	
Глубокие личностные определения	Нейтральные	134 (68%)	197 (22%)
	Негативные	46 (23%)	
	Позитивные	17 (9%)	

ровну. Эти данные указывают на глубину проработанности темы нравственности в сознании руководителей. В категории «Определения широкого смыслового значения» наибольшее количество ассоциаций связаны с взаимоотношениями (область проявлений отношений нравственности) – 31% и с получением информации о нравственности (область воспитания, культуры) – 30%. В категории глубоких определений ассоциации по содержанию крайне разнообразны (например: реверанс, моя женщина, жесткая борьба, красивый, сильный, пьяный и др.), имеют выраженный эмоциональный компонент отношения. Подобное распределение ассоциаций по уровням глубины включенности в пространство личности может быть обусловлено этапом нравственного личностного самоопределения руководителей.

Негативных характеристик – 5% от общего количества ассоциаций. Это свидетельствует о позитивном, инструментальном отношении руководителей к нравственности и нравственным нормам. Интересно, что со сферой бизнеса, работой связано всего 3% от общего количества ассоциаций. Видимо, нравственность осознается руководителями в большей степени как регулятор взаимоотношений между людьми, как нормативы общества, как что-то личное. Связь нравственности с будущим, необходимостью изменений проявлена в 2% ассоциаций.

Результат контент-анализа ассоциаций подтвердил данные, полученные на 1-м этапе исследования о более свободном творческом характере высказываний у руководителей негосударственного сектора. Деятельность предпринимателей проходит в более неопределенном внешнем окружении, что влечет за собой развитие гибкости, снижение алгоритмизированности и стереотипизации деятельности, при этом их поведение регулируется в большей степени лично и ситуационно обусловленными факторами, собственной нравственностью, нежели формальными нормами.

В нашей концептуальной модели отношение к нравственности как явлению является показателем общего нравственного самоопределения в отличие от частных его показателей в конкретной сфере жизнедеятельности (в данном случае – в деловой сфере). Важной задачей является анализ особенностей деловой и экономической активности у руководителей с разным отношением к нравственности. Сравнение характеристик деловой активности руководителей с позитивным и негативным отношением к нравственности показало, что позитивное зрелое отношение к нравственности дает руководителям возможность быть менее зависимым от условий деятельности и качества отношений с партнерами, конкурентами, государством в мире бизнеса. У них наблюдается тенденция к повышению деловой активности, деньги олицетворяют свободу. Менее зрелое, с негативным оттенком отношение к нравственности сопровождается резко негативным отношением к бизнес-среде, низким уровнем саморегуляции, использованием психологических защит, невысоким уровнем деловой активности с тенденцией к ее снижению.

Место нравственности в представлениях руководителей о деловом мире изучалось при помощи анализа представлений руководителей о деловом мире (его реальном, идеальном образе и образе делового мира глазами других, т. е. глазами зарубежных партнеров). Обработка результатов проводилась методом контент-анализа высказываний, распределенных по следующим категориям: область бизнеса, область отношений с государством, область взаимоотношения людей в бизнесе.

Представления о реальном мире бизнеса

В этой части исследования анализировалось актуальное представление о той реальности, в которой пребывают руководители в своей деятельности. Отношения с государством занимают в этой реаль-

ности небольшую часть (7% высказываний), а отношение к своей деятельности (46%) и взаимоотношения людей (47%) распределяются практически поровну.

В этой категории гораздо больше, чем в двух других, встречаются сильные, выразительные образы, что указывает на «заряженность» данной темы в сознании, связь ее с глубокими структурами психики респондентов: «мир шакалов» (каждый сам за себя), «мир выживания» (т. е. «на грани», при этом включены инстинкты), «океан с акулами» (нечто безграничное, свобода и опасность), «мир движения и развития человечества», «клоака», «увлекательное, но опасное путешествие по джунглям», «жестокий бой», «театр, где есть сцена и кулисы», «пропасть», «базар», «аквариум с пираньями», «волчья стая». В характеристиках много амбивалентностей: «лес с волками и зайцами», крепостное общество (т. е. господа и слуги), «мир соблазна и ловушек», «мир возможностей и рисков», «предательство и свершения», «добро и зло».

Можно сделать вывод об эмоциональной заряженности и противоречивости, представлений о реальном мире бизнеса. В деловом поведении это может инициировать импульсивность, низкую стрессоустойчивость, сложность при принятии решений, нерациональность делового поведения, сложность при вступлении в доверительные отношения с партнерами, в выстраивании отношений на нравственной основе.

Высказывания о реальном мире бизнеса разнообразнее, чем об идеальном мире бизнеса и мире бизнеса глазами других. Реальная жизнь богаче в своих проявлениях. Только в этой категории есть высказывания, связанные с бизнесом как войной, выживанием на грани. Мы можем видеть, что отношения с государством занимают в этой реальности небольшую часть – 7% высказываний, тогда как в описаниях идеального мира бизнеса – 16%, мире бизнеса глазами других – 23%. Респондентами отмечается, что бизнес – это отдельный мир, живущий по своим законам.

Для мужской части выборки по этой категории значимы возможности бизнеса, деятельность в бизнесе, бизнес как интересная игра, конкуренция; они в большей степени обращают внимание на безнравственность в бизнесе. Женщины-руководители обращают больше внимания на самореализацию в бизнесе, деньги, высокий риск, отношения людей в бизнесе, их высказывания более эмоциональны.

Представления об идеальном мире бизнеса

Практически половина высказываний (48%) посвящена взаимоотношениям людей, причем речь в основном идет о соблюдении нравственных норм в деятельности. 82% высказываний посвящены позитивным, нравственным отношениям с партнерами, конкурентами, заказчиками и государством. Мы видим, что представления об идеальном бизнесе связаны в наибольшей степени не с возможностью получения прибыли, а с реализацией нравственного начала личности, реализацией развития. Деньги при этом служат инструментом. Мужская и женская части выборки дают одинаковое количество ответов.

В представлении об идеальном мире бизнеса 14% высказываний – об отношениях с государством. Это в 2 раза больше, чем в представлениях о реальном мире бизнеса. Причем о поддержке бизнеса со стороны государства, о процветании страны и о законности говорят в основном мужчины (47% высказываний мужчин и 18% женщин). У женской части выборки больше, чем у мужской, высказываний о стабильности, уважении и доверии к партнерам и конкурентам. И деятельность как таковая занимает только 25% в идеальных представлениях о мире бизнеса. Женщины в большей степени говорят о развитии деятельности, мужчины – о низких рисках.

Представления о взгляде на мир российского бизнеса зарубежных партнеров

В данной категории основное количество высказываний (50%) посвящено деятельности в бизнесе, 27% – взаимоотношениям людей и 23% – отношениям с государством. Высказывания носят в основном негативный характер. Отношения с государством – «беззаконие, криминал, коррупция» (100% высказываний), взаимоотношения людей – «безнравственность» (85% высказываний), характеристики рынка – «несформированность» (38% высказываний), «риски» (23% высказываний), но при этом «развитие» и «возможности» (36% высказываний). Мужская часть выборки в этой категории больше обращает внимание на отношения с государством, женская – на условия бизнеса и безнравственные отношения в бизнесе.

Действительно, в глазах зарубежных партнеров сложился негативный образ российского бизнеса. Потенциальные инвесторы с настороженностью относятся к представителям российских деловых

кругов, что затрудняет выход отечественного бизнеса на внешние рынки и привлечение инвестиций в страну. Основным препятствием развитию российского бизнеса сами бизнесмены считают коррупцию, административные барьеры, непомерно высокое налогообложение, неразвитость судебной системы государства.

Негативное окрашивание представлений о деловом мире «глазами других» создает условия для заниженной самооценки, внутренних конфликтов, низкой адаптивности в бизнесе, повышенной тревожности и ощущения высокой нагруженности проблемами.

Весомая тема конкуренции в представлениях о деловом мире. В образе идеального мира бизнеса она занимает 2-е место после нравственности (17% высказываний), в образе реального мира бизнеса конкуренция на 3-м месте (13%), в образе делового мира «глазами других» конкуренции посвящено 5% высказываний респондентов. Таким образом, наглядно видно, что мир бизнеса – это легализованная в обществе возможность помериться силами. Один из респондентов отметил: «Мир бизнеса – место, где человек может посоревноваться, реализовать свои амбиции, оценить себя и окружающих людей».

Сравнивая идеальные представления с реальными и взглядом со стороны, можно сделать вывод о том, что идеальный образ мира бизнеса насыщен стремлением к нравственности, взаимно проявляемой и в отношениях партнеров и конкурентов, и в отношениях с государством и чиновниками. Образы реального мира бизнеса и взгляда со стороны – это в основном негатив, безнравственность в отношениях всех со всеми. Можно сделать вывод о том, что такое рассогласование порождает внутриличностные конфликты участников бизнес-процессов и служит развитию и разворачиванию деловой активности у одной категории руководителей и одновременно это может приводить к снижению самооценки, использованию психологических защит и снижению активности у другой.

Нравственное самоопределение в деловой сфере у различных возрастных групп руководителей

Респонденты были разделены на следующие возрастные категории: 1-я – до 30 лет – 94 чел. (39%), 2-я – 31–45 лет – 92 чел. (38%), 3-я – 46–60 лет – 58 чел. (23%). Первый возрастной период – этап становления карьеры, ведущие мотивы на этом этапе – безопасность и социальное признание. Период от 31 до 45 лет – этап продвижения карьеры. Его ведущие мотивы – социальное признание и самореализация. Пери-

од 46–60 лет – этап сохранения карьеры, для которого характерны такие ведущие мотивы, как социальное признание, самореализация, поддержание независимости.

Анализ показал, что между возрастными группами до 30 лет и 31–45 лет значимых различий в показателях деловой активности не выявлено. Несколько выше у самых молодых руководителей (до 30 лет) самооценка возможностей повышения материальных доходов, уровня и динамики деловой активности. Вероятно, это связано с тем, что молодые руководители решают задачи материального обеспечения базовых потребностей. У группы в возрасте 31–45 лет несколько выше удовлетворенность материальным благосостоянием (таблица 43).

Установлено, что смысловая насыщенность понятия «деньги» выше у группы 1. Для молодых руководителей деньги в большей степени, чем для других групп, связаны с ответственностью, властью, цинизмом, конфликтом, развитием, развлечением и комфортом. Для возрастной группы 2 выше такие значения денег, как правдивость, справедливость, любовь, здоровье, что характеризует более зрелое и сбалансированное отношение к деньгам. У этой группы также выше значения денег как комфорта и развлечений.

После 45 лет (группа 3) снижаются удовлетворенность материальным благосостоянием, самооценка уровня материальной успешности, уровня и динамики деловой активности, возможности в повышении материальных доходов и влияния на перспективы развития предприятия, степени самостоятельности в принятии производственных решений и стремления к конкуренции (таблица 43). Эти данные позволяют говорить об общем снижении деловой активности у руководителей после 45 лет.

В целом с возрастом у руководителей повышается уровень и значимость соблюдения нравственных норм делового поведения. У представителей старшего возраста на уровне значимых различий выше готовность к соблюдению норм ответственности и принципиальности по сравнению с возрастом до 30 лет. Динамика отношения к соблюдению нравственных норм по отдельным нравственным качествам различна: готовность к правдивости и справедливости ниже всего у молодых руководителей и руководителей среднего возраста (группы 1 и 2), выше всего – у самых старших (группа 3). Готовность к терпимости с возрастом последовательно снижается, а готовность к ответственности и принципиальности последовательно повышается (таблица 43).

Таблица 43

Значимые различия отношения к деньгам, показателей деловой активности и использования механизмов психологических защит разных возрастных групп руководителей

Показатели	Группа 1 (до 30 лет)	Группа 2 (31–45 лет)	Группа 3 (46–60 лет)	Группы, различия между которыми значимы
Деньги – Комфорт	6,44	6,16		1 и 2
Деньги – Развлечение	6,29	5,79		1 и 2
Удовлетворенность материальным благосостоянием	4,27	4,30	3,69	1, 2 и 3
Самооценка возможностей в повышении материальных доходов	5,23	5,21	4,54	1, 2 и 3
Самооценка уровня деловой активности	5,37	5,11	4,56	1, 2 и 3
Самооценка динамики деловой активности	4,26	4,09	3,48	1, 2 и 3
Отношение к конкуренции	3,46		3,06	1 и 3
Самооценка возможности влияния на перспективы развития предприятия	4,93	5,31	3,98	1, 2 и 3
Субъективный уровень материальной успешности	4,65	4,56	4,10	1, 2 и 3
Самооценка степени самостоятельности в принятии производственных решений	5,62		5,02	1 и 3
ОСНН правдивости	2,11	2,10	2,18	1 и 3
ОСНН справедливости	1,92	1,91	1,96	1 и 3
ОСНН терпимости	2,10	2,10	2,07	1 и 3
ОСНН ответственности	2,06	2,08	2,17	1 и 3
ОСНН принципиальности	1,95	1,99	2,06	1 и 3
МПЗ проекция	0,43		0,33	1 и 3
Механизм психологической защиты «реактивное образование»	0,35	0,39	0,52	1, 2 и 3

При сопоставлении разных модальностей Я-образа выявлены особенности возрастных групп руководителей. Так, показатели готовности к соблюдению нравственных норм «Я-идеального» с возрастом

увеличиваются, усиливается рассогласование между «Я-реальным» и «Я-идеальным», что может приводить к снижению самооценки, ощущению невозможности движения вперед и снижению деловой активности. У возраста 46–60 лет «Я-реальное» по готовности к правдивости выше «Я-идеального», что также характеризует наличие внутреннего конфликта и использование для его разрешения психологических защит.

Наименьшая напряженность психологических защит имеет место у представителей возрастной группы 2 по сравнению с группами 1 и 3. Представители старшего возраста чаще используют психологическую защиту «реактивное образование» (выработка и подчеркивание в поведении противоположной установки) по сравнению с более молодыми. А представители возраста до 30 лет чаще используют психологическую защиту «проекция» (приписывание источнику трудностей различных негативных качеств как рациональной основы для его неприятия и самопринятия на этом фоне).

Таким образом, в целом для молодых руководителей до 30 лет со стажем руководящей деятельности от 3 до 10 лет деньги – это насыщенное смыслами понятие. Они очень одобрительно относятся к богатым, но считают, что другие относятся враждебно. Молодыми руководителями бизнес рассматривается как мир партнерства, достижения цели, мир больших возможностей, мир самореализации, профессионального роста и достижения социального статуса и в то же время мир высоких рисков, здоровой конкуренции. Уровень экономической активности, по их оценкам, выше среднего с тенденцией к повышению. Для молодых руководителей характерна наиболее высокая самооценка конкуренции. Отношение к соблюдению нравственных норм правдивости, ответственности, терпимости в деловых отношениях – довольно низкое, но самое высокое значение принципиальности. Нередко имеет место внутриличностный нравственный конфликт как в отношении к соблюдению нравственных норм («Я-идеальное» выше «Я-реального»), так и в отношении к деньгам. Поскольку в своем большинстве это амбициозные и дерзкие молодые руководители, наращивающие экономическую активность, можно предположить, что внутриличностный нравственный конфликт является для этого закономерным этапом экономического самоопределения. Каким будет разрешение этого конфликта (конструктивным, с выработкой собственных этических кодексов и стратегий или деструктивным, со снижением деловой активности) зависит от множества факторов.

Выводы

1. Основными компонентами нравственного самоопределения в деловой сфере и одновременно нравственно-психологическими компонентами экономического самоопределения руководителей выступают субъект-объектная составляющая (отношение к нравственности как к явлению и нравственная оценка объектов и явлений делового мира) и субъект-субъектная составляющая (отношение к себе и к другим участникам делового взаимодействия как субъектам отношений нравственности). Эти компоненты связаны между собой, а также взаимосвязаны с психологическими характеристиками деловой активности (самооценками уровня и динамики деловой активности, возможностей в повышении материальных доходов, удовлетворенностью уровнем материального благосостояния, выбором формы и вида деловой активности).
2. Отношение к нравственности руководителей в целом позитивно. Зрелое отношение к нравственности у части руководителей дает им возможность быть менее зависимыми от условий деятельности и качества отношений с партнерами, конкурентами, государством в мире бизнеса. У них наблюдается тенденция к повышению деловой активности, деньги олицетворяют свободу. Менее зрелое, с негативным оттенком отношение к нравственности сопровождается резко негативным отношением к бизнес-среде, низким уровнем саморегуляции, использованием психологических защит, невысоким уровнем деловой активности с тенденцией к ее снижению.
3. Структурные компоненты образа делового мира руководителей (представления о реальном, идеальном деловом мире и деловом мире глазами других, т. е. глазами зарубежных партнеров) имеют различные смысловые наполнения и эмоциональную окраску. Нравственная составляющая представлена в наибольшей степени в идеальной подструктуре образа делового мира, что указывает на значимость нравственности для руководителей. Идеальный образ мира бизнеса насыщен стремлением к нравственности, взаимно проявляемой и в отношениях партнеров и конкурентов, и в отношениях с государством и чиновниками, что далеко отстоит от образа реального мира бизнеса и взгляда на российский бизнес со стороны, где в основном проявляется негатив, безнравственность в отношениях всех со всеми. Такое рассогла-

- сование порождает внутриличностные конфликты участников бизнес-процессов и служит развитию и разворачиванию деловой активности у одной категории руководителей, одновременно это может приводить к снижению самооценки, использованию психологических защит и снижению деловой активности у другой.
4. Для молодых руководителей до 30 лет со стажем руководящей деятельности от 3 до 10 лет деньги – это насыщенное смыслом понятие. Они олицетворяют ответственность, власть, цинизм, конфликт, развитие, развлечение и комфорт. Молодыми руководителями бизнес рассматривается как мир партнерства, самореализации, профессионального роста и достижения социального статуса, больших возможностей и в то же время мир высоких рисков и здоровой конкуренции. Для них также характерна наиболее высокая самооценка конкуренции. Отношение к соблюдению нравственных норм правдивости, ответственности, терпимости в деловых отношениях – относительно низкое, но самое высокое значение принципиальности. Нередко имеет место внутриличностный нравственный конфликт как в отношении к соблюдению нравственных норм, так и в отношении к деньгам. Для амбициозных молодых руководителей, наращивающих экономическую активность, наличие внутриличностных нравственных конфликтов является закономерным этапом их самоопределения.

ГЛАВА 11

ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ НРАВСТВЕННОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ В ДРУЖЕСКИХ И ДЕЛОВЫХ ОТНОШЕНИЯХ*

Концептуальные основы и программа исследования

Концептуальные основы исследования

Проблема этического поведения в различных системах отношений в настоящее время стоит особенно остро. В условиях становления рыночных отношений она привлекает наибольшее внимание. Особенно актуальными являются вопросы деловой этики, этические аспекты ведения бизнеса. Особую тревогу вызывает нравственный потенциал молодежи, который формируется в условиях криминализации экономики, разрушения нравственных устоев общества, моральной деградации социальных институтов.

Специфика деловых отношений обусловлена тем, что они возникают на основе и по поводу определенного вида деятельности, связанной с производством какого-либо продукта или делового эффекта. В условиях рыночных отношений это, прежде всего, получение максимальной прибыли (Лавриненко, 2004). Деловые отношения, или, как называют их вслед за А. С. Макаренко некоторые советские ученые, отношения ответственной зависимости, подчинены достижению какой-то внеиндивидуальной цели – производственной, учебной и т. д. Они всегда специализированы, и личность участвует в них как исполнитель определенной социальной функции, роли (Кон, 1989). Одним из главных регуляторов деловых отношений выступают этические нормы, в которых выражены наши представления о добре и зле, справедливости и несправедливости, правильности или неправильности поступков людей.

Принадлежность к коллективу и чувство солидарности с другими его членами (товарищество) не обязательно предполагают лич-

* Данные собраны совместно с Н. Н. Антошкиной.

ную симпатию к каждому из них в отдельности, без чего немыслима дружба. «Вопрос отношения товарища к товарищу, – писал Макаренко, – это не вопрос дружбы, не вопрос любви, не вопрос соседства, а это вопрос ответственной зависимости» (см.: Кон, 1989).

Однако различие эмоционально-исповедальной дружбы и товарищества в деловых отношениях относительно. Тесная кооперация и взаимопомощь в совместной деятельности легко и незаметно перерастают во взаимную симпатию. Коллектив сплочивается не только общей заинтересованностью его членов в результатах их совместной деятельности, но и чувством групповой солидарности, сопричастности к целому. Степень эмоциональной идентификации индивидов с группой – один из главных показателей сплоченности коллектива. А идентификация с коллективом невозможна без взаимной поддержки и заботы об отдельных товарищах. «Чувство локтя» – важнейший общий компонент товарищества и дружбы, поэтому товарищеские отношения не просто фон, а живая питательная среда для возникновения и развития индивидуализированной дружбы.

Недаром большую часть своих друзей люди приобретают именно в процессе совместной деятельности, в своих производственных или учебных коллективах, причем значение этого вида общности значительно перевешивает роль территориально-бытовых факторов.

Каждый человек одновременно принадлежит не к одному, а к нескольким разным коллективам (производственным, общественно-политическим, семейно-бытовым) и имеет целый ряд референтных групп, с которыми он соотносит свое поведение. Между тем количество близких друзей ограничено. Отсюда проблема индивидуального выбора, с которого, собственно, и начинается психология дружбы в отличие от психологии коллективной деятельности или психологии общения (Кон, 1989).

«Нравственное сознание человечества видит в дружбе не просто частный случай морального отношения, а живое воплощение нравственности, ее персонифицированную сущность, нравственность как таковую. Выступая всеобщим эталоном человеческих отношений, дружба являет собой воплощение альтруизма, сотрудничества, мира» (Кон, 1989, с. 325, 327).

Как и все прочие человеческие отношения, дружба регулируется определенной системой правил. *Нравственный кодекс дружбы* воплощает выработанные культурой представления о том, какими должны быть человеческие взаимоотношения (Кон, 1989, с. 329). И поскольку важнейшие специфические правила дружбы – делиться

своими переживаниями, оказывать моральную поддержку, добровольно помогать в случае нужды, заботиться о друге, доверять ему и быть уверенным в нем, защищать друга в его отсутствие – являются альтруистическими, их принятие и соблюдение предполагает достаточно высокий уровень нравственного сознания личности, а также зрелость самого дружеского отношения (Кон, 1989).

В то же время дружбе внутренне присуща идея исключительности, экстраординарности, допускающая возможность нарушения и превышения некоторых общепринятых норм и правил. Зачастую мы говорим неприятные вещи именно друзьям, а не своим коллегам по работе или малознакомым людям. Говоря или делая какие-то неприятные вещи другу, мы рассчитываем на то, что он нас простит, поймет, не придаст большого значения случившемуся. Чего нельзя сказать о коллегах по работе. Поэтому мнение о том, что в дружеских отношениях поведение более этично, нуждается в эмпирической проверке. Возможно, что *в деловых отношениях будут более четко и более строго соблюдаться этические нормы поведения*. Это связано с тем, что на работе несоблюдение нравственных норм строже контролируется и карается, а также негативно сказывается на деловом имидже.

Программа исследования

Для изучения нравственного самоопределения в дружеских и деловых отношениях у студентов разных курсов нами были выбраны следующие методические инструменты:

- 1) Экспресс-методика А. Б. Купрейченко «Отношение к соблюдению нравственных норм» (подробно описана в предыдущей главе);
- 2) Методика диагностики стилей межличностных отношений (Собчик, 2002);
- 3) Анкета, на понимание этических качеств и этических стратегий. Анкета содержала 3 вопроса следующего содержания:
 - «этические качества»; напишите несколько характеристик, которые, на ваш взгляд, наиболее точно определяют этические качества;
 - есть ли у вас принципы/этические стратегии в отношениях с другими людьми? Если да, то опишите их;
 - приведите, пожалуйста, примеры собственного неэтичного поведения по отношению к другим (о которых вы, возможно, сожалеете) и неэтичного поведения по отношению к вам.

Выборка исследования: 120 человек в возрасте от 19 до 25 лет, которые являются студентами 3-го (32 чел. – 26,7%), 4-го (67 чел. – 55,8%) и 5-го (21 чел. – 17,5%) курсов факультетов психологии и менеджмента московского вуза. Среди них мужчин 20 чел. (16,7%), женщин – 100 чел. (83,3%)

Понимание студенческой молодежью этических качеств и этических стратегий

Общее количество полученных на открытые вопросы ответов – 80 (66,7% от всей выборки). Мужчины дали 11 ответов (55% от мужской выборки), а женщины – 69 (69% женской выборки). Из 87 испытуемых, ответивших на вопрос «Напишите несколько характеристик, которые, на ваш взгляд, наиболее точно определяют *этические качества*», 60% понимают этические качества как соответствие нормам, ценностям и законам, принятым в обществе, т. е. уважение к окружающим, взаимоуважение, отзывчивость, взаимопомощь, доброжелательность, вежливость (например, уважение старших, доброжелательность в общении, ответственность за свои действия и их результаты и т. п.); 20% характеризуют этические качества как нравственность, мораль, тактичность, т. е. это не что иное, как нравственные качества, которые в большей степени зависят от поведения человека, нежели от воспитания (как показывает практика, даже при хорошем воспитании люди могут вести себя неэтично); 17% определили этические качества как образованность, т. е. воспитанность, грамотность речи, знание и соблюдение норм этикета, культура. Это то, что воспитывается в человеке родителями, учителями, обществом в целом; 3% – для данных респондентов этические качества – это внешний вид, опрятность, умение себя преподнести, т. е. это внешний вид человека, по которому, как правило, у нас складывается первое впечатление о человеке. Можно отметить, что эти 3% ответов в основном составляют ответы мужчин.

Отвечая на просьбу описать свое *неэтичное поведение* и неэтичное поведение по отношению к ним, респонденты чаще всего упоминали следующие примеры:

- грубость (грубый ответ, оскорбление, нецензурная брань, хамство) – 36%;
- обман, предательство, подстава – 25% респондентов;

- неуважение (здесь упоминается как «неуважение старших», «не слушаю, когда мне что-то говорят», «перебиваю других в разговоре») – 14%;
- ситуации в общественном транспорте («демонстративно не уступила место», «мужчина оттолкнул от свободного места», «притворяюсь спящей») – 10%;
- невыполнение обещанного – 8%;
- агрессивность – 7%.

Из вышесказанного видно, что наиболее часто неэтичное поведение (как свое, так и неэтичное поведение окружающих) проявляется в грубости, обмане, предательстве, неуважении.

Приведенные респондентами в ответах на вопрос анкеты *этические стратегии* можно охарактеризовать следующим образом:

- 1) первая группа стратегий – не предполагающих положительной ответной реакции, не требующих ничего взамен. Это стратегии, которые иногда идут в разрез с личными предпочтениями, симпатиями. Для них свойственно уважение по отношению к окружающим, учет их интересов и прав независимо от личных симпатий/антипатий, социального положения, национальности. Это *нереципрокные*, «безусловно нравственные» или *бескорыстные стратегии*. Они характерны для 88% ответивших респондентов;
- 2) вторая группа – соблюдение норм из-за боязни возврата негатива; беспокойство за свое будущее и поэтому соблюдение этических норм; уважение чужих интересов только в случае ответного уважения. Это *реципрокные* или «условно нравственные» стратегии. Они были названы 12% ответивших респондентов.

Можно сделать вывод, что у респондентов, независимо от половых различий, преобладают «бескорыстные стратегии» (85,5% ответивших на данный вопрос мужчин и 86% женщин).

Наиболее часто упоминающиеся молодежью этические стратегии:

1. Поступай с другими так, как хотел бы, чтобы поступали с тобой. (Не опускаться до уровня хамства других, на негатив отвечать вежливо.) Это так называемое «золотое правило» (Гусейнов, 1988).
2. Не отвечай злом на зло, так как всё плохое вернется к тебе бумерангом.

3. Уважение по отношению к окружающим, учет их интересов и прав независимо от личных симпатий/антипатий, социального положения, национальности.
4. Уважение окружающих при условии, если и они готовы уважать мои интересы, права и точку зрения на какую-либо проблему.

Если сравнить описанные этические стратегии и пример неэтичного поведения по отношению к окружающим одного и того же человека, то у некоторых респондентов можно выявить несоответствия этических стратегий и их реального поведения. Например, декларируется этическая стратегия – говорить правду, а пример собственного неэтичного поведения – обман; стратегия – отвечать на грубость вежливо, пример собственного неэтичного поведения – грубость; стратегия – умение выслушать, пример собственного неэтичного поведения – перебивание в разговоре. В этих случаях можно говорить о том, что в данном случае этические стратегии не являются основными принципами, обобщенными способами поведения в различных жизненных ситуациях, связанных с нравственным выбором, т. е. явно имеет место расхождение декларируемых принципов и реального поведения.

Готовность к соблюдению нравственных норм в дружеских и деловых отношениях у разных групп студентов

Анализ показал, что для всей выборки характерны некоторые общие представления о различиях этики поведения в дружеских и деловых отношениях. В целом в дружеских отношениях студенты готовы быть более справедливыми, а в деловых отношениях более правдивыми. В то же время готовность к соблюдению нравственных норм в дружеских и деловых отношениях имеет специфику у различных социально-демографических групп студентов.

При сравнительном анализе *готовности к соблюдению нравственных норм молодых мужчин и женщин* в дружеских и деловых отношениях, в дружеских отношениях были выявлены значимые различия по следующим шкалам: «Терпимость», «Принципиальность», «Правдивость» (таблица 44).

Показатель по шкале «Терпимость» как в дружеских, так и в деловых отношениях выше у женщин. Это говорит нам о том, что в большинстве случаев женщины более терпимы к чужому мнению, особенностям и слабостям людей. Показатель по шкале «Правдивости»

Таблица 44

Различия в готовности к соблюдению нравственных норм у молодых мужчин и женщин

Нравственная норма	Мужчины	Женщины	Z	p
<i>Дружеские отношения</i>				
Терпимость	2,08	2,49	-2,58	0,01
Принципиальность	2,12	1,85	2,26	0,02
Правдивость	2,27	2,55	-2,46	0,01
<i>Деловые отношения</i>				
Терпимость	2,12	2,54	-3,04	0,002
Правдивость	1,98	2,21	-1,9	0,06

и в дружеских, и в деловых (на уровне тенденции) отношениях также выше у женщин. Другими словами, женщины не считают выгоду или личные интересы достаточным оправданием нечестного поведения.

Для мужчин в дружеских отношениях выше готовность к соблюдению норм принципиальности, т. е. мужчинам в дружеских отношениях свойственна высокая требовательность как к себе, так и к другим независимо от обстоятельств. Для них характерно следование принципам, даже иногда во вред себе, другим людям, делу.

Показательно, что и мужчины, и женщины терпимее к окружающим в деловых отношениях, но менее правдивы, чем в дружеских.

Также был проведен сравнительный анализ отношения к соблюдению нравственных норм в дружеских и деловых отношениях отдельно у мужчин и отдельно у женщин. Женщины более правдивы и справедливы в дружеских, чем в деловых, отношениях (таблица 45). Друзья им ближе. Мужчины в дружеских отношениях более справедливы (таблица 46).

При сравнительном анализе готовности к соблюдению нравственных норм в дружеских и деловых отношениях у студентов разных курсов были выявлены значимые различия по шкале «Терпимость» (таблица 47).

В дружеских и деловых отношениях готовность к соблюдению норм терпимости выше у студентов 3-го курса, в сравнении с 4-м и 5-м курсами, т. е. студенты 3-го курса в большинстве случаев более терпимы к чужому мнению, особенностям и слабостям людей.

Таблица 45

Отношение к соблюдению нравственных норм у женщин в дружеских и деловых отношениях

Нравственная норма	Тип отношений		Z	P
	дружеские	деловые		
Справедливость	2,4	1,74	6,07	0,000
Правдивость	2,55	2,21	6,25	0,000

Таблица 46

Отношение к соблюдению нравственных норм у мужчин в дружеских и деловых отношениях

Нравственная норма	Тип отношений		Z	P
	дружеские	деловые		
Справедливость	2,38	1,89	3,25	0,001

Таблица 47

Различия готовности к соблюдению нравственных норм у студентов разных курсов

Нравственная норма	Курс обучения			Курсы, различия между которыми значимы
	3	4	5	
<i>Дружеские отношения</i>				
Терпимость	2,7	2,33	2,3	3-4, 3-5
Принципиальность	2,6	2,44	2,53	3-4*
<i>Деловые отношения</i>				
Терпимость	2,6	2,38	2,53	3-4

Примечание: * – различия значимы на уровне тенденции $p \leq 0,1$.

На 5-м курсе (на уровне тенденции) принципиальность у студентов становится выше.

Сравнительный анализ отношения к соблюдению нравственных норм в дружеских и деловых отношениях отдельно у студентов каждого курса позволил отметить некоторое снижение от 3-го к 5-му курсу готовности к справедливому поведению в деловых отношениях (таблицы 48–50).

При этом на 3-м, 4-м и 5-м курсе (таблицы 48–50) в дружеских отношениях студенты готовы быть более справедливыми, а в де-

Таблица 48

Отношение к соблюдению нравственных норм у студентов 3-го курса в дружеских и деловых отношениях

Нравственная норма	Тип отношений		Z	P
	дружеские	деловые		
Справедливость	2,15	1,84	1,77	0,08
Правдивость	2,25	2,62	4,00	0,000

Таблица 49

Отношение к соблюдению нравственных норм у студентов 4-го курса в дружеских и деловых отношениях

Нравственная норма	Тип отношений		Z	P
	дружеские	деловые		
Справедливость	2,28	1,76	6,12	0,000
Правдивость	2,12	2,44	4,3	0,000

Таблица 50

Отношение к соблюдению нравственных норм у студентов 5-го курса в дружеских и деловых отношениях

Нравственная норма	Тип отношений		Z	P
	дружеские	деловые		
Терпимость	2,3	2,53	1,66	0,1
Справедливость	2,22	1,69	3,06	0,002
Правдивость	2,22	2,53	1,66	0,1

ловых отношениях более правдивыми. Вероятно, они допускают «ложь во благо» ради сохранения дружеских отношений, в то время как в деловых отношениях боятся потери репутации и доверия из-за обмана, который может раскрыться.

На 5-м курсе на уровне статистической тенденции обнаружено, что деловые отношения предполагают большую терпимость по сравнению с дружескими отношениями (таблица 50). Вероятно, выпускники вузов готовы быть деликатными с деловыми партнерами ради дела. Неформальное общение с близкими предполагает более строгие требования к отсутствию недостатков и менее стро-

гие нормы вежливости. Другу, члену семьи и т. п. можно высказать, чем ты недоволен в его поведении, потребовать измениться, оказать эмоциональное давление. В деловых отношениях это очень рискованный ход, который может быть эффективным только по отношению к подчиненным и только при соответствующем типе личности подчиненного и корпоративной культуры, в то время как с равными по должности, вышестоящими сотрудниками, с партнерами, конкурентами и т. п. просто недопустим.

Готовность к соблюдению нравственных норм в дружеских и деловых отношениях у студентов с разным стилем межличностных отношений

В результате анализа было выделено 4 стиля межличностных отношений: 1 – умеренное доминирование, низкое дружелюбие (31 чел. – 41,9%); 2 – высокое доминирование, умеренная агрессивность (11 чел. – 14,9%); 3 – умеренное подчинение, умеренное дружелюбие (14 чел. – 18,9%); 4 – низкое подчинение, умеренная агрессивность (18 чел. – 24,3%) (см. рисунок 33).

Анализ различий в отношении к соблюдению нравственных норм в дружеских и деловых отношениях у представителей указанных стилей показал, что в дружеских отношениях наиболее терпимы респонденты с низким подчинением и умеренной агрессивностью, а наименее терпимы – с высоким доминированием и умеренной

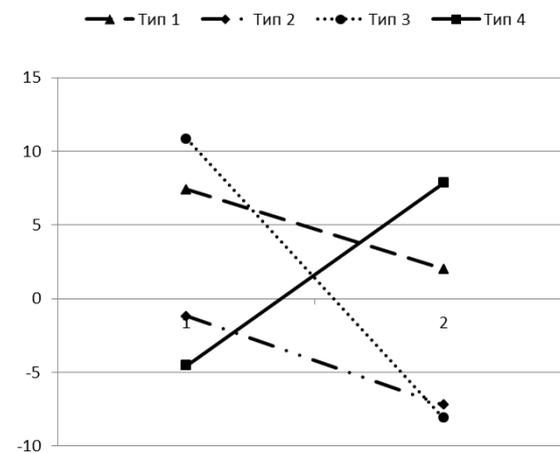


Рис. 33. Стили межличностных отношений у студентов

агрессивностью. Однако последние наиболее правдивы в таких отношениях. Наименее правдивы же те, кто умеренно дружелюбен и умеренно подчиняется. Зато они наиболее ответственные, а те, кто проявляет низкое подчинение и умеренную агрессивность, ответственны в наименьшей мере (таблица 51).

Таким образом, люди, склонные к дружелюбному и подчиняющемуся стилю в межличностных отношениях, в дружбе менее правдивы, вероятно, они дозируют правду, чтобы сохранить отношения, не расстраивать партнера, ведь такая невысокая правдивость не мешает им быть ответственными. В то время как респонденты с доминирующим стилем общения и умеренной агрессивностью (нам кажется, что дело именно в склонности доминировать), хотя и правдивы в высокой степени, не столь ответственные.

В **деловых отношениях** наименее принципиальны респонденты с низким подчинением и умеренной агрессивностью. Наиболее принципиальны в таких отношениях люди с умеренным подчинением и умеренным дружелюбием. При этом они менее справедливы, чем респонденты с умеренным доминированием и низким дружелюбием. Наиболее правдивы в деловых отношениях люди с низким подчинением и умеренной агрессивностью, представители прочих стилей менее правдивы (таблица 51).

Таблица 51

Различия готовности к соблюдению нравственных норм в дружеских и деловых отношениях при разных стилях межличностного общения

Нравственная норма	Стиль межличностного отношения				Стили, различия между которыми значимы
	1	2	3	4	
<i>Дружеские отношения</i>					
Терпимость	2,36	2,2	2,65	2,76	1-3*, 1-4. 2-3*, 2-4
Правдивость	2,52	2,78	2,31	2,65	1-2*, 1-3*, 2-3, 3-4
Ответственность	2,24	2,2	2,47	2,11	2-3, 3-4
<i>Деловые отношения</i>					
Принципиальность	2,03	1,89	2,11	1,84	2-3*, 3-4*
Справедливость	1,89	1,78	1,51	1,72	1-3
Правдивость	2,15	2,04	2,03	2,48	1-4, 2-4, 3-4

Примечание: * – различия значимы на уровне тенденции $p \leq 0,1$.

Люди, склонные к дружелюбному и подчиняющемуся стилю в межличностных отношениях, в деловых отношениях не самые правдивые, зато наиболее принципиальные. Респонденты с доминирующим стилем общения и умеренной агрессивностью менее принципиальны.

Также был проведен сравнительный анализ отношения к соблюдению нравственных норм в дружеских и деловых отношениях отдельно для каждого стиля межличностного отношения. Представители всех выявленных стилей межличностных отношений в дружеских отношениях более справедливы и правдивы (таблицы 52–55). Умеренно подчиняющиеся и умеренно дружелюбные в дружеских отношениях к тому же более ответственны (таблица 54). Люди, склонные к умеренному доминированию и низкому дружелюбию, более терпимы в деловых отношениях, а в дружеских – более справедливы и правдивы (таблица 52). Вероятно, в дружеских отношениях в силу своей доминантности, они склонны высказывать недовольство прямо в лицо.

Таблица 52

Отношение к соблюдению нравственных норм респондентов, склонных к умеренному доминированию и низкому дружелюбию в дружеских и деловых отношениях

Нравственная норма	Тип отношений		Z	P
	дружеские	деловые		
Терпимость	2,39	2,58	1,92	0,06
Справедливость	2,23	1,81	3,04	0,002
Правдивость	2,53	2,14	3,46	0,000

Таблица 53

Отношение к соблюдению нравственных норм респондентов, склонных к высокому доминированию и умеренной агрессивности в дружеских и деловых отношениях

Нравственная норма	Тип отношений		Z	P
	дружеские	деловые		
Справедливость	2,14	1,71	3,2	0,001
Правдивость	2,61	2,21	3,06	0,002

Таблица 54

Отношение к соблюдению нравственных норм респондентов, склонных к умеренному подчинению и умеренному дружелюбию в дружеских и деловых отношениях

Нравственная норма	Тип отношений		Z	P
	дружеские	деловые		
Справедливость	2,26	1,63	4,23	0,000
Правдивость	2,47	2,16	2,77	0,005
Ответственность	2,32	2,11	1,92	0,06

Таблица 55

Отношение к соблюдению нравственных норм респондентов, склонных к низкому подчинению и умеренной агрессивности в дружеских и деловых отношениях

Нравственная норма	Тип отношений		Z	P
	дружеские	деловые		
Справедливость	2,22	1,72	3,83	0,000
Правдивость	2,57	2,31	2,5	0,01

Выводы

1. Актуальными в настоящее время являются вопросы деловой этики и нравственной регуляции различных видов взаимоотношений. Современная наука различает деловые, функциональные отношения и личные, индивидуальные привязанности, а также обусловленное принадлежностью к одному и тому же коллективу товарищество и основанную на индивидуальном выборе и личной симпатии дружбу. Деловые отношения подчинены достижению внеиндивидуальной цели – производственной, учебной и т. д. Эти отношения регулируются кодексами деловой этики. Дружба также регулируется определенной системой правил, однако ей присуща идея исключительности, допускающая возможность нарушения и превышения некоторых общепринятых норм и правил.
2. В ходе исследования были выделены две основные группы этических стратегий студенческой молодежи. Первая группа – не-реципрокные, «безусловно нравственные» или бескорыстные

стратегии – не предполагают положительной ответной реакции, не требуют ничего взамен, иногда идут вразрез с личными предпочтениями, симпатиями. Вторая группа – стратегии реципрокные, или «условно нравственные», – соблюдение норм из боязни возмездия или из-за беспокойства о своем будущем, а также уважение чужих интересов только при условии взаимного уважения. Вне зависимости от половых различий респондентами декларируются преимущественно не-реципрокные стратегии (85,5% мужчин и 86% женщин).

3. Большая часть молодых респондентов под этическими качествами понимают соответствие нормам, ценностям и законам, принятым в обществе. Этические качества для них это, прежде всего, уважение к окружающим, взаимоуважение, отзывчивость, взаимопомощь, вежливость, доброжелательность. По отчетам респондентов, неэтичное поведение (как собственное, так и неэтичное поведение окружающих) чаще всего проявляется в грубости, обмане, предательстве, неуважении.
4. Для всей выборки характерны некоторые общие представления о различиях этики поведения в дружеских и деловых отношениях. В целом в дружеских отношениях студенты готовы быть более справедливыми, а в деловых отношениях более правдивыми.
5. Установлено, что имеют место различия готовности к соблюдению нравственных норм у молодых мужчин и женщин. В дружеских и в деловых отношениях у женщин выше готовность к соблюдению норм терпимости. Готовность к правдивости также более высока у молодых женщин. У мужчин выше готовность к соблюдению в дружеских отношениях принципиальности. Установлено, что и мужчины, и женщины терпимее к окружающим в деловых отношениях, но менее правдивы в этих отношениях, чем в дружеских.
6. Анализ готовности к соблюдению нравственных норм в дружеских и деловых отношениях студентов разных курсов продемонстрировал некоторое снижение от 3-го к 5-му курсу готовности к справедливому поведению в деловых отношениях. И в дружеских, и в деловых отношениях готовность к соблюдению норм терпимости выше у студентов 3-го курса, в сравнении с 4-м и 5-м курсами.
7. Выявлены различия готовности к соблюдению нравственных норм в зависимости от стиля межличностного общения. В результате анализа было выделено 4 стиля межличностных от-

ношений: 1 – умеренное доминирование, низкое дружелюбие; 2 – высокое доминирование, умеренная агрессивность; 3 – умеренное подчинение, умеренное дружелюбие; 4 – низкое подчинение, умеренная агрессивность. Люди, склонные к дружелюбному и подчиняющемуся стилю в межличностных отношениях, в дружбе менее правдивы, чем другие типы. Респонденты с доминирующим стилем общения и умеренной агрессивностью не столь ответственны. Люди, склонные к дружелюбному и подчиняющемуся стилю в межличностных отношениях, в деловых отношениях не самые правдивые, но наиболее принципиальные. Респонденты с доминирующим стилем общения и умеренной агрессивностью менее принципиальны, чем другие типы.

ГЛАВА 12

НРАВСТВЕННОЕ САМООПРЕДЕЛЕНИЕ В СИСТЕМЕ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Концептуальные основы и программа исследования

Постановка проблемы

Принято считать, что развитие массовой коммуникации в целом способствовало вульгаризации культуры (Джоуэтт, О’Доннел, 1988). Современные печатные СМИ характеризуются нарушениями не только языковых, но и этических норм, однако продолжают считаться показателем нормы, хотя и бессознательно (Фатина, 2005). Авторитет газеты подкрепляется верой в то, что она в какой-то мере отвечает за напечатанное (Лебедев-Любимов, 2002). Для «желтой» прессы характерным является эпатирующее изложение табуированной тематики (особенно большой интерес к интимным отношениям, смерти, насилию, преступлениям, скандалам и сплетням о личной жизни известных персон). Отличительной особенностью подачи материала является сочетание несочетаемого, отсюда – легкомысленное и даже циничное отношение к трагедии (Полякова, 2007).

СМИ, в том числе реклама, в современном обществе выполняют функцию социализации – закрепляют и легитимируют новые социальные отношения (Костина, Макаревич, Карпухин, 2006). Социализирующие эффекты телевидения особенно сильно сказываются на заядлых зрителях, обладающих скудной альтернативной информацией и небогатым релевантным жизненным опытом (Харрис, 2002). По данным А. Н. Лебедева, респонденты считают, что в рекламе приемлемо то, что менее допустимо в реальной жизни. Таким образом, происходит неосознанное изменение социальных норм.

Как правило, изменение взглядов человека в значительной мере определяется его вовлеченностью в деятельность, не соответствующую в той или иной мере его взглядам, но в то же время не отри-

цающую их полностью (Войтасик, 1981). Этим механизмом пропаганды пользуется и реклама, вовлекающая аудиторию в новые, не очень знакомые, непривычные для нее формы деятельности путем подражания рекламному персонажу, в обсуждение полученной информации (о новой услуге, новом товаре и его преимуществах, сенсационной информации о некотором событии, явлении, личности) и формы ее подачи (например, сюжетов рекламных роликов, заголовков газет). Следует отметить, что у взрослых в отличие от подростков подражание рекламному персонажу не автоматическое, а осознанное и определяется совпадением увиденного с ценностными ориентациями, мотивацией, потребностями, желанием быть похожим на преуспевающего авторитетного человека (Лебедев-Любимов, 2002).

Чем шире аудитория, на которую требуется оказать воздействие, тем универсальнее используемые мишени (базовые влечения) (Доценко, 1996). Поэтому массовая реклама и «желтая» пресса так часто апеллируют к сексуальным и агрессивным влечениям аудитории. Непосредственное обращение к биологической природе человека при одновременном отрицании существующих табу в виде моральных норм, которые призваны охранять права других членов социума, угрожает социальной адекватности и личностной целостности человека, чьи нравственные установки таким образом отрицаются. Использование биологически напряженных потребностей человека (сексуального влечения, страха смерти, физической боли, телесных повреждений и т. п.) наносит личности двойной ущерб. С одной стороны, человек, в сущности, лишается охранительной функции социальных норм, оказываясь один на один со своими инстинктами и вследствие этого может утратить самоконтроль. С другой стороны, пытаясь сохранить внутренние табу, человек оказывается в ситуации морального насилия, поскольку принужден созерцать то, что противоречит его нравственным установкам (Пронина, 2000). Шоковая реклама заставляет забыть обо всем и переключиться, даже помимо своей воли, на восприятие заложенной информации. Шок создает «белый лист» в сознании, и этот белый лист легко заполнить чем угодно, не только информацией о товаре, его свойствах и необходимости использования реципиентом такого сообщения, но и новыми образцами поведения, ценностями, смыслами. Такая реклама, по мнению С. А. Шомовой, адресована, в первую очередь, молодежи в возрасте 18–35 лет, не имеющей детей и занятой построением карьеры (Шомова, 2009, с. 137, 150).

При демонстрации натуралистических подробностей убийства, нанесения телесных повреждений, насилия, издевательств, аморальных действий синхронизируются либо состояние страха, либо агрессии (стремления воспроизвести, повторить), либо то и другое одновременно. Стремление повторить особенно велико у детей и подростков вследствие силы импульсивных реакций подражания и слабости критических, тормозных функций сознания (Гордякова, 2003; Пронина, 2000). Длительная демонстрация насилия по телевидению может приводить к увеличению агрессивности поведения, уменьшению факторов, сдерживающих агрессию, притуплению чувствительности к агрессии, формированию образа социальной реальности, на котором основываются многие такие действия (Бэрон, Ричардсон, 1997; Латынов, Латынова, 2002; Латынова, 1996; Хьелл, Зиглер, 1997). Соответственно, демонстрация в СМИ неэтичного поведения персонажей может приводить к аналогичным последствиям. Некоторые представители зрительской аудитории начнут повторять неэтичное поведение персонажей рекламы, снизится саморегуляция в сдерживании неэтичного поведения, притупится чувствительность к неэтичным поступкам других людей, и, наконец, сформируется образ мира, в котором неэтичное поведение является нормой.

Проанализировав наиболее типичные образцы современной российской и зарубежной рекламы, мы выявили основные ее виды, являющиеся неэтичными. Основаниями для выделения нижеследующих видов рекламы служат неэтичные *средства и методы воздействия на аудиторию*. В проанализированной нами литературе не было обнаружено подобных группирований рекламы. Согласно предлагаемой классификации*, неэтичной является реклама, которая: 1) использует навязчивое вторжение в личное информационное пространство потребителей (частая повторяемость, навязчивость, прерывание интересных передач, повышенная громкость); 2) содержит сюжеты, слова и образы (агрессивные, циничные, вызывающе сексуальные), нарушающие принятые в обществе этические нормы; 3) размещена в контексте, в котором она воспринимается как несоответствующая общепринятым нормам (изображения обнаженной или полуобнаженной натуры рядом с храмом и т. п.); 4) рекламирует

* Некоторые из перечисленных видов были изучены эмпирически. Ниже будут представлены результаты исследования рекламы, сюжеты и образы которой нарушают сложившиеся в обществе этические нормы.

товары и услуги, не являющиеся полезными для человека (игорный бизнес, табак, алкоголь, пищевые продукты, содержащие вредные химические соединения); 5) демонстрирует слова, образы и действия персонажей, пропагандирующие вредные привычки и нездоровый образ жизни; 6) предоставляет неверную, преувеличенную информацию о качествах рекламируемого товара; 7) использует неэтичные приемы воздействия на потребителей (манипуляцию, внушение); 8) применяет обман и подлог при рекламной демонстрации свойств товара; 9) предоставляет информацию, порочащую товары конкурентов (Купрейченко, Воробьева, 2003).

Негативное воздействие, которое оказывает неэтичная реклама на потребителей, не заставит ее создателей отказаться от использования «умеренной» дозы страха и «слабых» манипулятивных воздействий, таких как сексуальные или агрессивные образы, преувеличенные обещания, назойливые повторы и т. д. Рекламисты используют эти методы и приемы по той причине, что такая реклама оказывает наиболее эффективное психологическое воздействие. Другое дело если психологическое давление целевой группой воспринимается негативно. Это найдет отражение в когнитивных, эмоциональных, поведенческих и других показателях психологической эффективности рекламы. Если же целевая группа хорошо воспринимает, например сексуальную или агрессивную рекламу, то ее можно считать психологически эффективной, но социально спорной. В этом случае необходимо ввести ограничения по размещению рекламы, чтобы защитить от нежелательного воздействия представителей других социальных групп. Заказчики должны быть заинтересованы выполнить эти рекомендации. В противном случае они могут столкнуться с негативными последствиями для имиджа марки, с отрицательным общественным мнением или даже с судебными исками (Байкова, Купрейченко, 2005). По данным Х. Кафтанджиева (2008), те, кого не возмущают откровенные сцены в фильмах, журналах и т. п., могут быть возмущены такими сценами в рекламе, если они будут продемонстрированы в неподходящее время в неподходящем месте, т. е. аудиторию рекламы составляют не пассивные реципиенты оказываемого воздействия и способны оказывать сопротивление неприемлемым явлениям. Таким образом, отдельные свойства личности могут выступить мощным оградительным «барьером» против негативного воздействия неэтичной рекламы и служить внутренней основой психологической безопасности личности. Как показали наши специальные исследования, такими свойства-

ми являются высокий уровень саморегуляции, позитивное нравственное самоопределение, развитый эмоциональный интеллект и др. (Купрейченко, Воробьева, 2007; Воробьева, 2010).

Современная российская молодежь подвергалась наиболее сильному воздействию ценностей, ранее не свойственных нашему обществу, транслируемых СМИ и коммерческой рекламой. Конечно же, такое воздействие преломлялось через личностные особенности и влияние ближайшего окружения, его норм и ценностей. Молодежь – это будущее любого общества, ресурс его дальнейшего развития, поэтому нам представляется важным исследовать отношение современной городской молодежи к неэтичным феноменам СМИ (на примере неэтичных формулировок заголовков газетных статей), в этом состояла *цель исследования*.

Программа эмпирического исследования

Для сбора эмпирических данных применялись следующие методики:

1. Нравственное самоопределение личности (А. Е. Воробьева, А. Б. Купрейченко).
2. Авторская методика оценки психологических показателей эффективности газетных заголовков (приложение 3.1).
3. Стиль саморегуляции поведения – 98 (В. И. Моросанова). Измеряемые показатели: 1) общий уровень саморегуляции – общий уровень сформированности индивидуальной системы осознанной саморегуляции произвольной активности человека (Моросанова, 2004).
4. Тест на эмоциональный интеллект (Д. В. Люсин). Измеряемые показатели: 1) межличностный эмоциональный интеллект – способность к пониманию эмоций других людей и управлению ими; 2) внутриличностный эмоциональный интеллект – способность к пониманию собственных эмоций и управлению ими (Люсин, 2006).

Структура авторской методики оценки психологических показателей эффективности газетных заголовков (бланк см. в приложении 3.1):

- 1) Когнитивный компонент: Непонятный–Понятный, Оригинальный–Неоригинальный, Реалистичный–Нереальный, Современ-

ный–Несовременный, Привлекает внимание–Не привлекает внимания, Запоминается–Не запоминается, Предполагает интересную статью–Не предполагает интересной статьи.

- 2) Эмоциональный компонент: Притягивающий–Отталкивающий, Огорчающий–Радующий, Раздражающий–Успокаивающий, Вызывает страх–Не вызывает страха, Вызывает сочувствие–Не вызывает сочувствия.
- 3) Поведенческий компонент: Возникает желание прочесть статью–Не возникает желания прочесть статью, Вызывает желание обсудить с другими–Не вызывает желания обсудить с другими, Хочется дать почитать другому–Не хочется дать почитать другому.
- 4) Идентификация: Тема близка–Не близка, Заголовок понравится моим друзьям–Не понравится моим друзьям.
- 5) Этичность/неэтичность: Пошлый–Порядочный, Такая формулировка противоречит нравственным нормам–Такая формулировка не противоречит нравственным нормам, Заголовок понравится моим родителям–Не понравится моим родителям.

При помощи данной методики оценивались неэтичные формулировки заголовков газетных статей (из газет «Аргументы и факты» и «Московский комсомолец», которые могут быть классифицированы как «желтая» пресса) следующих видов: вызывающе сексуальные, агрессивные, циничные (по 3 каждого вида). Отбор эмпирического материала осуществлялся экспертами (7 чел.), занимающимися исследованием нравственно-психологических феноменов. Экспертам был предложен список из 39 заголовков с краткими аннотациями статей. Их задача состояла в том, чтобы классифицировать эти заголовки по 4 группам: 1) вызывающе сексуальный; 2) агрессивный; 3) циничный; 4) не относится ни к одной из 3 категорий. В итоге для использования в исследовательских целях в каждой из 3 категорий были отобраны те заголовки, которые получили наибольшее число голосов экспертов.

Объект исследования: молодежь в возрасте 18–35 лет (105 чел.). Из них мужчин – 50 чел., женщин – 55 чел. Выборка была разделена на 3 возрастные группы: 18–23 года – 40 чел.; 24–29 лет – 31 чел.; 30–35 лет – 34 чел. Учитывался семейный статус (состоят в зарегистрированном либо гражданском браке – 54 чел.; не состоят в браке – 51 чел.), наличие детей (имеют хотя бы одного ребенка – 39 чел.; не имеют детей – 66 чел.), характер занятости (только учащиеся – 37

чел.; только работающие – 30 чел.; работающие и учащиеся одновременно – 38 чел.), образование (среднее – 21 чел.; неполное высшее – 58 чел.; высшее – 26 чел.).

Отношение представителей различных типов нравственного самоопределения личности к неэтичным формулировкам газетных заголовков

В главе 8 представлены результаты построения эмпирической типологии нравственного самоопределения личности. На основе различной выраженности составляющих элементов нравственного самоопределения было выявлено 7 эмпирических типов, характерных для молодежной выборки. «Теоретики» производят впечатление способных только рассуждать об этических вопросах, непредсказуемых в плане соблюдения нравственных норм в разных ситуациях, возможности активного отстаивания нравственного решения, возможности мести обидчику. «Отстраненный» сознательно избегает этических вопросов. «Конформист» привержен закону талиона, ориентирован на референтную группу, ситуативен. «Релятивистско-эгоцентрический» считает нравственность условностью, не признает ограничений, следует закону талиона, эгоцентричен. «Поборник нравственности» осуждает эгоцентризм, признает неоспоримость нравственных требований. «Приверженный нравственным нормам» демонстрирует гуманизм, активную нравственную позицию. «Социально-нормативный» в большей мере эмоционален, чем деятельен, в этических вопросах.

Сравнение отношения семи типов нравственного самоопределения к неэтичным газетным заголовкам позволило выявить чрезвычайно показательные особенности нравственного самоопределения. Как и предполагалось, отношение к неэтичным явлениям окружающего мира может не совпадать с декларируемой нравственной позицией. В то же время нравственная регуляция может проявляться в неосознаваемой форме, что приводит к более негативной оценке неэтичных явлений, нежели можно было предполагать на основе нравственных представлений субъекта. В таблице 56 представлены данные сравнительного анализа этих типов по шкалам методики оценки психологических показателей эффективности газетных заголовков.

Из представленных данных видно, что тип нравственного самоопределения «теоретик» оценивает вызывающе сексуальные заго-

Таблица 56

Отношение к неэтичным заголовкам у представителей разных типов нравственного самоопределения

Шкала	Типы							Типы, различия, между которыми, значимы
	Теоретик	Отстраненный	Конформист	Релятивист-эгоцентрик	Поборник нравственности	Приверженный нравственным нормам	Социально-нормативный	
<i>Вызывающе сексуальные заголовки</i>								
Непонятный–Понятный	2,96	3,42	3,36	3,33	3,13	2,57	2,68	1-6*, 2-6, 2-7, 3-6, 3-7*, 5-6*
Реалистичный–Нереальный	2,83	2,85	2,74	2,75	3,46	3,03	3,33	1-5*, 1-7, 2-7*, 3-5*, 3-7
Современный–Несовременный	2,68	3,15	2,36	2,19	2,46	2,29	2,33	1-2*, 2-3, 2-4, 2-6, 2-7
Привлекает внимание–Не привлекает внимания	2,64	3,12	2,49	2,11	2,79	2,43	2,28	1-4*, 2-3*, 2-4, 2-6*, 2-7, 4-5*
Запоминается–Не запоминается	2,85	3,36	2,51	2,25	3,13	2,41	2,53	1-4*, 2-3, 2-4, 2-6, 2-7, 4-5*
Предполагает интересную статью–Не предполагает интересную статью	3,4	3,36	2,72	3,22	3,54	3,1	3,14	1-3*, 3-5
Притягивающий–Отталкивающий	3,52	3,15	2,69	2,78	3,5	2,98	3,05	1-3, 1-4, 1-6*
Огорчающий–Радующий	2,8	3,24	3,26	3,25	2,75	2,86	3,02	1-2*
Раздражающий–Успокаивающий	2,53	3,12	2,85	2,36	2,46	2,75	2,47	1-2, 2-4, 2-5, 2-7
Вызывает страх–Не вызывает страха	4,03	3,52	3,79	4,08	3,38	3,86	3,79	1-5*, 4-5*
Вызывает сочувствие–Не вызывает сочувствия	3,72	3,09	3,46	3,89	3,46	3,76	3,58	1-2*, 2-3*, 2-4*, 2-6

Шкала	Типы							Типы, различия, между которыми, значимы
	Теоретик	Отстраненный	Конформист	Релятивист-эгоцентрик	Поборник нравственности	Приверженный нравственным нормам	Социально-нормативный	
<i>Агрессивные заголовки</i>								
Возникает желание прочесть статью–Не возникает желания прочесть статью	3,29	3,27	2,77	3,14	4,17	2,84	2,86	1-5, 2-5, 3-5, 4-5*, 5-6, 5-7
Вызывает желание обсудить с другими	3,55	3,61	3,03	3,19	4,17	3,04	3,37	1-5*, 1-6*, 3-5, 4-5*, 5-6, 5-7
Хочется дать почитать другому–Не хочется дать почитать другому	3,51	3,3	3,18	3,06	4,21	3,35	3,33	1-5, 2-5, 3-5, 4-5*, 5-6, 5-7
Тема близка–Неблизка	3,87	3,45	3,28	3,67	4,25	3,73	3,7	1-3*, 3-5, 3-6*
Заголовок понравится моим друзьям–Не понравится моим друзьям	3,36	3,12	2,74	2,78	4,04	2,63	3,95	1-3*, 1-4*, 1-5*, 1-6, 2-5, 3-5, 4-5, 5-6, 5-7
Пошлый–Порядочный	2,43	2,39	2,41	1,44	2,21	1,89	2,05	1-4, 1-6*, 2-4, 3-4, 4-5, 4-6*, 4-7
Такая формулировка противоречит нравственным нормам–Такая формулировка не противоречит нравственным нормам	2,79	2,67	2,85	2,14	2,46	2,12	2,4	1-4*, 1-6, 2-6*, 3-6*
<i>Агрессивные заголовки</i>								
Непонятный–Понятный	3,73	3,33	3,82	3,81	3,5	3,69	3,19	1-7*, 3-7*
Реалистичный–Нереальный	2,45	3,03	2,46	2,56	2,71	2,57	2,54	2-4, 2-7*, 4-7

Шкала	Типы						Типы, различия, между которыми значимы
	Теоретик	Отстраненный	Конформист	Релятивист-эгоцентрик	Поборник нравственности	Приверженный нравственным нормам	
Современный–Несовременный	2,55	2,94	2,05	2,22	2,13	2,14	2–3, 2–4*, 2–5*, 2–6
Привлекает внимание–Не привлекает внимание	2,69	3,03	2,28	2,47	3,17	2,14	1–6*, 2–3*, 2–6, 3–5*, 5–6
Запоминается–Не запоминается	2,87	3,33	2,59	2,58	3,04	2,63	1–2*, 2–4, 2–6, 2–7
Предполагает интересную статью–Не предполагает интересную статью	3,2	3,58	2,46	2,64	3,54	2,59	1–3, 1–4*, 1–6, 2–3, 2–4*, 2–6, 2–7*, 3–5, 4–5, 5–6, 5–7*
Притягивающий–Отталкивающий	3,55	3,42	2,36	3,14	3,88	2,94	1–3, 1–6, 2–3, 3–4*, 3–5, 3–6, 3–7, 4–5*, 5–6, 5–7*, 6–7*
Раздражающий–Успокаивающий	2,41	2,42	2,59	2,03	2,67	2,29	3–4*
Вызывает страх–Не вызывает страха	3,41	3,64	3,05	3,00	3,29	3,18	1–4*, 2–3*, 2–4
Вызывает сочувствие–Не вызывает сочувствия	3,21	3,27	3,13	3,64	3,42	3,16	3–4*, 4–7
Возникает желание прочесть статью–Не возникает желания прочесть статью	3,09	2,24	2,41	2,97	3,96	2,49	1–3*, 1–5*, 1–6*, 3–5, 3–7, 4–5*, 5–6, 6–7
Вызывает желание обсудить с другими–Не вызывает желания обсудить с другими	3,23	3,39	2,74	3,31	3,83	2,75	2–6*, 3–5*, 3–7, 5–6, 6–7

Шкала	Типы						Типы, различия, между которыми значимы
	Теоретик	Отстраненный	Конформист	Релятивист-эгоцентрик	Поборник нравственности	Приверженный нравственным нормам	
Хочется дать почитать другому–Не хочется дать почитать другому	3,33	3,12	2,97	2,97	3,71	3,06	3–7*, 6–7*
Тема близка–Неблизка	3,83	3,18	3,08	3,53	4,25	3,18	1–2*, 1–3, 1–6, 2–5, 3–5, 5–6
Заголовков понравится моим друзьям–Не понравится моим друзьям	3,49	3,33	2,95	3,03	3,83	2,75	1–6, 3–5*, 3–7*, 4–5*, 4–7, 5–6, 6–7
Пошлый–Порядочный	3,37	2,76	3,67	3,25	2,83	3,06	1–2, 1–4*, 1–5*, 2–3, 2–4*, 3–5*, 3–6*, 3–7*
Такая формулировка противоречит нравственным нормам–Такая формулировка не противоречит нравственным нормам	3,36	3,00	3,46	3,31	2,42	2,96	1–5, 3–5, 4–5, 5–7*
Заголовков понравится моим родителям–Не понравится моим родителям	3,15	3,15	2,9	3,03	3,79	2,98	3–5*, 3–7*, 5–6*, 6–7
Цицичные заголовки							
Непонятный–Понятный	3,29	3,12	3,21	2,92	2,96	2,88	1–6*, 1–7, 2–7*, 3–7*
Оригинальный–Неоригинальный	2,96	2,97	2,15	2,75	3,00	2,63	1–3, 2–3, 3–4*, 3–5

Шкала	Типы							Типы, различия, между которыми, значимы
	Теоретик	Отстраненный	Конформист	Релятивист-эгоцентрик	Поборник нравственности	Приверженный нравственным нормам	Социально-нормативный	
Реалистичный–Нереальный	2,73	3,03	2,95	3,00	3,67	3,24	3,21	1-5, 1-6*, 1-7*, 3-5*
Современный–Несовременный	2,63	2,48	2,08	2,31	2,54	2,39	2,35	2-7
Привлекает внимание–Не привлекает внимания	2,53	2,82	1,87	2,61	3,08	1,98	2,49	1-3*, 2-3, 2-6, 2-7, 3-5, 5-6, 6-7*
Запоминается–Не запоминается	2,31	3,09	2,03	2,61	3,13	2,37	2,65	1-2, 1-3, 1-5, 2-3, 2-6, 2-7, 3-5, 3-7*, 5-6*
Предполагает интересную статью–Не предполагает интересную статью	3,25	3,42	2,00	3,00	3,46	2,65	3,02	1-6*, 2-3, 2-6, 3-4, 3-5, 3-6*, 3-7, 5-6*, 6-7*
Притягивающий–Отталкивающий	3,51	3,39	2,21	3,08	4,00	3,06	3,3	1-3, 1-4, 2-3, 2-5*, 3-4*, 3-5, 3-6, 3-7, 4-5*, 5-6, 5-7*
Огорчающий–Радующий	2,41	2,39	2,74	2,36	2,46	2,24	2,53	3-6*
Раздражающий–Успокаивающий	2,39	2,61	2,69	1,94	2,5	2,29	2,39	2-4, 2-7*, 3-4,
Вызывает страх–Не вызывает страха	3,29	3,3	3,1	2,92	3,13	2,75	2,95	1-6*
Вызывает сочувствие–Не вызывает сочувствия	3,25	2,79	3,03	3,00	2,88	2,69	2,56	1-7, 3-7*
Возникает желание прочесть статью–Не возникает желания прочесть статью	2,97	3,12	2,15	3,03	3,38	2,82	3,00	1-3, 2-3*, 3-5*, 3-7

Шкала	Типы							Типы, различия, между которыми, значимы
	Теоретик	Отстраненный	Конформист	Релятивист-эгоцентрик	Поборник нравственности	Приверженный нравственным нормам	Социально-нормативный	
Вызывает желание обсудить с друзьями–Не вызывает желания обсудить с другими	3,31	3,15	2,23	3,11	3,5	3,02	3,35	1-3, 2-3, 3-4*, 3-5, 3-6, 3-7
Хочется дать почитать другому–Не хочется дать почитать другому	3,33	3,48	2,33	3,22	4,08	3,2	3,61	1-3, 1-5, 2-3, 3-4, 3-5, 3-6, 3-7, 4-5*, 5-6
Тема близка–Неблизка	3,63	3,36	2,82	3,53	4,38	3,35	3,68	1-3, 1-5*, 2-3*, 2-5, 3-4*, 3-5, 3-6, 3-7, 4-5*, 5-6, 5-7*
Заголовок понравится моим друзьям–Не понравится моим друзьям	3,25	3,48	2,44	3,17	3,67	3,2	3,21	1-3, 2-3, 3-4, 3-5, 3-6, 3-7
Пошлый–Порядочный	3,15	2,82	3,31	2,61	2,71	2,65	2,65	1-4, 1-7, 3-4, 3-6*, 3-7
Такая формулировка противоречит нравственным нормам–Такая формулировка не противоречит нравственным нормам	3,28	2,67	3,28	2,86	2,29	2,35	2,86	1-5, 1-6, 3-5*, 3-6, 6-7*
Заголовок понравится моим родителям–Не понравится моим родителям	3,64	3,33	3,08	3,56	3,75	3,49	3,56	1-3

ловки как реалистичные, современные, привлекающие внимание и запоминающиеся, но при этом не предполагающие интересную статью, пошлые, противоречащие нравственным нормам, раздражающие, отталкивающие и огорчающие их. У представителей этого типа не возникает желания прочесть статью и уж тем более обсудить ее с кем-либо, вдобавок их друзьям такие заголовки тоже не понравятся. Агрессивные заголовки понятны, реалистичны, современные, привлекают внимание, запоминаются, но при этом отталкивают, раздражают и не предполагают интересную статью. Неудивительно, что при таких эмоциональных оценках у данного типа респондентов не возникает желания прочесть такую статью, обсудить ее с кем-то. По их мнению, их друзья и родители также оценят подобные заголовки газет. Однако никакого противоречия нравственным нормам в этих заголовках «теоретики» не видят. Агрессия стала нормой в общественном дискурсе. Циничные заголовки оцениваются ими как понятные, оригинальные, реалистичные, современные, привлекающие внимание и запоминающиеся. Однако они тоже (как и другие виды неэтичных заголовков) отталкивают, раздражают, не предполагают под собой интересную статью, не побуждают обсудить ее, но при этом возникает желание (пусть и не ярко выраженное) прочесть статью. Этот тип респондентов не замечает несоответствия нравственным нормам этих заголовков, однако их референтным группам они вряд ли понравятся.

Оценка неэтичных заголовков у «теоретиков» в целом противоречива: заголовки, с одной стороны, признаются не противоречащими нравственным нормам, но в то же время предполагается их неодобрение родителями. При этом эмоциональные и идентификационные оценки негативные, что заставляет предположить не вполне осознаваемое влияние нравственных норм на оценку заголовков у представителей данного типа.

Тип нравственного самоопределения «отстраненный» оценивает вызывающе сексуальные заголовки как понятные, реалистичные, но несовременные, не привлекающие внимания и не запоминающиеся. Такие заголовки не предполагают интересную статью, отталкивают, огорчают, признаются несоответствующими нормам морали, но при этом не раздражают, а наоборот, успокаивают. Нет желания прочесть статью с таким заголовком, обсудить ее с кем-либо. Такая тематика не близка ни самим респондентам, ни их друзьям. Агрессивные заголовки кажутся им понятными, современными, но нереальными, не привлекающими внимания, не запоминающимися,

не предполагающими под собой интересную статью, однако побуждают прочесть ее, но не обсуждать с другими. Такие заголовки отталкивают, раздражают, кажутся пошлыми, не близки по теме, не понравятся референтной группе. При этом «отстраненные» респонденты не могут оценить соответствие таких заголовков общественным нормам морали. Циничные заголовки, по их мнению, понятны и оригинальны, современны и способны привлечь внимание, но нереалистичны и не запоминаются. Они не предполагают интересную статью, отталкивают, огорчают, раздражают, не побуждают прочесть и обсудить материал. Отмечается несоответствие нравственным нормам и неприятие таких заголовков референтными группами.

Оценка вызывающе сексуальных заголовков как несовременных, а также затруднение в оценке соответствия агрессивного заголовка нравственным нормам и нежелание делиться прочитанной информацией – все это подтверждает отстраненность позиции этой группы респондентов. Однако типу нравственного самоопределения «отстраненный» свойственно в целом негативно оценивать неэтичные формулировки заголовков практически по всем показателям. По-видимому, данная группа респондентов не так уж и отстранена от вопросов этики и все же имеет собственную нравственную позицию.

Тип нравственного самоопределения «конформист» оценивает вызывающе сексуальные газетные заголовки как понятные, реалистичные, современные, привлекающие внимание, запоминающиеся, притягивающие, радующие и даже предполагающие интересную статью и побуждающие ее прочесть. Хотя у «конформистов» нет желания обсуждать с кем-либо прочитанное, заголовок признается не соответствующим нравственным нормам и сама тема не близка им, их друзьям может понравиться заголовок такого типа. По-видимому, их личное отношение к неэтичным явлениям и желание «быть как все» приводят к такому противоречию в оценках. Агрессивные заголовки для них понятны, реалистичны, современные, привлекают внимание, запоминаются, предполагают интересную статью, побуждают ее прочесть и обсудить. Такие заголовки соответствуют нравственным нормам и будут приятны референтным группам. Такие оценки неудивительны, если вспомнить, что значительную долю современного дискурса СМИ составляет тема насилия, что привело к повышению порога чувствительности к таким явлениям, они воспринимаются большинством как «норма» жизни. Оценка циничных заголовков «конформистами»: понятны,

оригинальны, реалистичны, современны, привлекают внимание, запоминаются, притягивают, предполагают интересную статью, побуждают ее прочесть, обсудить, но огорчают и раздражают. Такие заголовки не противоречат нравственным нормам, близки им и их друзьям, но не понравятся родителям.

Подытоживая, отметим, что представители типа нравственного самоопределения «конформист» одобряют агрессивные заголовки, осуждают вызывающе сексуальные, неоднозначно оценивают циничные. Эти респонденты неустойчивы в своих оценках, по-видимому, они ориентируются на мнение окружающих.

Тип нравственного самоопределения «релятивист-эгоцентрик» оценивает вызывающе сексуальные заголовки как понятные, реалистичные, современные, привлекающие внимание, запоминающиеся, притягивающие, радующие, но при этом раздражающие, не предполагающие под собой интересную статью, не побуждающие ее прочесть и обсудить. Тема этих заголовков лично не близка, хотя может понравиться друзьям. Есть осознание несоответствия нравственным нормам. Агрессивные газетные заголовки, по мнению представителей данного типа: понятные, реалистичные, современные, привлекают внимание, запоминаются, предполагают интересную статью, побуждают ее прочесть самому и дать почитать другому, но отталкивают, раздражают, не вызывают желания обсудить такую статью. Такие заголовки признаются неэтичными и не понравятся референтным группам. Циничные заголовки непонятны, оригинальны, современны, привлекают внимание, запоминаются, но отталкивают, огорчают, раздражают, даже вызывают страх. Нет желания читать и обсуждать такую статью. Тема не близка, заголовков признан неэтичным, не получит одобрения референтных групп.

Таким образом, «релятивисты-эгоцентрики» осуждают вызывающе сексуальные и циничные формулировки заголовков, агрессивные считают не противоречащими нравственным нормам, но неприемлемыми для родителей. Можно сказать, что данный тип респондентов гораздо более ориентирован на моральные нормы, чем открыто декларирует.

Тип нравственного самоопределения «поборник нравственности» характеризует вызывающе сексуальные заголовки как понятные, современные, привлекающие внимание, но нереальные, не запоминающиеся, отталкивающие, огорчающие, раздражающие, не предполагающие под собой интересную статью, не побуждающие прочесть и обсудить ее. Такая тематика не близка ни самим представителям

данного типа, ни их друзьям и признается неэтичной. Агрессивные заголовки для них понятны, реалистичны, современны, но не привлекают внимания, не запоминаются, отталкивают, раздражают, не предполагают интересную статью, не побуждают ее прочесть и обсудить. Такие заголовки не понравятся референтным группам и признаются неэтичными. Циничные заголовки непонятны, нереальны, не привлекают внимания, не запоминаются, не предполагают интересную статью, отталкивают, огорчают, раздражают, хотя современны и вызывают сочувствие. Нет желания читать и обсуждать такую статью, ее тематика не близка и не будет одобрена референтными группами, признается не соответствующей нравственным нормам.

Таким образом, тип нравственного самоопределения «поборник нравственности» не приемлет все неэтичные формулировки газетных заголовков, т. е. последователен в своей нравственной позиции.

Тип нравственного самоопределения «приверженный нравственным нормам» оценивает вызывающе сексуальные газетные заголовки как непонятные, нереальные, огорчающие, раздражающие, не предполагающие интересную статью, не вызывающие желания обсудить ее, но современные, привлекающие внимание, запоминающиеся, притягивающие, побуждающие прочесть статью. Такая тема не близка респондентам и оценивается как не соответствующая нравственным нормам, хотя и может заинтересовать друзей. Агрессивные заголовки, по их мнению, понятные, реалистичные, современные, привлекающие внимание, запоминающиеся, предполагающие интересную статью, побуждающие прочесть и обсудить ее, притягивающие, но при этом раздражающие, неблизкие по теме. Такие заголовки понравятся и друзьям, и родителям, но все же оцениваются как неприемлемые с точки зрения нравственности. Циничные заголовки непонятны им, но признаются оригинальными и современными. Они привлекают внимание и запоминаются, но при этом отталкивают, огорчают, раздражают, вызывают страх и сочувствие, оцениваются как несоответствующие нравственным нормам. Статья ожидается интересной, ее хочется прочесть самому, но нет желания обсуждать с другими. Тема на самом деле им не близка и не вызовет одобрения референтных групп.

Таким образом, все, что не соответствует нравственным нормам, вызывает у них бурную негативную эмоциональную реакцию, заинтересованность и сопереживание. Респонденты, «приверженные нравственным нормам», осуждают неэтичные заголовки в целом.

В принципе можно считать, что их оценка неэтичных явлений СМИ практически не отличается от декларируемых ими нравственных представлений, стратегий и ориентаций.

Тип нравственного самоопределения «социально-нормативный» вызывающе сексуальные заголовки характеризует следующим образом: непонятные, нереальные, современные, привлекающие внимание, запоминающиеся, отталкивающие, раздражающие, не соответствующие нравственным нормам, не предполагающие интересную статью, но побуждающие ее прочесть, хотя ее тема и не близка. Агрессивные заголовки были оценены как понятные, реалистичные, современные, привлекающие внимание, запоминающиеся, вызывающие сочувствие, предполагающие под собой интересную статью, но при этом отталкивающие, раздражающие, не побуждающие прочесть и обсудить такой материал. По мнению этого типа респондентов, их референтным группам не понравятся такие заголовки. Их тема не близка и признается неэтичной. Циничные заголовки непонятны, но признаются оригинальными, современными, привлекающими внимание и запоминающимися. Однако они отталкивают, огорчают, раздражают, вызывают страх и сочувствие и не предполагают под собой интересную статью. Такая тематика им не близка, не понравится референтным группам, признается неэтичной.

Подводя итог, отметим, что представители типа нравственного самоопределения «социально-нормативный» негативно оценивают вызывающе сексуальные и циничные формулировки заголовков, но агрессивные считают не противоречащими нравственным нормам, хотя и неприемлемыми для их родителей. Их нравственная позиция также может быть признана согласованной.

Отношения к неэтичным формулировкам газетных заголовков у различных социально-демографических групп молодежи

Половые различия в отношении

к неэтичным формулировкам газетных заголовков

Женщины в большей мере, чем мужчины, уверены в том, что формулировки вызывающе сексуальных заголовков противоречат нравственным нормам. Также они в отличие от мужчин считают формулировки агрессивных заголовков в некоторой степени проти-

воречащими нравственным нормам. Циничные заголовки вызывают у женщин в отличие от мужчин некоторый страх.

Вызывающе сексуальные формулировки газетных заголовков кажутся мужчинам в некоторой степени реалистичными в отличие от женщин. Агрессивные заголовки не вызывают страха у мужчин более явно, чем у женщин. Циничные формулировки заголовков лучше запоминаются мужчинами, чем женщинами (см. таблицу 57).

Мужчины менее склонны оценивать заголовки с позиций нравственности. Причем, например, циничные заголовки хорошо запоминаются ими. У мужчин нет упоминаний о том, что какой-либо неэтичный заголовок может вызвать у них страх. По-видимому, мужчины в целом менее серьезно относятся к неэтичным заголовкам в прессе. Женщины отмечают неэтичность заголовков, использованных в данном исследовании. Такие результаты могут объясняться большей рациональностью мужчин и их склонностью к глобальному рассмотрению ситуации, а также женской эмоциональностью, впечатлительностью, вниманием к деталям.

Возрастные различия в отношении

к неэтичным формулировкам газетных заголовков

Молодежь 18–23 лет наиболее лояльна. Вызывающе сексуальные заголовки кажутся им в некоторой мере реалистичными, современными, но потенциально отвергаемыми родителями. Только эта группа респондентов считает такой тип заголовков притягивающими, только их друзьям могут понравиться эти заголовки. Агрессивные заголовки с их точки зрения наименее современные, запоминающиеся, отталкивающие, раздражающие. Тема не близка им, но в небольшой мере. Они также уверены, что эти заголовки порядочные. Они гораздо менее впечатлены подобными заголовками, чем респонденты 30–35 лет (оценки по многим шкалам близки к нейтральным значениям). Циничные заголовки в небольшой мере притягивают их в отличие от прочих возрастных групп. Эти заголовки огорчают и раздражают их в наименьшей мере. Также в наименьшей мере данная группа склонна считать, что тема таких заголовков не близка им. Только их друзьям может понравиться такой заголовок. Только эта группа респондентов считает циничные заголовки порядочными и не противоречащими нравственным нормам. В целом в оценках неэтичных формулировок газетных заголовков отсутствуют негативные этические оценки.

Таблица 57

Отношение к неэтичным явлениям у молодых мужчин и женщин
(по критерию Манна–Уитни)

Шкала	Пол		Z	P
	мужчины	женщины		
<i>Вызывающе сексуальные заголовки</i>				
Реалистичный–Нереальный	2,77	3,18	-2,53	0,01
Такая формулировка противоречит нравственным нормам – Не противоречит нравственным нормам	2,67	2,35	1,66	0,1
<i>Агрессивные заголовки</i>				
Вызывает страх – Не вызывает страха	3,45	3,07	2,22	0,03
Такая формулировка противоречит нравственным нормам – Такая формулировка не противоречит нравственным нормам	3,34	2,97	2,29	0,02
<i>Циничные заголовки</i>				
Запоминается – Не запоминается	2,37	2,67	-1,83	0,07
Вызывает страх – Не вызывает страха	3,31	2,84	2,8	0,005

Молодежь 24–29 лет оценивает неэтичные заголовки в целом негативно. Вызывающе сексуальные заголовки отталкивают их, в некоторой мере раздражают. Такие заголовки не понравятся их друзьям и особенно родителям. Агрессивные заголовки отталкивают их в наибольшей мере. К тому же они раздражают. Циничные заголовки отталкивают, огорчают. Они не понравятся друзьям респондентов в наибольшей мере.

Молодежь 30–35 лет в отличие от других групп вызывающе сексуальные заголовки оценивает как нереальные. Они наиболее современные, отталкивающие, раздражающие, не понравятся друзьям и родителям. Агрессивные заголовки тоже наиболее современные. Циничные заголовки – наиболее отталкивающие, огорчающие, раздражающие и пошлые. Они не понравятся друзьям. Тема таких заголовков не близка представителям данной группы в наибольшей мере. Формулировки, по их оценке, противоречат нравственным нормам. В целом неэтичные формулировки газетных заголовков признаются современными, но вызывают негативные эмоции, не понравятся референтным группам, оцениваются как несоответствующие нравственным нормам (таблица 58).

Таблица 58

Отношение к неэтичным формулировкам газетных заголовков разных возрастных групп молодежи (по критерию Манна–Уитни)

Шкала	Возраст			Возрастные группы, различия между которыми значимы
	18–23 года (1)	24–29 лет (2)	30–35 лет (3)	
<i>Вызывающе сексуальные заголовки</i>				
Реалистичный–Нереальный	2,82	2,95	3,22	1–3*
Современный–Несовременный	2,67	2,51	2,27	1–3
Притягивающий–Отталкивающий	2,83	3,2	3,38	1–2*, 1–3
Раздражающий–Успокаивающий	2,73	2,72	2,44	2–3*
Заголовок понравится моим друзьям – Не понравится моим друзьям	2,76	3,23	3,24	1–2*, 1–3*
Заголовок понравится моим родителям – Не понравится моим родителям	3,59	3,66	4,07	1–3, 2–3*
<i>Агрессивные заголовки</i>				
Современный–Несовременный	2,59	2,35	2,09	1–3
Запоминается – Не запоминается	2,95	2,71	2,6	1–3*
Притягивающий–Отталкивающий	3,03	3,45	3,27	1–2
Раздражающий–Успокаивающий	2,61	2,4	2,15	1–2*, 1–3
Тема близка–Неблизка	3,28	3,67	3,69	1–3*
Пошлый–Порядочный	3,37	3,1	3,03	1–3*
<i>Циничные заголовки</i>				
Притягивающий–Отталкивающий	2,88	3,22	3,6	1–3, 2–3*
Огорчающий–Радующий	2,62	2,52	2,17	1–3, 2–3*
Раздражающий–Успокаивающий	2,58	2,43	2,13	1–3
Тема близка–Неблизка	3,24	3,49	3,84	1–3
Заголовок понравится моим друзьям – Не понравится моим друзьям	2,82	3,47	3,34	1–2, 1–3
Пошлый–Порядочный	3,02	2,91	2,65	1–3
Такая формулировка противоречит нравственным нормам – Такая формулировка не противоречит нравственным нормам	3,13	2,8	2,63	1–3

Примечание: * – различия значимы на уровне тенденции ($p < 0,1$).

Возрастные различия у женщин

Женщины в возрасте 18–23 лет в целом неэтичные формулировки заголовков оценивают позитивно по когнитивным характеристикам, противоречиво по эмоциональным и идентификационным харак-

теристикам, негативно по этическим характеристикам (подробнее см. в приложении 5.4). Женщинами в возрасте 24–29 лет в целом неэтичные заголовки оцениваются позитивно по когнитивным характеристикам, противоречиво по эмоциональным характеристикам, негативно по этическим и идентификационным характеристикам. Женщины в возрасте 30–35 лет неэтичные формулировки заголовков оценивают противоречиво по когнитивным характеристикам, негативно по эмоциональным, идентификационным, этическим характеристикам, т. е. с возрастом у молодых женщин усиливается неприятие неэтичных публикаций в СМИ.

Возрастные различия у мужчин

Мужчины в возрасте 18–23 лет в целом неэтичные формулировки газетных заголовков оценивают положительно по когнитивным показателям, противоречиво по эмоциональным показателям, негативно по показателям идентификации. Мужчины в возрасте 24–29 лет неэтичные формулировки газетных заголовков в целом оценивают противоречиво по когнитивным показателям, негативно по эмоциональным и идентификационным показателям. Мужчины в возрасте 30–35 лет в целом неэтичные формулировки газетных заголовков оценивают позитивно по когнитивным характеристикам, негативно по эмоциональным и идентификационным характеристикам (подробнее см. в приложении 5.4). Таким образом, наиболее зрелая нравственная позиция имеет место в средней возрастной группе молодых мужчин.

Различия между респондентами

с разным семейным и родительским статусом

Вызывающе сексуальные и агрессивные заголовки более современные, по мнению респондентов, состоящих в браке, чем с точки зрения респондентов, не состоящих в браке. Также тема агрессивных заголовков в большей мере не близка респондентам, состоящим в браке. Циничные заголовки для респондентов, состоящих в браке, наиболее отталкивающие, раздражающие, статью с таким заголовком не хочется дать почитать другому, тема не близка, не понравится друзьям и родителям респондентов в наибольшей мере (таблица 59).

С точки зрения респондентов, имеющих детей, вызывающе сексуальные заголовки непонятные, современные и огорчающие. Их фор-

Таблица 59

Отношение к неэтичным явлениям у молодежи, состоящей и не состоящей в браке (по критерию Манна–Уитни)

Шкала	Семейный статус		Z	P
	Состоит в браке	Не состоит в браке		
<i>Вызывающе сексуальные заголовки</i>				
Современный–Несовременный	2,3	2,72	-3,11	0,002
<i>Агрессивные заголовки</i>				
Современный–Несовременный	2,19	2,49	-1,84	0,07
Тема близка–Неблизка	3,75	3,35	1,75	0,08
<i>Циничные заголовки</i>				
Притягивающий–Отталкивающий	3,4	3,02	1,97	0,05
Раздражающий–Успокаивающий	2,26	2,53	-2,07	0,04
Хочется дать почитать другому – Не хочется дать почитать другому	3,46	3,1	1,86	0,06
Тема близка–Неблизка	3,76	3,35	2,02	0,04
Заголовок понравится моим друзьям – Не понравится моим друзьям	3,5	2,92	2,92	0,003
Заголовок понравится моим родителям – не понравится моим родителям	3,67	3,35	1,94	0,05

мулировки не понравятся друзьям и противоречат нравственным нормам. Агрессивные заголовки более современны для тех, у кого есть дети. Их больше раздражают циничные заголовки. Они в большей мере не понравятся друзьям.

Для молодежи, не имеющей детей, вызывающе сексуальные заголовки понятны, немного радуют и в небольшой мере могут понравиться друзьям. Циничные заголовки кажутся им оригинальными и побуждают прочитать статью в отличие от тех респондентов, у кого есть дети (таблица 60).

Отношение к неэтичным формулировкам газетных заголовков у респондентов, имеющих детей, различно в зависимости от вида: вызывающе сексуальные и циничные заголовки получают негативные оценки, а агрессивные позитивно оцениваются по когнитивным показателям. Респонденты, не имеющие детей, вызывающе сексуальные формулировки заголовков оценивают негативно по этическим показателям, агрессивные положительно по когни-

Таблица 60

Отношение к неэтичным явлениям у молодежи, имеющей и не имеющей детей (по критерию Манна–Уитни)

Шкала	Наличие детей		Z	P
	есть	нет		
<i>Вызывающе сексуальные заголовки</i>				
Непонятный–Понятный	2,7	3,13	-2,58	0,01
Современный–Несовременный	2,26	2,67	-2,48	0,01
Огорчающий–Радующий	2,81	3,07	-1,75	0,08
Заголовок понравится моим друзьям – Не понравится моим друзьям	3,32	2,93	2,00	0,05
Такая формулировка противоречит нравственным нормам – Такая формулировка не противоречит нравственным нормам	2,2	2,6	-2,1	0,04
<i>Агрессивные заголовки</i>				
Современный–Несовременный	2,12	2,5	-1,69	0,09
<i>Циничные заголовки</i>				
Оригинальный–Неоригинальный	3,00	2,64	2,18	0,03
Раздражающий–Успокаивающий	2,2	2,5	-1,92	0,05
Возникает желание прочесть статью – Не возникает желания прочесть статью	3,21	2,78	2,05	0,04
Заголовок понравится моим друзьям – Не понравится моим друзьям	3,43	3,07	1,93	0,05

тивными показателям, циничные негативно по эмоциональным показателям.

Отношение к неэтичным формулировкам газетных заголовков в зависимости от типа занятости респондентов

Только учащиеся респонденты оценивают вызывающе сексуальные заголовки как понятные. Такие заголовки запоминаются и оцениваются как противоречащие нравственным нормам в наибольшей мере. Агрессивные заголовки для них наиболее понятны. Только для них агрессивные заголовки не подразумевают интересную статью. При этом они не вызывают страха. Только их друзьям могут понравиться циничные заголовки.

Респондентами, совмещающими работу и учебу вызывающе сексуальные заголовки оцениваются как наиболее современные

и привлекающие внимание. Агрессивные заголовки запоминаются ими и оцениваются как не противоречащие нравственным нормам в наибольшей мере. Только им циничные заголовки кажутся порядочными.

Работающие респонденты оценивают вызывающе сексуальные заголовки как непонятные. Вызывающе сексуальные заголовки в наименьшей мере привлекают их внимание. Агрессивные заголовки для них наиболее современные и раздражающие. Только эта категория респондентов оценивает агрессивные заголовки как пошлые. Циничные заголовки огорчают их в наибольшей мере (таблица 61).

В целом неэтичные формулировки газетных заголовков оцениваются учащимися респондентами противоречиво по эмоциональным показателям, негативно по идентификационным и этическим показателям. Респонденты, совмещающие учебу и работу, оценивают неэтичные заголовки позитивно по когнитивным показателям, противоречиво по эмоциональным и этическим показателям, негативно по идентификационным показателям. Неэтичные формулировки газетных заголовков оцениваются работающими респондентами неопределенно по когнитивным показателям, противоречиво по эмоциональным показателям, негативно по идентификационным и этическим показателям.

Выводы

1. Современная российская молодежь подвергалась наиболее сильному воздействию ценностей, ранее не свойственных нашему обществу, транслируемых СМИ и коммерческой рекламой. Это воздействие преломляется через личные особенности и влияние ближайшего окружения, его норм и ценностей. Нравственные нормы, разделяемые личностью или осознаваемые нравственные нормы значимого социального окружения могут быть мощным фактором, противостоящим влиянию неэтичных публикаций. При этом нравственно-психологическая регуляция может протекать в различных формах. В частности, она может не осознаваться личностью или носить отсроченный характер.
2. В ходе исследования выявлены значимые различия в отношении к неэтичным газетным заголовкам у представителей различных психологических типов нравственного самоопределения. У представителей типов нравственного самоопределения «Теоретик», «Конформист», «Поборник нравственности», «Привер-

Таблица 61

Отношение к неэтичным формулировкам газетных заголовков молодежи с разным типом занятости (по критерию Манна–Уитни)

Шкала	Занятость			Типы занятости, различия между которыми значимы
	Учеба (1)	Совмещение учебы и работы (2)	Работа (3)	
<i>Вызывающе сексуальные заголовки</i>				
Непонятный–Понятный	3,28	2,89	2,79	1–2, 1–3
Современный–Несовременный	2,65	2,38	2,47	1–2*
Привлекает внимание – Не привлекает внимания	2,45	2,38	2,86	2–3*
Запоминается – Не запоминается	2,44	2,81	2,79	1–2*
Такая формулировка противоречит нравственным нормам – Такая формулировка не противоречит нравственным нормам	2,19	2,71	2,48	1–2
<i>Агрессивные заголовки</i>				
Непонятный–Понятный	3,84	3,59	3,31	1–3
Современный–Несовременный	2,55	2,3	2,2	1–3*
Запоминается – Не запоминается	2,97	2,57	2,74	1–2*
Предполагает интересную статью – Не предполагает интересную статью	3,19	2,87	2,77	1–3
Раздражающий–Успокаивающий	2,37	2,54	2,17	2–3
Вызывает страх – Не вызывает страха	3,37	3,02	3,39	1–2*
Пошлый–Порядочный	3,15	3,48	2,86	1–3*, 2–3
Такая формулировка противоречит нравственным нормам – Такая формулировка не противоречит нравственным нормам	3,03	3,44	2,98	1–2*, 2–3
<i>Циничные заголовки</i>				
Огорчающий–Радующий	2,67	2,36	2,26	1–3*
Заголовок понравится моим друзьям – Не понравится моим друзьям	2,84	3,22	3,55	1–3
Пошлый–Порядочный	2,64	3,12	2,77	1–2

Примечание: * – на уровне тенденции ($p < 0,1$).

женный нравственным нормам», «Социально-нормативный» имеет место согласованность нравственной позиции и оценок неэтичных публикаций СМИ. У представителей типов «Отстраненный» и «Релятивист-эгоцентрик» эти оценки не согласованы. В частности, «релятивисты-эгоцентрики» осуждают вызывающе сексуальные и циничные формулировки заголовков, агрессивные считают не противоречащими нравственным нормам, но неприемлемыми для родителей. Можно сказать, что данный тип респондентов гораздо более ориентирован на моральные нормы, чем открыто декларирует.

- Мужчины менее склонны оценивать заголовки с позиций нравственности по сравнению с женщинами. Оценка неэтичных газетных заголовков у молодежи 24–35 лет явно более негативна, чем у молодежи 18–23 лет. Отношение к неэтичным газетным заголовкам у респондентов, состоящих в зарегистрированном или гражданском браке, более негативное, чем у не состоящих в браке. Отношение к неэтичным газетным заголовкам у респондентов, имеющих детей, более негативное, чем у бездетных респондентов. Отношение к неэтичным объектам у работающих респондентов более негативное, чем у учащихся и у совмещающих учебу и работу.

ЗАКЛУЧЕНИЕ

Выполненный анализ современного состояния психологии нравственности, или этической психологии, показал, что проблематика исследований в этой области должна включать нравственно-психологические феномены взаимодействия субъекта с другими людьми, группами, обществом, а также нравственные оценки и отношения к мирозданию, объектам и явлениям окружающей действительности, своему психологическому пространству, к самому себе, своей жизни, собственным способностям, потребностям и состояниям. Перспективными направлениями психологии нравственности можно считать следующие: макропсихологический подход к исследованию нравственности; нравственно-психологическая и духовная детерминация социальной, экономической, профессиональной, политической и других видов активности субъекта; нравственное самоопределение личности и группы; психологическая типология нравственности личности; методы воздействия на нравственное сознание и поведение.

Особое внимание было уделено обоснованию актуальности исследования комплексных феноменов экономического сознания, таких как *нравственное самоопределение*, которое понимается нами как процесс ориентации личности в системе нравственных идеалов и ценностей, среди людей и социальных групп, являющихся их носителями, а также как осознанный процесс поиска, выбора и создания личностью собственных нравственных эталонов и идеалов, а затем на их основе – принципов, ценностей, норм, правил и т. п. В монографии были рассмотрены теоретические основания исследования феномена самоопределения, отечественные и зарубежные психологические концепции нравственности личности, проанализирован существующий методический инструментарий для ее оценки. В ходе

теоретического анализа определено соотношения различных видов самоопределения и продемонстрирована особая роль нравственного самоопределения в ряду других видов и сформулированы основные особенности нравственного самоопределения.

В монографии представлены авторские модели содержания и структуры нравственного самоопределения, а также рассмотрено применение некоторых ранее созданных моделей к нравственному самоопределению. Приложение *уровневой модели* к нравственному самоопределению позволяет в качестве основных элементов «ценностно-нравственного стержня» назвать нравственные ориентации, эталоны, идеалы и антиидеалы, базовые нравственные чувства и представления (нравственное мировоззрение), наиболее устойчивые элементы нравственных стратегий и т. д. «Оболочку» же нравственного самоопределения составляют нравственные чувства по отношению к различным объектам окружающего мира и представления о них, нравственные принципы, нормы и правила поведения в различных ситуациях, с различными категориями людей и т. д.

В целом построение эмпирической структуры нравственного самоопределения является перспективным направлением исследований, поскольку установление взаимосвязей и иерархии его элементов позволяет более надежно прогнозировать нравственную позицию и поведение, а также динамику нравственного самоопределения отдельных субъектов и различных социальных групп в изменяющихся условиях. Результаты кластерного, а также регрессионного анализа элементов нравственного самоопределения подтвердили, что компоненты нравственного самоопределения различаются по значимости и соответственно могут быть отнесены к «стержню» или «оболочке» нравственного самоопределения. Одновременно элементы различаются по своим функциям, а также по природе – по своему происхождению они группируются в соответствии с разными основаниями нравственности (биологическим, духовным, социальным и прагматичным). Этим многообразием детерминации, функций и природы отдельных элементов, а также смены их детерминации на разных этапах нравственного самоопределения и объясняется невозможность построения простой иерархической модели нравственного самоопределения. Полученные данные послужили основой авторской структурно-динамической модели нравственного самоопределения.

Эмпирические исследования, представленные в монографии, посвящены изучению нравственного самоопределения молодежи –

его содержанию, структуре, факторам. К числу факторов нравственного самоопределения может быть отнесена значительная совокупность переменных: пол, возраст, материальный и социальный статус, семейное положение, наличие/отсутствие детей, сила воли, эмпатия, доверчивость, агрессивность, смелость, эмоциональная неустойчивость, локус контроля, направленность на себя/дело, уровень интеллекта, профессиональная деятельность, влияние значимого окружения, социально-экономическая ситуация в обществе и т. д. Некоторые из них взаимосвязаны (например, эмоциональные и волевые качества). Значительная часть перечисленных факторов была проанализирована в ходе серии эмпирических исследований.

Необходимо отметить, что выполненный анализ позволил изучить содержание нравственного самоопределения, характерное для современной молодежи центральных регионов России. Можно предположить, что у представителей других групп и когорт содержание нравственного самоопределения может оказаться иным. Это открывает широкие перспективы анализа феномена нравственного самоопределения в будущем.

Результаты исследования показали, что в целом нравственное самоопределение изученной группы молодежи характеризуется *общностью нравственной позиции* для всей выборки по значительной совокупности показателей. По мнению большинства, мораль и нравственность формируется в человеческом сообществе как необходимое условие взаимодействия его членов. По мнению многих респондентов, каждый человек сам несет ответственность за свой моральный облик, и его наследственность или влияние окружающей среды не могут служить оправданием безнравственному поведению. Большинство демонстрирует убежденность в необходимости активной нравственной позиции, испытывает удовлетворение от соблюдения нравственных норм, считает отклонение от должного допустимым только в крайних случаях. Для многих характерна гуманистическая и миросозидательная направленность. Установлено, что у современной молодежи имеются и нравственные идеалы, и нравственные ориентиры.

Интересно также, что по некоторым нравственным убеждениям выявлены *полярные группы*, в частности, имеются сторонники счастливой, безнаказанной, не обремененной моральными нормами жизни и те, кто считает это невозможным. Существует группа тех, кто считает людей нравственными от природы, имеется группа их противников. Среди респондентов есть люди, готовые пренебречь

интересами других ради личной выгоды, и те, кто не может так поступить; есть не доверяющие намерениям окружающих, но также есть и доверяющие.

В ходе анализа нравственного самоопределения различных социально-демографических групп было найдено подтверждение тому, что для молодежи 30–35 лет характерна более позитивная нравственная позиция, чем для молодежи 18–29 лет. Однако была выявлена половая специфика возрастных различий: у мужчин в возрасте 30–35 лет наблюдается «нравственный регресс» по отдельным показателям в сравнении с возрастом 18–29 лет. Также подтвердилось, что для молодых респондентов, имеющих семью и детей в сравнении с бездетными респондентами характерен более позитивный результат нравственного самоопределения. Предположение о более позитивной нравственной позиции молодежи, вовлеченной в один тип занятости, не вполне подтвердилось: в ситуации совмещения учебы и работы некоторые представления о нравственности оказываются более негативными, а некоторые стратегии – более позитивными. Показательно, что респондентов, состоящих в зарегистрированном или гражданском браке, отличают более позитивные представления о нравственности, а респондентов, имеющих детей, отличает более позитивная нравственная позиция.

Анализ личностной детерминации позволил установить, что нравственность личности не зависит от ее интеллекта, смелости, практичности, доминантности. В то же время получены данные о том, что волевое начало, способность к самоограничению, саморегуляции и самокоррекции имеет большое значение для нравственного самоопределения личности. Установлено, что роль эмоционального интеллекта в нравственном самоопределении как женщин, так и мужчин сложна и неоднозначна. С ростом межличностного эмоционального интеллекта нравственное самоопределение женщин меняется как линейно, так и нелинейно по некоторым показателям. Мужчинам с более высоким ВЭИ свойственны более позитивные представления о нравственности (личная ответственность), нравственные ориентации (миросозидательная) и менее позитивные представления о нравственности (искусственность, относительность), нравственные стратегии (взаимность), а также более негативное отношение к неэтичным рекламе и газетным заголовкам.

Духовная и нравственная регуляция охватывает все сферы экономического сознания и поведения: отношение к труду, обмену и потреблению; отношение к деньгам и собственности; отношение

к бедности и богатству; взаимоотношения людей в ходе экономической деятельности. Эти положения послужили основой серии эмпирических исследований нравственного самоопределения в системе социального взаимодействия и коммуникации. Их результаты позволили сделать заключение о существовании некоторых противоречий в отношении к труду и отдельным его видам у современной студенческой молодежи. Так, с одной стороны, для наших респондентов важно иметь работу, соответствующую нравственным принципам. С другой стороны, многие респонденты готовы принимать участие в тех видах самообеспечения, которые считают неэтичными в критической жизненной ситуации или в случае, если их роль в этом бизнесе – вполне законна и нравственна.

Исследования нравственной регуляции деловых взаимоотношений у молодых руководителей показало, что отдельные компоненты нравственного самоопределения связаны между собой, а также с психологическими характеристиками деловой активности (самооценками уровня и динамики деловой активности, возможностей в повышении материальных доходов, удовлетворенностью уровнем материального благосостояния, выбором формы и вида деловой активности). Закономерным этапом самоопределения амбициозных молодых руководителей, наращивающих экономическую активность, является этап, характеризующийся внутриличностными нравственными конфликтами.

Нравственно-психологическая регуляция может протекать в различных формах. В частности, она может не осознаваться личностью или носить отсроченный характер. Эта гипотеза подтвердилась в ходе эмпирического исследования, которое позволило выявить у представителей некоторых типов нравственного самоопределения несоответствия между представлениями о нравственности, нравственными стратегиями, ориентациями и отношением к неэтичным объектам. В нашем исследовании такими объектами выступали неэтичная реклама и неэтичные формулировки газетных заголовков. Современные СМИ и коммерческая реклама нередко транслируют ценности, ранее не свойственных нашему обществу. Это воздействие преломляется через личностные особенности и влияние ближайшего окружения, его норм и ценностей. Наше исследование позволило установить, что нравственные нормы, разделяемые личностью, или осознаваемые нравственные нормы значимого социального окружения могут быть мощными факторами, противостоящим влиянию неэтичных публикаций.

В заключение отметим, что разработанный методический инструментарий в целом оправдал ожидания и позволил получить интересные данные. В этой связи представляется перспективным продолжение методической работы и проведение масштабных исследований нравственного самоопределения. Интересно было бы сопоставить нравственное самоопределение детей, молодежи и людей зрелого или старшего возраста, а также проанализировать динамику этого феномена на протяжении ближайших десятилетий. Постоянный мониторинг нравственного самоопределения позволит отслеживать тенденции нравственного сознания в обществе, в частности, оценивать изменения представленности у различных групп населения тех или иных типов нравственного самоопределения личности, в том числе исчезновение одних типов и появление новых. Результаты подобных исследований представляют интерес при разработке программ формирования нравственности в современном российском обществе и позволяют оценивать их эффективность.

ЛИТЕРАТУРА

- Абульханова К. А. С. Л. Рубинштейн – ретроспектива и перспектива // Проблема субъекта в психологической науке / Отв. ред. А. В. Брушлинский, М. И. Воловикова, В. Н. Дружинин. М.: Академический проект, 2000. С. 13–26.
- Абульханова-Славская К. А. Развитие личности в процессе жизнедеятельности // Психология формирования и развития личности / Под ред. Л. И. Анцыферовой. М.: Наука, 1981. С. 19–44.
- Абульханова-Славская К. А. Стратегия жизни. М.: Мысль, 1991.
- Акатов А. И. Социальное самоопределение старшеклассников: ретроспективный подход. Курск: Изд-во Курск. гос. ун-та, 2009.
- Алдашева А. А., Медведев В. И., Сарбанов У. К. Психология банковской деятельности. СПб.: Семаргл, 2006.
- Александров Ю. И. Мораль и гены. Предисловие к русскому изданию // Мораль и разум: Как природа создавала наше универсальное чувство добра и зла. М.: Дрофа, 2008. С. 5–18.
- Александров Ю. И., Александрова Н. Л. От эмоции к сознанию и от морали к закону // Субъективный опыт, культура и социальные представления. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009. С. 141–223.
- Александров Ю. И., Александрова Н. Л. Субъективный опыт, культура и социальные представления. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009.
- Андерсон Р., Шихирев П. «Акулы» и «дельфины». М.: Дело, 1994.
- Андреева Г. М. Социальная психология. М.: Аспект-Пресс, 2004.
- Антилогова Л. Н. Нравственное сознание и его структура // Сибирская психология сегодня. Сборник научных трудов. Кемерово: Кузбассвузиздат, 2002.
- Антилогова Л. Н. Психологические механизмы развития нравственного сознания личности: Дис. ... докт. психол. наук. Новосибирск, 1999.
- Анцыферова Л. И. Связь морального сознания с нравственным поведением человека (по материалам исследований Лоуренса Колберга и его школы) // Психологический журнал. 1999. Т. 20. № 3. С. 5–17.
- Асадуллина О. А. Гендерные аспекты социальной идентичности современной молодежи // Психология и современной российское образование: Материалы IV Всероссийского съезда психологов образования России. М.: Общероссийская общественная организация «Федерация психологов образования России», 2008. С. 405–406.
- Байкова Е. Ю., Купрейченко А. Б. Психологическая эффективность рекламного воздействия // Проблемы экономической психологии. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. Т. 2. С. 368–398.
- Басхаева И. И. Психологические детерминанты профессионального самоопределения студентов педагогического колледжа: Дис. ... канд. психол. наук. Хабаровск, 2005.
- Бербешкина З. А. Справедливость как социально-философская категория: Дис. ... докт. филос. наук. М., 1976.
- Берк Л. Е. Развитие ребенка. СПб.: Питер, 2006.
- Берне Р. Развитие Я-концепции и воспитание. М.: Прогресс, 1986.
- Битянова Н. Р. Проблема саморазвития личности в психологии: Аналитический обзор. М.: МПСИ–Флинта, 1998.
- Богомолов О. Т. Нравственный фактор экономического прогресса // Экономика и общественная среда: неосознанное взаимовлияние. Научные записки и очерки / Рук. исслед. проекта, науч. ред. О. Т. Богомолов. М.: Институт экономических стратегий, 2008. С. 359–371.
- Божович Л. И. Личность и ее формирование в детском возрасте. СПб.: Питер, 2008.
- Божович Л. И. Проблемы формирования личности. Избр. психол. труды / Под ред. Д. И. Фельдштейна. 2-е изд. М. – Воронеж, 1997.
- Болотова А. К., Молчанова О. Н. Психология развития и возрастная психология. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2012.
- Большая психологическая энциклопедия. М.: Эксмо, 2007.
- Бондырева С. К., Колесов Д. В. Духовность (психология, социология, семантика). М.: Издательство Московского психолого-социального института; Воронеж: НПО «Модэк», 2007.
- Бондырева С. К., Колесов Д. В. Нравственность. М.: Издательство Московского психолого-социального института; Воронеж: НПО «Модэк», 2008.

- Борисова Е. М. О роли профессиональной деятельности в формировании личности // Психология формирования и развития личности / Под ред. Л. И. Анцыферовой. М.: Наука, 1981. С. 159–177.
- Борисова Е. М. Профессиональное самоопределение: личностный аспект: Дис. ... докт. психол. наук. М., 1995.
- Братусь Б. С. К проблеме нравственного сознания в культуре уходящего века // Вопросы психологии. 1993. № 1. С. 6–13.
- Булгаков С. Христианский социализм. Новосибирск, 1991.
- Бушелева Б. В. Моральная ориентация и ее место в структуре социальной активности // Актуальные проблемы формирования социальной активности учащихся: Сб. науч. трудов / Под ред. Т. Н. Мальковской. М.: Изд. АПН СССР, 1988. С. 68–80.
- Бэрн Р., Ричардсон Д. Агрессия. СПб.: Питер, 1997.
- Валитова Р. Р. Толерантность как этическая проблема: Дис. ... канд. филос. наук. М., 1997.
- Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма. Ивано-Франковск: Ист-Вью, 2002.
- Винокуров М. А., Карнышев А. Д. Введение в экономическую этнопсихологию. Учебное пособие. Иркутск: Изд-во ИГЭА, 2000.
- Вичев В. Мораль и социальная психика // Групповые нормы: социально-психологический аспект. Хрестоматия / Сост. С. И. Жигулев. Кострома: КГУ им. Н. А. Некрасова, 2008. С. 49–64.
- Войтасик Л. Психология политической пропаганды. М., 1981.
- Воловикова М. И. Нравственность в современной России // Психологический журнал. 2009. Т. 30. № 4. С. 95–97.
- Воловикова М. И. Представления русских о нравственном идеале. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004.
- Воловикова М. И., Ребеко Т. А. Соотношение когнитивного и морального развития // Психология личности в социалистическом обществе. Личность и ее жизненный путь / Под ред. Б. Ф. Ломова, К. А. Абульхановой-Славской. М.: Наука, 1990. С. 81–87.
- Волченко Л. Б., Поляхова В. В. Объективные источники морального риска // Моральный выбор / Под ред. А. И. Титаренко. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1980. С. 54–69.
- Воробьева А. Е. Личностные и групповые факторы нравственного самоопределения молодежи: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2010.
- Галина З. Н. Особенности личностного и профессионального развития студентов вуза // Особенности личностного и профессионального развития субъектов образовательного пространства

- в современных социально-экономических условиях: Научно-методическое пособие для практических психологов образования и педагогов / Под ред. Л. М. Митиной. М.–Обнинск: ИГ-СОЦИН, 2010. С. 267–286.
- Гербачевская Н. В. Представленность проблемы «человек и общество» в социальной картине мира современной молодежи: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. СПб., 2006.
- Гимпельсон В. Е., Капелюшников Р. И. Нестандартная занятость в российской экономике. Изд-во: ГУ ВШЭ, 2006.
- Гинзбург М. Р. Личностное самоопределение как психологическая проблема // Вопросы психологии. 1988. № 2. С. 19–27.
- Гинзбург М. Р. Психология личностного самоопределения: Дис. ... докт. психол. наук. М., 1996.
- Глазьев С. Ю. Нравственные начала в экономическом поведении и развитии: важнейший ресурс возрождения России // Экономика и общественная среда: неосознанное взаимовлияние. Научные записки и очерки / Рук. исслед. проекта, науч. ред. О. Т. Богомолов. М.: Институт экономических стратегий, 2008. С. 406–421.
- Голдберг Э. Управляющий мозг: Лобные доли, лидерство и цивилизация. М.: Смысл, 2003.
- Горбачева Е. И. Взаимосвязь психологических отношений нравственности с характеристиками деловой активности руководителей: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2012.
- Горбачева Е. И., Купрейченко А. Б. Отношение личности к деньгам: нравственные противоречия в оценках и ассоциациях // Психологический журнал. 2006. Т. 27. № 4. С. 26–37.
- Горбачева Е. И., Купрейченко А. Б. Представления руководителей о деловом мире (мире бизнеса) // Международная научно-практическая конференция «Экономическая психология: современные проблемы и перспективы развития»: Материалы конференции. СПб.: Изд-во ИМЦ «НВШ-СПб», 2008. С. 96–101.
- Гордякова О. В. Влияние агрессивности испытуемых на оценку наружной рекламы с различными формально-динамическими характеристиками: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2003.
- Гордякова О. В. Влияние личностной агрессивности и тревожности подростков на эмоциональное отношение к агрессии в телевизионной рекламе // Психологический журнал. 1999. Т. 20. № 4. С. 96–101.
- Гουλман Д. Эмоциональный интеллект. М.: АСТ, 2008.

- Гоулмен Д. Эмоциональная компетентность // Психология мотивации и эмоций / Под ред. Ю. Б. Гиппенрейтер, М. В. Фаликман. М.: ЧеРо, 2002. С. 562–566.
- Гулякина В. В. Групповые нормы и ценности как факторы самоопределения личности старшеклассника: Дис. ... канд. психол. наук. Курск, 2000.
- Гусейнов А. А. Золотое правило нравственности. М., 1988. С. 91–131.
- Гусейнов А. А. Проблема происхождения нравственности (на материале развития института кровной мести) // Философские науки. 1964. № 3. С. 57–67.
- Гусейнов А. А., Апресян Р. Г. Этика: Учебник. М.: Гардарики, 1998.
- Де Джордж Р. Т. Деловая этика / Пер. с англ. Р. И. Столпера. СПб.: Экономическая школа; М.: Издательская группа «Прогресс», 2001.
- Дейнека О. С. Символизация денег: опыт эмпирического исследования // Проблемы экономической психологии. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. Т. 1. С. 207–241.
- Дейнека О. С. Экономическая психология. СПб.: Изд-во С.-Пб. ун-та, 2000.
- Дейнека О. С. Экономическая психология: социально-политические проблемы. СПб., 1999.
- Демин А. Н. Личность в кризисе занятости: стратегии и механизмы преодоления кризиса. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2004.
- Демин А. Н., Попова И. П. Способы адаптации безработных в трудной жизненной ситуации // Социс. 2000. № 5. С. 35–46.
- Деркач А. А., Зазыкин В. Г., Синягин Ю. В. Мониторинг личностно-профессионального развития в системе подготовки и переподготовки государственных служащих. М., 1990.
- Деркач А. А., Зазыкин В. Г., Синягин Ю. В. Мониторинг личностно-профессионального развития в системе подготовки и переподготовки государственных служащих. М.: РАГС, 1999.
- Джоуэтт Г. С., О'Доннел В. Пропаганда и внушение. М., 1988.
- Доценко Е. Л. Психология манипуляции. М., 1996.
- Дробницкий О. Г. Понятие морали. Историко-критический очерк. М.: Наука, 1974.
- Дубровский Д. И. Размышления об альтруизме, эгоизме и «природе человека» // Философия и этика: сборник научных трудов: К 70-летию академика А. А. Гусейнова. М.: Альфа-М, 2009. С. 391–404.
- Емельянова Т. П. Конструирование социальных представлений в условиях трансформации российского общества. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2006.

- Ефимова Н. С. Ценность профессионализма в сознании современной молодежи // V Международная научно-практическая конференция «Человек–образование–профессия». М.: Пи РАО, МГППУ, 2009. С. 225–227.
- Журавлев А. Л. Отношение личности к деньгам как фактор ее ориентаций на культурные ценности: программа исследования // Современная психология: состояние и перспективы исследований. М., 2002. Ч. 5. С. 42–63.
- Журавлев А. Л. Психология управленческого взаимодействия (теоретические и прикладные проблемы). М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004.
- Журавлев А. Л., Купрейченко А. Б. Концептуальные основы и программа исследования социального самоопределения личности // Психология образования: социокультурный ресурс Национальной образовательной инициативы «Наша новая школа» (Москва, 14–16 декабря 2010 г.): Материалы VI Всероссийской научно-практической конференции. М.: Общероссийская общественная организация «Федерация психологов образования России», 2010. С. 148–151.
- Журавлев А. Л., Купрейченко А. Б. Некоторые тенденции развития отечественной социальной психологии труда // Социальная психология труда: Теория и практика. Т. 2. / Отв. ред. А. Л. Журавлев, Л. Г. Дикая. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2010. С. 13–35.
- Журавлев А. Л., Купрейченко А. Б. Нравственно-психологическая регуляция экономической активности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2003.
- Журавлев А. Л., Купрейченко А. Б. Роль нравственной элиты в российском обществе: постановка проблемы и возможности исследования // Психол. журн. 2010. Т. 34. № 2. С. 5–17.
- Журавлев А. Л., Купрейченко А. Б. Самоопределение личности и группы: основные признаки и принципы организации исследования // Профессиональное и личностное самоопределение молодежи в период социально-экономической стабилизации России: Материалы второй Всерос. Науч.-практ. конф. / Отв. ред. А. В. Капцов. Самара: Самар. гуманитар. акад., 2008. С. 3–10.
- Журавлев А. Л., Купрейченко А. Б. Социальное самоопределение личности и группы: концептуальные основы и программа исследования // Психологические проблемы современного российского общества / Отв. ред. А. Л. Журавлев, Е. А. Сергиенко. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012. С. 172–193.

- Журавлев А. Л., Купрейченко А. Б. Феномены социального самоопределения: закономерности его динамики в условиях устойчивого экономического развития // Вестник практической психологии образования. 2007. №4. С. 31–36.
- Журавлев А. Л., Купрейченко А. Б. Экономическое самоопределение: Теория и эмпирические исследования. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007.
- Журавлев А. Л., Купрейченко А. Б., Воробьева А. Е. Представления К. К. Платонова о моральной воспитанности личности как теоретическое основание изучения нравственного самоопределения // К. К. Платонов – выдающийся отечественный психолог XX века: Материалы юбилейной научной конференции, посвященной 100-летию со дня рождения К. К. Платонова / Отв. ред. А. Л. Журавлев, В. А. Кольцова, Т. И. Артемьева. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. С. 169–187.
- Журавлев А. Л., Позняков В. П. Деловая активность предпринимателей: методы оценки и воздействия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1995.
- Журавлев В. И. Вопросы жизненного самоопределения выпускников средней школы. Ростов-н/Д., 1972.
- Журавлева Н. А. Динамика ценностных ориентаций личности в условиях макросоциальных изменений индикатор психологического состояния российского общества // Макропсихология современного российского общества / Под ред. А. Л. Журавлева, А. В. Юревича. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009. С. 207–278.
- Заславская Т. И. О движущих силах трансформации российского общества // Общество и экономика. 2003. №6. С. 65–84.
- Заславская Т. И. Социетальная трансформация российского общества: деятельностно-структурная концепция. М., 2002.
- Зеленкова И. Л., Беляева Е. В. Этика: учеб. пособие и практикум. Минск: TerraСистемс, 1997.
- Знаков В. В. Духовность человека в зеркале психологического знания и религиозной веры // Вопросы психологии. 1998. №3. С. 104–105.
- Зотов Н. Д. Личность как субъект нравственной активности: природа и становление. Томск: Изд-во Томск. ун-та, 1984.
- Зотов Н. Д. Нравственная активность личности: сущность и этапы становления. М.: Знание, 1981.
- Зотов Н. Д. Нравственное самоопределение личности. М.: Знание, 1983.

- Зуева С. О. Ценностные ориентации как фактор профессионального самоопределения учащихся педагогического лицея: Дис. ... канд. психол. наук. Иркутск, 2000.
- Иванушкина С. А. Восприятие старшекласниками событий собственного жизненного и профессионального самоопределения: Дис. ... канд. психол. наук. М., 1998.
- Ивин А. А. Элементарная логика. М.: Дидакт, 1994.
- Ильин Е. П. Психология воли. СПб.: Питер, 2009.
- Ильин Е. П. Работа и личность. Трудоголизм, перфекционизм, лень. СПб.: Питер, 2011.
- Ильинский И. М. Концепция молодежи // Образование, молодежь, человек (статьи, интервью, выступления). М.: Изд-во Моск. гуманит. ун-та, 2009. Кн. 2. С. 127–167.
- Илюшин В. И. Совесть – самоконтроль выбора // Моральный выбор / Под ред. А. И. Титаренко. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1980. С. 194–209.
- Йонас Г. Принцип ответственности. Опыт этики для технологической цивилизации. М.: Айрис-пресс, 2004.
- Исследование ВЦИОМ: рейтинг престижных и доходных профессий в России. URL: <http://gtmarket.ru/news/state/2009/10/09/2196> (дата обращения: 20.02.2013).
- Калашикова С. А. Адекватность профессионального самоопределения и ее проявление в развитии синдрома «профессиональное выгорание» в особых условиях деятельности: Дис. ... канд. психол. наук. Барнаул, 2004.
- Калашикова С. А. Адекватность профессионального самоопределения и ее проявление в развитии синдрома «профессиональное выгорание» в особых условиях деятельности: Дис. ... канд. психол. наук. Барнаул, 2004.
- Каракулова О. В. Личностная обусловленность склонности к манипулированию окружающими людьми в юношеском возрасте: Дис. ... канд. психол. наук. Томск, 2008.
- Карнышев А. Д., Помуран Н. Н. Этнопсихология старообрядчества. Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2004.
- Кафтанджиев Х. Секс и насилие в рекламе. СПб.: Питер, 2008.
- Кирай-Девай М. Формирование функций идеального Я в школьном возрасте // Психологическая наука: традиции, современное состояние и перспективы: Тезисы докладов научной конференции института психологии. 28–30 янв. 1997. С. 51–56.
- Киселева О. А. Психологические условия формирования у старшеклассников ориентации на «престижные» профессии и высшие учебные заведения: Дипломная работа. М., 2002.

- Климов Е. А. О феномене профессиональной относительности образа мира // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 14. Психология. 1995. № 1. С. 8–18.
- Климов Е. А. Образ мира в разнотипных профессиях. М., 1995.
- Климов Е. А. Психология профессионального самоопределения. М., 1996.
- Кноре К. Наружная реклама. М.: Бератор-Пресс, 2002.
- Колесов Д. В. Нравственность и пол: Психологические аспекты. М.: Московский психолого-социальный институт; Флинта, 2000.
- Колесов Д. В. Общество (психология связей и отношений): Учеб. пособие. М.: Издательство Московского психолого-социального института; Воронеж: НПО «Модэк», 2003.
- Кольцова В. А. История разработки проблемы психологии зрелости // Феномен и категория зрелости в психологии / Отв. ред. А. Л. Журавлев, Е. А. Сергиенко. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. С. 108–127.
- Кон И. С. Дружба: Этико-психологический очерк. М.: Политиздат, 1989.
- Кон И. С. Моральное сознание личности и регулятивные механизмы культуры // Социальная психология личности. М.: Наука, 1979. С. 85–113.
- Кон И. С. Психология ранней юности. М.: Просвещение, 1989.
- Конституция (Основной Закон) Союза Советских Социалистических Республик. М.: Изд-во «Известия советов народных депутатов СССР», 1978.
- Корниенко Н. А. Психологические основы эмоционально-нравственного развития личности: Дис. ... докт. психол. наук. М., 1997.
- Короткина Е. Д. Отношение к деньгам как компонент экономического сознания различных социальных групп // Проблемы экономической психологии. Т. 1 / Отв. ред. А. Л. Журавлев, А. Б. Купрейченко. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. С. 242–260.
- Костина А. В., Макаревич Э. Ф., Карпунин О. И. Основы рекламы. М.: Кнорус, 2006.
- Купрейченко А. Нравственно-психологические факторы экономического самоопределения: Монография. Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2011.
- Купрейченко А. Б. Концептуальные основы изучения нравственного самоопределения личности // Профессиональное и личностное самоопределение молодежи в период социально-экономической стабилизации России: Материалы второй Всерос. науч.-практ.

- конф. Самара, 30 июня–1 июля 2008 г. / Отв. ред. А. В. Капцов. Самара: Самар. гуманит. акад., 2008. С. 10–15.
- Купрейченко А. Б. Нравственно-психологическая детерминация экономического самоопределения личности и группы: Дис. ... докт. психол. наук. М., 2010.
- Купрейченко А. Б. Отношение личности к соблюдению нравственных норм в зависимости от психологической дистанции (у предпринимателей и менеджеров): Дис. ... канд. психол. наук. М., 2001.
- Купрейченко А. Б. Психология доверия и недоверия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008.
- Купрейченко А. Б., Воробьева А. Е. Психологические проблемы этики в рекламе // Экономическая психология: актуальные теоретические и прикладные проблемы: Материалы четвертой международной научно-практической конференции / Под общ. ред. А. Д. Карнышева. Иркутск: Изд-во БГУ ЭП, 2003. С. 154–155.
- Купрейченко А. Б., Воробьева А. Е. Психологические факторы восприятия неэтичной рекламы молодежью // Научный поиск: Сб. научных работ студентов, аспирантов и преподавателей / Под общ. ред. А. В. Карпова. Ярославль: ЯрГУ, 2004. С. 194–202.
- Купрейченко А. Б., Воробьева А. Е. Психологическое отношение молодежи к неэтичной телевизионной рекламе // Экономическая психология в России и Беларуси: сборник научных работ / Под ред. А. Л. Журавлева, В. А. Поликарпова. Минск: Экономпресс, 2007. С. 229–257.
- Купрейченко А. Б., Табхарова С. П. Критерии доверия и недоверия личности другим людям // Психологический журнал. 2007. Т. 28. № 2. С. 55–67.
- Лавриненко В. Н. Психология и этика делового общения. М., 2004.
- Лапицкий М. И. Религиозные основы хозяйственной деятельности // Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма. Ивано-Франковск: Ист-Вью, 2002. С. 275–297.
- Латынов В. В., Латынова Т. Ю. Показ насилия в средствах массовой информации и агрессивное поведение детей // Психологические исследования дискурса. Сборник научных трудов / Отв. ред. Н. Д. Павлова. М.: Пер Сэ, 2002. С. 113–127.
- Латынова Т. Ю. Насилие в средствах массовой информации и агрессивное поведение // Познание. Общество. Развитие / Под ред. Д. В. Ушакова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1996. С. 162–171.

- Лебедев-Любимов А. Н. Влияние рекламы на социальные нормы поведения. URL: http://www.lebedevlubimov.ru/index.php?start_from=5&archive=&subaction=&cnshow=news&id=& (дата обращения: 20.02.2013).
- Лебедев-Любимов А. Н. Психология рекламы. СПб.: Питер, 2002.
- Левина В. Н. Совесть личности как выражение морально-психологических особенностей: Автореф. дис. ... канд. филос. наук. М., 1988.
- Лесгафт П. Ф. Психология нравственного и физического воспитания. М.: Издательство «Институт практической психологии»; Воронеж: НПО «Модэк», 1998.
- Лефевр В. Алгебра совести. М.: Когито-центр, 2003.
- Ломов Б. Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии. М.: Наука, 1984.
- Люсин Д. В. Новая методика для измерения эмоционального интеллекта: опросник ЭМИн // Психологическая диагностика. 2006. № 4. С. 3–22.
- Магун В. С. Российские трудовые ценности: идеология и массовое сознание // Мир России. 1998. № 4. С. 113–144.
- Максименко А. А. Монетарные стратегии экономического поведения молодежи // Экономическая психология в России и Беларуси / Под ред. А. Л. Журавлева, В. А. Поликарпова. Минск: Экономпресс, 2007. С. 156–181.
- Мальцева И. О., Роцин С. Ю. Гендерная сегрегация и трудовая мобильность на российском рынке труда. М.: Изд. дом. ГУ ВШЭ, 2006.
- Мантонина О. И. Нравственно-этические характеристики в структуре формирующейся личности: Дис. ... канд. психол. наук. Казань, 1998.
- Маркова А. К. Психология профессионализма. М., 1996.
- Марцинковская Т. Д. Инварианты возрастной психологии: категории зрелости // Феномен и категория зрелости в психологии / Отв. ред. А. Л. Журавлев, Е. А. Сергиенко. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. С. 96–107.
- Матвеева Л. В., Аникеева Т. Я., Мочалова Ю. В. Психология телевизионной коммуникации. М.: РИП-холдинг, 2002.
- Миронова Е. Р. Психологические детерминанты профессионально-личностного самоопределения врача-руководителя: Дис. ... канд. психол. наук. Краснодар, 2005.
- Молодых Е. Н. Взаимосвязь оценок организационной культуры и отношения сотрудников к соблюдению нравственных норм делового поведения: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. М., 2009.

- Моросанова В. И. Опросник «Стиль саморегуляции поведения» // Журнал практической психологии и психоанализа. 2004. № 2. URL: <http://psyjournal.ru/j3p/pap.php?id=200402144> (дата обращения: 15.02.2013).
- Моросанова В. И. От субъекта и личности к индивидуальной саморегуляции поведения // Субъект и личность в психологии саморегуляции / Под ред. В. И. Моросановой. М.; Ставрополь: Изд-во ПИ РАО; СевКавГТУ, 2007. С. 120–137.
- Моросанова В. И., Аронова Е. А. Самосознание и саморегуляция поведения. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007.
- Мудрик А. В. Современный старшеклассник: проблемы самоопределения. М., 1977.
- Мясищев В. Н. Психология отношений / Под ред. А. А. Бодалева. М.: Изд-во Института практической психологии, 1995.
- Налчаджян А. А. Социально-психическая адаптация личности (формы, механизмы и стратегии). Ереван: Издательство АН Армянской ССР, 1988.
- Наумова Л. А. Психологические закономерности динамики профессионального самоопределения студентов (на примере инженерных специальностей): Дис. ... канд. психол. наук. Ярославль, 2005.
- Николаева О. П. Морально-правовые суждения и проблема развития морального сознания в разных культурах: Дис. ... канд. психол. наук. М., 1993.
- Николаичев Б. О. Осознаваемое и неосознаваемое в нравственном поведении личности. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1976.
- Никольский С. А. Социобиология – биосоциология человека? // Буржуазная философская антропология XX века. М.: Наука, 1986. С. 176–187. URL: <http://www.ethology.ru/library/?id=166> (дата обращения: 15.02.2013).
- Обозов Н. Н. Межличностные отношения. Л.: Изд-во Лен. ун-та, 1979.
- Оботурова И. А. Экспериментально-психологическое исследование коллективизма: Дис. ... канд. психол. наук. М., 1973.
- Обухова Л. Ф. Детская психология: теории, факты, проблемы. М., 1995.
- Овчарова Р. В., Мельникова Н. В. Развитие нравственной сферы личности дошкольника. СПб.: Амалтея, 2008.
- Овчинникова О. В. Внутренняя деятельность выбора в ситуации профессионального самоопределения: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. Екатеринбург, 2004.

- Ожерельева И. Г. Психологические особенности профессионального самоопределения военнослужащих, проходящих военную службу по контракту: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2006.
- Орбан Л. Э. Акмеологическая концепция нравственного становления личности: Дис. ... докт. психол. наук. М., 1992.
- Осницкий А. К. Умения саморегуляции в профессиональном самоопределении учащихся // Вопросы психологии. 1992. № 1/2. С. 52–59.
- Оссовская М. Рыцарь и буржуа: Исследования по истории морали: Пер. с польск. / Общ. ред. А. А. Гусейнова. М.: Прогресс, 1987.
- Падалко О. В. Профессиональное самоопределение молодого специалиста с высшим образованием в современном российском обществе: Дис. ... канд. соц. наук. СПб., 1998.
- Парамонова С. П. Динамика морального сознания. Пермь: ПГТУ, 1997.
- Педагогическая психология / Под. ред. В. В. Давыдова. М.: АСТ: Астрель: Люкс, 2005.
- Пеньков Е. М. Социальные нормы – регуляторы поведения личности. Некоторые вопросы методологии и теории // Групповые нормы: социально-психологический аспект. Хрестоматия / Сост. С. И. Жигулев. Кострома: КГУ им. Н. А. Некрасова, 2008. С. 14–25.
- Платонов К. К. Краткий словарь системы психологических понятий. М.: Высшая школа, 1984.
- Платонов К. К. Структура и развитие личности. М.: Наука, 1986.
- Подольский Д. А. Особенности альтруистической позиции в подростковом возрасте: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2006.
- Подольский О. А. Моральная компетентность современных подростков: психологическое содержание и методы оценки: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2007.
- Позняков В. П. Психологические отношения в условиях изменения форм собственности: Дис. ... докт. психол. наук. М., 2002.
- Позняков В. П. Психологические отношения и деловая активность российских предпринимателей. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2001.
- Позняков В. П. Экономическая психология в России XXI века. Теоретические проблемы и эмпирические исследования // Материалы 10-й Юбилейной международной научно-практической конференции «Экономическая психология: актуальные исследования и инновационные тенденции». Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2009. С. 41–69.

- Полякова Е. В. Газетный заголовок в качественной и некачественной прессе. Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2007.
- Попов В. Д. Психология и экономика: Социально-психологические очерки. М.: Сов. Россия, 1989.
- Попов Л. М., Голубева О. Ю., Устин П. Н. Добро и зло в этической психологии личности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008.
- Попов Л. М., Кашин А. П., Старшинова Т. А. Добро и зло в психологии человека. Казань: Изд-во Казанск. ун-та, 2000.
- Пронина Е. Е. Психологическая экспертиза рекламы. М.: РИП-холдинг, 2000.
- Пряжников Н. С. Образ «маленького человека» в профессиональном и личностном самоопределении // Психология образования: проблемы и перспективы: Матер. Первой межд. науч.-практ. конф. М.: Смысл, 2004. С. 168–169.
- Пряжников Н. С. Профессиональное и личностное самоопределение. М.: Изд-во «Институт практической психологии»; Воронеж: НПО «Модэк», 1996.
- Пряжников Н. С., Пряжникова Е. Ю. Психология труда и человеческого достоинства: Учеб. пособие. М.: ИЦ «Академия», 2004.
- Психологическое обеспечение профессиональной деятельности / Под ред. Г. С. Никифорова. СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 1991.
- Психология предпринимательской деятельности / Под ред. В. А. Бодрова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1995.
- Психология человека от рождения до смерти / Под общ. ред. А. А. Реана. СПб.: Прайм-Еврознак, 2002.
- Психология экономического поведения руководителей. Материалы комплексного исследования экономического поведения руководителей промышленных предприятий Чувашии / Под общ. ред. В. П. Фоминых. Чебоксары, 2001.
- Рангелова Е. Образование о профессионализм как основные ценности человека в постиндустриальном обществе // V Международная научно-практическая конференция «Человек–образование–профессия». М.: Пи РАО, МГППУ, 2009. С.15–18.
- Реан А. А., Коломенский Я. Л. Социальная педагогическая психология. СПб.: Питер, 1999.
- Резник Ю. М., Смирнов Е. А. Жизненные стратегии личности (опыт комплексного анализа). М.: Ин-т человека РАН, Независимый ин-т гражданского об-ва, 2002.

- Резников Е. Н. Оптимизация исследований психолого-нравственного состояния современного российского общества // Психологический журнал. 2009. Т. 30. № 4. С. 98–99.
- Рогов М. Г. Ценности и мотивы личности в системе непрерывного профессионального образования: Автореф. дис. ... докт. психол. наук. Ярославль, 1999.
- Рубинштейн С. Л. О философской системе Г. Когена // Историко-философский ежегодник – 92. М.: Наука, 1994. С. 230–259.
- Рубинштейн С. Л. Человек и мир. М.: Наука, 1997.
- Русалов В. М. Зрелость: эмоциональная, нравственная, личностная, интеллектуальная, социальная, биологическая. Единая или множественная характеристика? // Феномен и категория зрелости в психологии / Отв. ред. А. Л. Журавлев, Е. А. Сергиенко. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. С. 29–46.
- Рэнд А. Добродетель эгоизма. М.: Альпина, 2011.
- Садокова А. В. Влияние индивидуальных характеристик эмоционально-личностной сферы на особенности развития моральной компетентности в подростковом возрасте: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2001.
- Сафин В. Ф. К проблеме самоопределения личности и ее активности // Вопросы самоопределения личности и ее активности. Уфа, 1985. С. 3–31.
- Сафин В. Ф. Психология самоопределения личности. Свердловск, 1986.
- Сафин В. Ф. Самоопределение личности: теоретические и эмпирические аспекты исследования. Уфа: Гилем, 2004.
- Сафин В. Ф., Ников Г. П. Психологический аспект самоопределения личности // Психологический журнал. 1984. Т. 5. № 4. С. 65–73.
- Сахарова Т. Н. Особенности эмоционально-нравственной сферы личности на поздних этапах онтогенеза. Дис...канд. психол. наук. М., 2004.
- Семенов В. Е. Современные методологические проблемы в российской социальной психологии // Психологический журнал. 2007. Т. 28. № 1. С. 38–45.
- Синявская О. В. Неформальная занятость в современной России: измерение, масштабы, динамика. М.: Поматур, 2005.
- Синягин Ю. В. Руководитель организации и его команда (теоретическая модель). М.: РАГС, 1996.
- Словарь по этике / Ред. А. А. Гусейнов, И. С. Кон. М., 1989.

- Соболева И. Недоиспользование трудового потенциала страны: путь в направлении обратном мировому. URL: www.chelt.ru/2003/6-03/soboleva-6-3.html (дата обращения: 15.02.2013).
- Собчик Л. Н. Диагностика индивидуально-типологических свойств и межличностных отношений. СПб.: Речь, 2002.
- Современные проблемы психологии управления / Отв. ред. Т. П. Емельянова, А. Л. Журавлев, Г. В. Телятников. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2002.
- Соколова Е. Т. Самосознание и самооценка при аномалиях. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1989.
- Соснин В. А. Роль средств массовой информации и системы образования в воспитании исторической памяти в современной России // Психологический журнал. 2009. Т. 30. № 4. С. 102–105.
- Соснина Л. М. Сравнительное исследование социальных представлений о справедливости в различных этнических общностях (на примере русских, молдаван и цыган): Дис. ... канд. психол. наук. М., 2005.
- Социально-психологические исследования руководства и предпринимательства / Отв. ред. А. Л. Журавлев, Е. В. Шорохова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1999.
- Степанский В. И., Прыгин Г. С., Фарютин В. П. Влияние особенностей саморегуляции деятельности на профессиональное самоопределение старшеклассников // Вопросы психологии. 1987. № 4. С. 40–50.
- Степанянц М. Т. Глобальный этос: реальная перспектива или утопия? // Философия и этика: сборник научных трудов. К 70-летию академика А. А. Гусейнова. М.: Альфа-М, 2009. С. 621–635.
- Стрижов Е. Ю. Психология нравственной надежности и мошенничества. М.: Юнити-Дана: Закон и право, 2009.
- Струве П. Б. Итоги и существо коммунистического хозяйства // Октябрь. 1992. № 7.
- Субботский Е. В. Некоторые особенности представлений ребенка о психике человека // Вопросы психологии. 1986. № 5. С. 45–53.
- Сушков И. Р. Психология взаимоотношений. М.: Академический проект–Изд-во «Институт психологии РАН», 1999.
- Табхарова С. П. Взаимосвязь доверия и недоверия личности другим людям с отношением к соблюдению нравственных норм делового поведения: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2008.
- Темнова Л. В. Специфика мыслительного процесса решения нравственных задач: Дис. ... канд. психол. наук. М., 1991.

- Терешкин А. Ф. Моральные установки в системе отношений субъекта. Дис. ... канд. психол. наук. М.: ПроСофт-М, 2005.
- Титаренко А. И. Специфика и структура морали // Мораль и этическая теория / Под. ред. О. П. Целиковой. М.: Наука, 1974. С. 40–41.
- Титаренко А. И. Структуры нравственного сознания (Опыт этико-философского исследования). М.: Мысль, 1974.
- Титова О. И. Гендерные особенности отношения российских предпринимателей к конкуренции и партнерству: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2006.
- Токарева В. А. Психология нравственного развития личности студента: феноменология, закономерности, типология. Дис. ... докт. психол. наук. Ташкент, 1991.
- Толстых В. И. Салам Гусейнов: блеск и нищета морализма // Философия и этика: сборник научных трудов. К 70-летию академика А. А. Гусейнова. М.: Альфа-М, 2009. С. 130–144.
- Угарова М. Г. Проблема структуры профессионального самоопределения в трудах российских психологов // Социальная психология XXI столетия. Ярославль: МАПН, 2004. Т. 2. С. 320–324.
- Фатина А. В. Функционирование заголовочных комплексов в современной российской газете: стилистико-синтаксический аспект: Дис. ... канд. филол. наук. СПб, 2005.
- Фенько А. Б. Гендерные различия в отношении россиян к деньгам // Проблемы экономической психологии. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. Т. 1. С. 261–279.
- Филинкова Е. Б. Социально-психологические характеристики предпринимателей с разным уровнем удовлетворенности предпринимательской деятельностью: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2001.
- Философия и этика: сборник трудов. К 70-летию академика А. А. Гусейнова. М.: Альфа-М, 2009.
- Флоренский П. Записка о православии // Флоренский П. Соч. М., 1996. Т. 2.
- Фоломеева Т. В. Экономические ценности в структуре социальных представлений о благополучии разных возрастных групп // Проблемы экономической психологии. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. Т. 2. С. 433–475.
- Франкл В. Человек в поисках смысла. М.: Прогресс, 1990.
- Фрейд З. О психоанализе // Психоаналитические этюды. Минск, 1997. С. 5–47.
- Фрилансер. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D1%80%D0%B8%D0%BB%D0%B0%D0%BD%D%81%D0%B5%D1%80> (дата обращения: 15.02.2013).

- Фритцше Д. Дж. Этика бизнеса. Глобальная и управленческая перспектива. Пер. с англ. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2002.
- Фромм Э. Бегство от свободы. Человек для самого себя. М.: Клиника глубинной психологии проф. П. С. Гуревича–Изида, 2004.
- Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб.: Прайм-Еврознак–ИД «Нева», М.: Олма-Пресс, 2002.
- Хаузер М. Мораль и разум: Как природа создавала наше универсальное чувство добра и зла. М.: Дрофа, 2008.
- Хаэр Р. Д. Лишенные совести. Пугающий мир психопатов. М.: ООО «И. Д. Вильямс», 2007.
- Хвостов А. А. Онтогенез морального сознания: от подростков до студенческой молодежи // Развитие личности. 2000. № 3–4. С. 75–100.
- Хвостов А. А. Сравнительный анализ моральных суждений – от подростков до среднего возраста в России и США // Развитие личности. 2001. № 1. С. 26–47.
- Хвостов А. А. Структура и детерминанты морального сознания личности: Дис. ... докт. психол. наук. М., 2005.
- Хвостов А. А., Иванова А. Моральное сознание молодежи России (на материале исследования молодежи Москвы и Кубани) // Развитие личности. 2001. № 2. С. 78–111.
- Хлопова Т. В., Озерникова Ж. Г. Трудовые ценности молодежи // Народонаселение. 2002. № 4. С. 66–73.
- Хорни К. Невротическая личность нашего времени; Самоанализ / Пер. с англ. В. В. Старовойтова. Общ. ред. и послесл. Г. В. Бурменской. М.: Прогресс–Универс, 1993.
- Хухлаева О. В. Кризисы взрослой жизни. Книга о том, что можно быть счастливым и после юности. М.: Генезис, 2009.
- Хьелл Л., Зиглер Д. Теории личности. СПб.: Питер-Пресс, 1997.
- Царева Е. В. Трансформация структуры занятости в России: Дис. ... канд. экон. наук. СПб., 2003.
- Цветков В. В. Стандартизация теста «Опросник воспитанности и нравственного развития» (взрослый вариант) // Психология образования: модернизация психолого-педагогического образования (Москва, 11–13 декабря 2012). Материалы VIII Всероссийской научно-практической конференции. М.: Общероссийская общественная организация «Федерация психологов образования России», 2012. С. 355–358.
- Ценность труда и трудовые ценности. Опрос ФОМ. 16.01.2003. URL: <http://bd.fom.ru/report/map/dd030131> (дата обращения: 15.02.2013).

- Чекалина А. А. О трехкомпонентной структуре гендера // Психология и современной российское образование: Материалы IV Всероссийского съезда психологов образования России. М.: Общероссийская общественная организация «Федерация психологов образования России», 2008. С. 531–532.
- Чернышев А. С. Роль развивающих социальных сред (социальных оазисов) в преодолении деформации личности современной молодежи // Психология образования: Проблемы и перспективы. Материалы Первой международной научно-практической конференции. М.: Смысл, 2004. С. 189–190.
- Чудновский В. Э. Нравственная устойчивость личности: Психологическое исследование. М.: Педагогика, 1981.
- Шавир П. А. Психология профессионального самоопределения в ранней юности. М., 1984.
- Шадриков В. Д. От индивида к индивидуальности: Введение в психологию. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009.
- Шатров В. Д. Личность родителей и нравственная сфера детей: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. СПб., 2006.
- Шibaева М. М. Самоопределение личности в культуре как мировоззренческая проблема // Культура и мировоззрение. Вып. 2. Материалы Всесоюзной научно-практической конференции «Формирование научного мировоззрения – основа коммунистического воспитания». М., 1985. С. 93–97.
- Шихи Г. Возрастные кризисы. Ступени личностного роста. СПб.: ООО «Каскад», 2005.
- Шихирев П. Н. Современная социальная психология, М.: Изд-во «Институт психологии РАН»–КСП+–Академический Проект, 1999.
- Шихирев П. Н. Этические принципы ведения дел в России / Под общ. ред. С. А. Смирнова. М.: Финансы и статистика, 1999.
- Шомова С. А. Реклама: культурный шок // Реклама и журналистика: культурная эволюция / Под общ. ред. С. А. Шомовой. М.: ИД «Буквоед», 2009. С. 134–152.
- Штейнберг И. Русское чудо: локальные и семейные сети взаимоподдержки и их трансформация // Неформальная экономика. Россия и мир / Под ред. Т. Шанина. М.: Логос, 1999. С. 227–239.
- Щеколдина Н. В. Профессиональное самоопределение взрослых, включенных в повторный выбор профессии: Дис. ... канд. психол. наук. Самара, 2006.
- Эммонс Р. Психология высших устремлений: мотивация и духовность личности. М.: Смысл, 2004.

- Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис. М.: Прогресс, 1996.
- Юревич А. В. Антисоциальная социализация // Психологические исследования духовно-нравственных проблем / Отв. ред. А. Л. Журавлев, А. В. Юревич. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2011. С. 233–250.
- Юревич А. В. Нравственная деградация как угроза национальной безопасности России // Проблемы психологической безопасности / Отв. ред. А. Л. Журавлев, Н. В. Тарабрина. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012. С. 25–46.
- Юревич А. В. Нравственное состояние современного российского общества // Психологический журнал. 2009. Т. 30. №3. С. 107–117.
- Якобсон С. Г. Психологические проблемы этического развития детей. М.: Педагогика, 1984.
- Allport G. W. The Individual and his Religion. NY: Makmillan, 1950.
- Anderson S. W. et al. Impairment of social and moral behavior related to early damage in human prefrontal cortex // Nat. Neurosci. 1999. V. 2. № 11. P. 1032–1037.
- Argyle L. S., McHenry R. Do spectacles really affect judgements of intelligence? // British Journal of Social and Clinical Psychology. 1971. 10. P. 27–29.
- Bandura A. Self-efficacy theory: Toward a unifying theory of behavioral change // Psychological Review. 84. 1977. P. 191–215.
- Bandura A. Social cognitive theory of moral thought and action // Handbook of moral behavior and development. Vol. 1 / Ed. by W. M. Kurtines, J. L. Gewirtz. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 1991. P. 45–104.
- Baumhart R. C. How Ethical Are Businessmen? // Harvard Business Review. 1961. July-August. V. 39. Is. 4. P. 6–19.
- Beit-Hallahmi B. Personal and social components of the Protestant ethic // Journal of Social Psychology. 1979. 109. P. 263–267.
- Belk R. W. Effects of consistency of visible consumption patterns on impression formation // J. Olson (Ed.). Advances in consumer research. 1980. Vol. 5. P. 365–371.
- Berger P. L. The Capitalist Revolution. Fifty Propositions About Prosperity, Equality, and Liberty. With a New Introduction by the Author // Basic Books, 1991.
- Biernat M., Vescio T. K., Theno S. A. Violating American values: A “value congruence” approach to understanding outgroup attitudes // Journal of Experimental Social Psychology. 1996. № 32. P. 387–410.
- Blasi A. What Should Count as Moral Behavior? The Nature of “Early Morality” in Children’s Development // Morality In Context / Ed. by

- W. Edelman, G. Nunner-Winkler. Amsterdam–Boston–Heidelberg–London–New York–Oxford–Paris–San Diego–San Francisco–Singapore–Sydney–Tokyo: Elsevier Science, 2005. P. 119–140.
- Cherulnik P. D., Wilderman S. K.* Symbols of status in urban neighborhoods: Contemporary perceptions of nineteenth-century Boston // *Environment and Behavior*. 1986. V. 18. P. 604–622.
- Christopher A. N., Schlenker B. R.* The impact of perceived material wealth and perceiver personality on first impressions // *Journal of Economic Psychology*. 2000. V. 21. P. 1–19.
- Ciampa D., Watkins M.* Right from the Start: Taking Charge in a New Leadership Role. Boston, MA: Harvard Business School Press, 1999.
- Colby A., Damon W.* Some do care: Contemporary lives of moral commitment. New York: Free Press, 1992.
- Coles R.* Lives of Moral Leadership. New York: Random House, 2001.
- Crissman P.* Temporal change and sexual difference in moral judgments // *Journal of Social Psychology*. 1942. № 16. P. 29–38.
- Damasio A.* Descartes' Error. Boston: Norton, 1994.
- De Cremer D., Mayer D., Carson J. B., Kuenzi M.* Social Learning Effects of Ethical Leaders on Employee (Un)ethical Behavior // 14th European Congress on Work and Organizational Psychology (EAWOP). Santiago de Compostela, 2009.
- de Waal F. B. M.* Good Natured. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1996.
- Deci E. L.* The psychology of self-determination. Toronto: Lexington books, 1980.
- Dittmar H.* Perceived material wealth and first impressions // *British Journal of Social Psychology*. 1992a. V. 31. P. 379–391.
- Dittmar H.* The social psychology of material possessions: To have is to be. New York: St. Martin's Press. 1992b.
- Dittmar H., Pepper L.* To have is to be: Materialism and person perception in working-class and middle-class British adolescents // *Journal of Economic Psychology*. 1994. V. 15. P. 233–251.
- Doyle K.* Money and the behavioral sciences // *American Behavioral Scientist*. 1992. V. 35. № 6. P. 641–657.
- Eisenberg N., Losoya S., Spinrad T.* Affect and prosocial responding // *Handbook of Affective Sciences* / Ed. by R. J. Davidson, K. R. Scherer, H. H. Goldsmith. New York: Oxford University Press, 2003. P. 787–803.
- Feather N. T.* Protestant ethic, conservatism, and values // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1984. V. 46. P. 1132–1141.

- Furnham A.* The Protestant work ethic and attitudes towards unemployment // *Journal of Occupational Psychology*. 1982a. V. 55. P. 277–285.
- Furnham A.* The Protestant work ethic: The psychology of work-related beliefs and behaviours. London: Routledge, 1990.
- Furnham A.* Why are the poor always with us? Explanations for poverty in Britain // *British Journal of Social Psychology*. 1982b. V. 21. P. 311–322.
- Furnham A.* Work related beliefs and human values // *Personality and Individual Differences*. 1987. V. 8. P. 627–637.
- Furnham A., Argyle M.* The Psychology of Money. London: Routledge, 1998.
- Gilligan C.* In a different voice. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1982.
- Goldberg H., Lewis R.* Money Madness: The Psychology of Saving, Spending, Loving and Hating Money. London, 1978.
- Goodall J.* Through a window: My thirty years with the chimpanzees of Gombe. Boston: Houghton Mifflin, 1990.
- Haidt J.* The emotional dog and its rational tail: A social illusionist approach to moral judgment // *Psychological Review*. 2001. V. 108. P. 814–834.
- Harding S., Phillips D., Fogarty M.* Contrasting Values in Western Europe. London: MacMillan, 1986.
- Heaven P. C. L.* Suggestions for reducing unemployment: A study of Protestant work ethic and economic locus of control beliefs // *British Journal of Social Psychology*. 1990. 29. P. 55–65.
- Higgins E., Friedman R., Harlow R., Idson L., Ayduk O., Taylor A.* Achievement orientations from subjective histories of success: Promotion pride versus prevention pride. *European Journal of Social Psychology*. 2001. V. 31 (1). P. 3–23.
- Hoffman M. L.* Empathy and Moral Development. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.
- Hume D.* A Treatise of Human Nature. Oxford, 1739/1978.
- Janoušek J.* Feelings, virtues, and industry in Adam Smith's Theory of moral sentiments: their relation to his economic thought // 30th Annual Congress IAREP. Prague, Czech Republic. September 21–24, 2005.
- Kalshoven K., Den Hartog D.* Ethical Leadership and Leader Effectiveness // 14th European Congress on Work and Organizational Psychology (EAWOP). Santiago de Compostela, 2009.
- Kohlberg L.* Essay on Moral Development, V. 1: The Philosophy of moral Development. New York: Harper and Row, 1981.
- Kohlberg L.* Moral development and identification // *Child psychology*. Chicago: University of Chicago Press. 1963. P. 277–332.

- Krevans J., Gibbs J. C.* Children's use of inductive discipline: Relations to children's empathy and prosocial behavior // *Child Development*. 1996. V. 67. P. 3264–3277.
- Labouvie-Vief G.* Chapter in: *Beyond formal operations: Late adolescence and adult cognitive development* / Ed. by M. L. Commons, F. A. Richards, C. Armon. New York: Praeger, 1984.
- Licona T.* Research on Piaget's Theory of Moral Development // *Moral Development and Behavior. Theory, Research and Social Issues*. New York, 1976. P. 219–240.
- MacDonald A. P.* More on the Protestant Ethic // *Journal of Consulting and Clinical Psychology*. 1972. V. 39 (1). Aug. P. 116–122.
- Martin J. E., Carlson C. R.* Spiritual dimension of health psychology // *Behavior therapy and religion: Integrating spiritual and behavioral approaches to change* / W. R. Miller, J. E. Martin (Eds). Newbury Park, CA: Sage, 1988. P. 57–110.
- McNamee S.* Moral Behavior, Moral Development and Motivation // *Journal of Moral Education*. 1978. V. 7. P. 27–31.
- Mirels H. L., Garrett J. B.* The Protestant ethic as a personality variable // *Journal of Consulting and Clinical Psychology*. 1971. V. 36. P. 40–44.
- Mueller D. C.* Rational egoism versus adaptive egoism as fundamental postulate for a descriptive theory of human behavior // *Public Choice*. 1986. V. 51. P. 3–23.
- Nash L.* *Good Intentions Aside: A Manager's Guide to Resolving Ethical Problems*. Harvard Business School Press, 1990.
- Norris H., Makhlouf-Norris F.* The measurement of self-identity // *The Measurement of Intrapersonal Space* / Ed. By P. Slater. V. 1. Wiley, London, 1976.
- Nunner-Winkler G.* Changes in Moral Understanding – An Intergenerational Comparison // *Morality In Context* / Ed. by W. Edelstein, G. Nunner-Winkler. Amsterdam – Boston – Heidelberg – London – New York – Oxford – Paris – San Diego – San Francisco – Singapore – Sydney – Tokyo: Elsevier Science, 2005. P. 273–291.
- Piaget J.* *The moral judgment of the child*. NY: Free Press, 1965.
- Pliner P., Chaiken S.* Eating, social motives, and selfpresentation in women and men // *Journal of Experimental Social Psychology*. 1990. V. 26. P. 240–254.
- Puutio R., Feldt T., Hyvonen K., Mauno S., Kinnunen U., Lämsä A.-M.* Ethical strain in managerial work // 14th European Congress on Work and Organizational Psychology (EAWOP). Santiago de Compostela, 2009.

- Raine A. et al.* Reduced prefrontal gray matter volume and reduced autonomic activity in antisocial personality disorder // *Arch. Gen. Psychiatry*. 2000. V. 57. № 2. P. 119–129.
- Rettig S., Pasamanick B.* Changes in moral values among college students: A factorial study // *American Sociological Review*. 1959. № 24. P. 856–863.
- Rico R., Alcover C. M., Sánchez-Manzanares M., Gil F.* The joint effects of communication behaviors and task interdependence on trust development and maintenance in virtual project teams // 14th European Congress on Work and Organizational Psychology (EAWOP). Santiago de Compostela, 2009.
- Rorty R.* Born to be good. *The New York Times Book Review*. 2006. August, 27.
- Ruse M.* *Sociobiology: Sense or nonsense?* Dordrecht, 1979.
- Ryan R. M., Deci E. L.* Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development and well-being // *American psychologist*. 2000. V. 55. № 1. P. 68–78.
- Ryle A., Breen D.* Some differences in the personal constructs of neurotic and normal subjects // *British Journal of Psychiatry*. 1972. V. 120. P. 483–489.
- Smith A.* *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*. V. I–II. Indianapolis, Liberty Fund 1981.
- Solomon R. S., Hanson K. R.* Ethical styles // *Ethical insight, ethical action: Perspectives for the local government manager* / Ed. E. K. Keller. Washington: ICMA, 1988. P. 59–64.
- Sucher S. J.* *The Moral Leader: Challenges, Tools, and Insights*. London–New York: Routledge, 2008.
- Tang T.* The development of short money ethic scale // *Personality and Individual Differences*. 1997. № 19. P. 809–816.
- Tapp J. L.* Legal socialization across age, culture and context psychological consideration for children and adult on the criminal and legal justice systems. U. of Minnesota, Newark, New York. September, 1987.
- Trivers R. L.* The evolution of reciprocal altruism // *Quarterly Review of Biology*. 1971. V. 46. P. 35–57.
- Turiel E.* The development of morality // *Handbook of Child Psychology* / Ed. W. Damon. New York: Wiley Press, 1998. P. 863–932.
- Verburg R., De Rooij J., Den Hartog D.* Leadership, Shared Understanding and Trust in Geographically Distributed Teams // 14th European Congress on Work and Organizational Psychology (EAWOP). Santiago de Compostela, 2009.

Vorobieva A. E., Kupreychenko A. B. The role of self-regulation for youth moral self-determination // Book of abstracts III International Congress on Emotional Intelligence. Opatia, 2011. P. 174.

Vorobieva A. E., Kupreychenko A. B. Youth moral self-determination factors // 6th European Conference on Positive Psychology Papers. Moscow, 2012. P. 283.

Wallach M. A., Wallach L. Psychology's Sanction for Selfishness: The Error of Egoism in Theory and Therapy. San Francisco: Freeman, 1983.

Wilson E. O. The insect societies. Cambridge (Mass.), 1971.

Wright D. The psychology of moral behaviour. Harmondsworth: Penguin Book, 1978.

Zornoza A., Orengo V., Peñarroja V. Trust and Coordination in virtual teams. A temporal perspective // 14th European Congress on Work and Organizational Psychology (EAWOP). Santiago de Compostela, 2009.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕТОДИК ИССЛЕДОВАНИЯ НРАВСТВЕННОСТИ

Для каждой методики обобщены и представлены в таблице следующие данные: Название методики, Автор, Сфера применения, Теоретические основания, Измеряемые конструкты, Достоинства, Недостатки.

Название: шкала диспозиционного эгоизма (Муздыбаев, 2000; Стрижов, Ветрова, 2007) Автор: К. Муздыбаев Сфера применения: универсальная Теоретические основания: авторское понимание феномена эгоизма Измеряемые конструкты: эгоизм личности Достоинства: небольшая по объему, проста в обработке Недостатки: не представлено
Название: опросник нравственной надежности личности (Стрижов, 2007; Стрижов, 2009) Автор: Е. Ю. Стрижов Сфера применения: деловых отношений Теоретические основания: собственный подход на основе концептуальных положений экономической и политической психологии, психологии труда и психологии управления о «нравственном факторе» концептуальные основы исследований российского менталитета, субъектного подхода Измеряемые конструкты: компоненты нравственной надежности: 1) нравственные ценности и архетипы морального сознания; 2) уровень и локус моральной ответственности личности; 3) когнитивный стиль решения моральных и экономических проблем; 4) стиль моральной саморегуляции поведения; 5) стиль межличностного взаимодействия; 6) нравственно-смысловая детерминация поведения Достоинства: учет специфики российского менталитета, проведена валидизация Недостатки: очень большой объем (196 вопросов)

<p>Название: тест «Добро–Зло» (Попов, Кашин, Страшинова, 2000)</p> <p>Авторы: Л. М. Попов, А. П. Кашин</p> <p>Сфера применения: универсальная</p> <p>Теоретические основания: Авторская концепция этической психологии личности</p> <p>Измеряемые конструкты: две альтернативные черты личности по функциям качеств добра и зла</p> <p>Достоинства: не слишком велика по объему</p> <p>Недостатки: часть вопросов социально желательна</p>
<p>Название: методика изучения этических характеристик (Исмагилова, 2007)</p> <p>Автор: Р. Р. Исмагилова</p> <p>Сфера применения: для подростков</p> <p>Теоретические основания: опросник «Добро-Зло»</p> <p>Измеряемые конструкты: не представлено</p> <p>Достоинства: не представлено</p> <p>Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: опросник «Справедливость-Забота» (Молчанов, 2003; Молчанов, 2004)</p> <p>Автор: С. В. Молчанов</p> <p>Сфера применения: для подростков, студентов</p> <p>Теоретические основания: теория Л. Колберга, К. Гиллиган, Н. Айзенберга</p> <p>Измеряемые конструкты: стадия морального развития по принципу справедливости или заботы</p> <p>Достоинства: не представлено</p> <p>Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: модифицированные моральные дилеммы</p> <p>Авторы: А. И. Подольский, С. В. Молчанов</p> <p>Сфера применения: не представлено</p> <p>Теоретические основания: не представлено</p> <p>Измеряемые конструкты: не представлено</p> <p>Достоинства: не представлено</p> <p>Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: отношение предпринимателей к соблюдению нравственных норм (ОСНН) (Журавлев, Купрейченко, 2003)</p> <p>Автор: А. Б. Купрейченко</p> <p>Сфера применения: деловых отношений</p> <p>Теоретические основания: теория отношений, основные этические теории</p> <p>Измеряемые конструкты: отношение к соблюдению нравственных норм по 5 шкалам (правдивости, справедливости, ответственности, принципиальности, терпимости) и 3 формально-динамическим показателям (гибкости в зависимости от психологической дистанции, уровню, устойчивости во времени).</p> <p>Достоинства: учет особенностей российского менталитета, избегание социально желательных ответов</p> <p>Недостатки: непереносимость в иные культурно-исторические условия</p>

<p>Название: шкала совестливости (Фетискин, Козлов, Мануйлов, 2002)</p> <p>Авторы: В. В. Мельников, Л. Т. Ямпольский</p> <p>Сфера применения: универсальная</p> <p>Теоретические основания: не известны</p> <p>Измеряемые конструкты: степень уважения к социальным нормам и этическим требованиям</p> <p>Достоинства: небольшая по объему, проста в обработке</p> <p>Недостатки: формулировки вопросов социально желательные и отчасти устаревшие</p>
<p>Название: методика изучения совестливости (Ильин, 2001)</p> <p>Автор: Е. П. Ильин</p> <p>Сфера применения: универсальная</p> <p>Теоретические основания: шкала «Чувство вины» из методики диагностики показателей и форм агрессии А. Баса и А. Дарки</p> <p>Измеряемые конструкты: склонность испытывать чувство вины</p> <p>Достоинства: небольшая по объему, проста в обработке</p> <p>Недостатки: формулировки вопросов социально желательные</p>
<p>Название: Behaviorally Anchored Rating Scale (Cardy, Selvarajan, 2004)</p> <p>Авторы: R. L. Cardy, T. T. Selvarajan</p> <p>Сфера применения: деловых отношений</p> <p>Теоретические основания: этика бизнеса</p> <p>Измеряемые конструкты: этичность поведения (шкалы: взяточничество, жульничество, подделка, этические отношения с сотрудниками, преувеличение издержек в отчетах о командировках, личная выгода от ресурсов компании)</p> <p>Достоинства: не представлено</p> <p>Недостатки: не известна русская адаптация</p>
<p>Название: методика диагностики морального сознания: а) методика диагностики ценностных ориентаций (30 и 55 вопросов), б) методика «ценностно-эмоциональной» направленности (80 вопросов), в) методика «Решение моральных дилемм» (25 и 45 вопросов, которые даются перед 55 вопросами методики диагностики ценностных ориентаций), г) методика «Образ достойного человека», методика «Нормы тактичности», д) методика «Этика трудовых отношений» (20 пар и 135 вопросов) (Хвостов, 2005)</p> <p>Автор: А. А. Хвостов</p> <p>Сфера применения: универсальная</p> <p>Теоретические основания: основные этические концепции, нравственно-психологические типологии личности, аморализм</p> <p>Измеряемые конструкты: моральное сознание</p> <p>Достоинства: возможность кросс-культурного применения</p> <p>Недостатки: отсутствие шкал, большой объем вопросов</p>

<p>Название: методика «Сюжетные картинки» (Практикум по возрастной психологии, 2006)</p> <p>Автор: не известен</p> <p>Сфера применения: для детей дошкольного возраста</p> <p>Теоретические основания: не представлено</p> <p>Измеряемые конструкты: эмоциональный компонент нравственного сознания</p> <p>Достоинства: оценка не только правильной классификации и обоснования своего выбора, но и эмоций по поводу каждого сюжета</p> <p>Недостатки: возможно только индивидуальное тестирование</p>
<p>Название: моральные дилеммы (Kohlberg, 1963)</p> <p>Автор: Л. Колберг</p> <p>Сфера применения: универсальная</p> <p>Теоретические основания: авторская концепция морального развития</p> <p>Измеряемые конструкты: стадия развития моральных суждений: 1) послушание и ориентация на наказание; 2) индивидуализм и обмен; 3) хорошие межличностные отношения; 4) сохранение социального порядка; 5) социальный контракт и индивидуальные права; 6) универсальные принципы</p> <p>Достоинства: одна из первых попыток измерения уровня морального развития личности, являющаяся основой многих последующих методик</p> <p>Недостатки: базируется на этическом абсолютизме, не учитывающем культурные особенности различных обществ, измеряет установки, которые далеки от реального поведения, ограничивается только феноменом справедливости</p>
<p>Название: методика «Духовный дифференциал» + методика само- и взаимооценки духовно-нравственных качеств (Валиахметов, 2003)</p> <p>Автор: Х.Х. Валиахметов</p> <p>Сфера применения: учащиеся</p> <p>Теоретические основания: концепции о духовной личности и человеке, духовно-нравственных качеств и уровне их развития (М. Лайтман, Ф. Хопко), принцип семантического дифференциала</p> <p>Измеряемые конструкты: духовно-нравственный портрет (духовная сила, духовная красота как совокупность духовных ценностей, духовная активность)</p> <p>Достоинства: небольшая по объему</p> <p>Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: методика нравственного выбора (Веселова, Черняева, Бейсембиева, 2000)</p> <p>Автор: Е.К. Веселова</p> <p>Сфера применения: не представлено</p> <p>Теоретические основания: не представлено</p> <p>Измеряемые конструкты: не представлено</p> <p>Достоинства: не представлено</p> <p>Недостатки: не представлено</p>

<p>Название: ИОМС (Синягин, 1996)</p> <p>Автор: Ю.В. Синягин</p> <p>Сфера применения: не представлено</p> <p>Теоретические основания: теория Л. Колберга</p> <p>Измеряемые конструкты: решение проблемных этических задач</p> <p>Достоинства: позволяет определить, существуют ли и осознаются ли противоречия между ценностями и нормами, понимаемые как расхождение в сознании человека шкал «хорошо-плохо» и «можно-нельзя»</p> <p>Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: The Moral Behavior Scale (Measures of personality and Social Psychological Attitudes, 1991)</p> <p>Авторы: Crissman, 1942; Retting & Pasamanick, 1959</p> <p>Сфера применения: универсальная</p> <p>Теоретические основания: не представлено</p> <p>Измеряемые конструкты: моральное поведение (оценить по шкале «совершенно неправильно – немного неправильно»: убийство человека ради спасения собственной жизни; сексуальные отношения до брака; доктора, допускающего смерть неполноценного ребенка, зная, что нет лекарства от этого дефекта; ставки на лошадей и т.п.)</p> <p>Достоинства: не представлено</p> <p>Недостатки: не известна русская адаптация</p>
<p>Название: The Morally Debatable Behaviors Scales (Measures of personality and Social Psychological Attitudes, 1991)</p> <p>Авторы: Harding & Phillips, 1986</p> <p>Сфера применения: универсальная</p> <p>Теоретические основания: не представлено</p> <p>Измеряемые конструкты: морально спорное поведение (оценить по шкале «допустимо всегда – никогда не допустимо»: не платить за проезд в общественном транспорте, покупать краденое, гомосексуализм, проституцию, аборты и т.п.)</p> <p>Достоинства: не представлено</p> <p>Недостатки: не известна русская адаптация</p>
<p>Название: «Тест на этику бизнеса» (Уткин, Драчева, Кочеткова, Юликов, 1999)</p> <p>Авторы: Э.А. Уткин и соавторы</p> <p>Сфера применения: деловых отношений</p> <p>Теоретические основания: не представлено</p> <p>Измеряемые конструкты: этический уровень</p> <p>Достоинства: небольшая по объему, проста в обработке</p> <p>Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: методика оценки организационной культуры и этики (Cadet, 1994)</p> <p>Автор: P. Cadet</p> <p>Сфера применения: деловых отношений</p> <p>Теоретические основания: не представлено</p> <p>Измеряемые конструкты: не представлено</p> <p>Достоинства: не представлено</p> <p>Недостатки: не представлено</p>

<p>Название: методика «Поведение в этически неоднозначных ситуациях» (Латынов, 2005)</p> <p>Автор: В. В. Латынов</p> <p>Сфера применения: деловых отношений, студенты</p> <p>Теоретические основания: способы объяснения ненормативных поступков</p> <p>Измеряемые конструкты: роль дискурса в интерпретации этически неоднозначных ситуаций (влияние различных типов объяснений на оценку поступка, а также моральных и деловых качеств лица, его совершившего)</p> <p>Достоинства: не обнаружено аналогичных методик исследования дискурса о неэтичных поступках</p> <p>Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: опросник, направленный на изучение особенностей правового и морального сознания на основе анализа морально-правовых суждений + сокращенный вариант (Николаева, 1993)</p> <p>Автор: Дж. Тапп (адаптация О. П. Николаевой)</p> <p>Сфера применения: не представлено</p> <p>Теоретические основания: теория морали Ж. Пиаже, стадии морального развития (по Л. Колбергу), когнитивная теория морального сознания (переход от конкретных правил поведения к абстрактным этическим принципам), связь правовой и нравственной зрелости</p> <p>Измеряемые конструкты: особенности правового и морального сознания (морально-правовые суждения: понимание функций законов, причин изменения и нарушения законов, понятия справедливости, осознания прав личности)</p> <p>Достоинства: возможность кросс-культурного применения, проведена валидизация методики, методика небольшая по объему</p> <p>Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: задачи (Николаева, 1993)</p> <p>Автор: О. П. Николаева</p> <p>Сфера применения: для детей</p> <p>Теоретические основания: теория Ж. Пиаже</p> <p>Измеряемые конструкты: нравственное сознание</p> <p>Достоинства: релевантность опыту респондентов</p> <p>Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: задачи + самооценка респондентов (Якобсон, 1997)</p> <p>Автор: М. А. Якобсон</p> <p>Сфера применения: для детей</p> <p>Теоретические основания: авторское понимание факторов нравственного воспитания</p> <p>Измеряемые конструкты: нравственные качества (уважение к чужой собственности, терпимость к другим людям, честность, справедливость ко всем людям, участие в общественно-полезном труде, трудолюбие, ответственность, свобода в принятии собственных решений, сострадание)</p> <p>Достоинства: возможность кросс-культурного применения</p> <p>Недостатки: не представлено</p>

<p>Название: методика многомерного исследования нравственности (ММИН) (Родионова, 2007)</p> <p>Автор: В. Подоляк</p> <p>Сфера применения: не представлено</p> <p>Теоретические основания: системно-структурный подход (нравственность личности понимается как целостное психологическое образование, включающее в себя множество взаимосвязанных признаков (отношений, чувств, состояний, привычек, качеств), которые выступают как некоторые интегральные характеристики, обобщающие психологическую информацию о поведении личности)</p> <p>Измеряемые конструкты: нравственность личности (шкалы: 1) честь и нравственные убеждения; 2) гуманизм и человечность; 3) самоконтроль и самодисциплина; 4) благородство и уважение к женщине; и др.)</p> <p>Достоинства: не представлено</p> <p>Недостатки: очень большой объем (149 вопросов)</p>
<p>Название: решающего довода тест (иногда название переводят как «Тест Определений») (РДТ; DIT – Defining Issues Test) (Подольской, 2007, Хвостов, 2005)</p> <p>Автор: Д. Рест</p> <p>Сфера применения: не представлено</p> <p>Теоретические основания: интервью моральных суждений (ИМС; Moral Judgement Interview) Л. Колберга</p> <p>Измеряемые конструкты: решение моральных дилемм, оценка моральных соображений или обоснований</p> <p>Достоинства: надежна и валидна</p> <p>Недостатки: исключена необходимость выведения оценки моральных суждений (у субъекта исключается возможность давать собственное спонтанное моральное обоснование)</p>
<p>Название: методика диагностики социоморальной рефлексии (СРД; SRM – Sociomoral Reflection Measure) (Gibbs, Widaman, 1982)</p> <p>Авторы: Д. Джиббс, К. Ф. Видеман</p> <p>Сфера применения: не представлено</p> <p>Теоретические основания: не представлено</p> <p>Измеряемые конструкты: не представлено</p> <p>Достоинства: не представлено</p> <p>Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: методика «Социоморальной рефлексии Объективная диагностика (СРОД; SROM – Sociomoral Reflection Objective Measure), ее упрощенная форма – Социоморальной рефлексии объективная диагностика – Короткая форма (СРОД-КФ; SROM-SF – Sociomoral Reflection Objective Measure – Short Form) (Хвостов, 2005; Gibbs, Basinger, Fuller, 1992)</p> <p>Автор: не известен</p> <p>Сфера применения: не представлено</p> <p>Теоретические основания: методика диагностики социоморальной рефлексии (СРД; SRM – Sociomoral Reflection Measure)</p> <p>Измеряемые конструкты: индекс социоморальной рефлексии (выбор обоснований важности моральных ценностей)</p> <p>Достоинства: надежна и валидна</p> <p>Недостатки: не представлено</p>

<p>Название: социоморальной рефлексии диагностика короткая форма (СДР-КФ; (SRM-SF) Sociomoral Reflection Measure-Short Form) (Хвостов, 2005; Gibbs, Basinger, Fuller, 1992)</p> <p>Авторы: Д. Джиббс, К. Бэсинджер, Д. Фуллер</p> <p>Сфера применения: не представлено</p> <p>Теоретические основания: методика «Социоморальной рефлексии Объективная диагностика (СРОД; SROM – Sociomoral Reflection Objective Measure), ее упрощенная форма – Социоморальной рефлексии объективная диагностика – Короткая форма (СРОД-КФ; SROM-SF – Sociomoral Reflection Objective Measure – Short Form), теория Л. Колберга и ее авторская критика</p> <p>Измеряемые конструкты: уровень развития моральных суждений на основе отношения к социоморальным ценностям (значимость нравственных ценностей, нравственное осмысление) типа спасение жизни, «не укради», выполнения обещаний и т. п.</p> <p>Достоинства: надежна и валидна, небольшая по объему, заполнение занимает гораздо меньше времени, чем интервью о моральных суждениях, т. к. не требует, чтобы респонденты читали и обдумывали длинные нравственные дилеммы, результаты в баллах по этой методике хорошо соотносятся с результатами, полученными из интервью о моральных суждениях, при этом наблюдаются сходные возрастные тенденции</p> <p>Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: тест «Этический стиль» (Ethical Styles) (Хвостов, 2005; Solomon, Hanson, 1988)</p> <p>Авторы: R. S. Solomon, K. R. Hanson</p> <p>Сфера применения: не представлено</p> <p>Теоретические основания: не представлено</p> <p>Измеряемые конструкты: этический стиль (исходные предпосылки, способы аргументации, способы правильного ведения дел)</p> <p>Достоинства: не представлено</p> <p>Недостатки: психометрические данные не известны</p>
<p>Название: шкала протестантской этики (Protestant Ethic Scale) (Mirels, Garrett, 1971; Protestant Ethic Scale, 1981)</p> <p>Авторы: H. L. Mirels, J. B. Garrett</p> <p>Сфера применения: не представлено</p> <p>Теоретические основания: М. Вебер «Протестантская этика и дух капитализма»</p> <p>Измеряемые конструкты: протестантская этика (важность усердной работы, бережливости и умеренности)</p> <p>Достоинства: отсутствие связи со шкалой социальной желательности (Social Desirability Scale)</p> <p>Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: Тест моральных суждений (ТМС) – The Moral Judgment Test (MJT) (Подольский, 2007)</p> <p>Автор: Г. Линд (Lind)</p> <p>Сфера применения: исследование, оценка программ морального обучения и морального развития</p> <p>Теоретические основания: двухкомпонентная теория морального поведения (аффективный и когнитивный аспект), постулируемая Ж. Пиаже, Л. Колбергом, Г. Линдом, критика методологии Л. Колберга (смешение когнитивного и аффективного аспекта морального суждения)</p>

<p>Измеряемые конструкты: компетентность в моральных суждениях (способность человека в оценке противоречивых доводов при решении моральной коллизии, с учетом моральных принципов и установок)</p> <p>Достоинства: возможность кросс-культурного применения</p> <p>Недостатки: не предназначен для индивидуальной диагностики способностей оценки моральных суждений, нет гарантий от ложного интерпретирования</p>
<p>Название: наблюдения в ситуациях «Лекция», «Семинар», «Субботник», «Собрание», «Экзамен», «Дежурство ДНД», «Подготовка и проведение диспута на моральную тему», «Студенческая научно-практическая конференция», «Практика», «Апробация методик», «Столовая», «Общежитие» и т. д. (создание затруднительных жизненных ситуаций с нравственным содержанием, в которых сталкивались два противоположных мотива – общественно значимый, моральный и сугубо личный, эгоистический) (Токарева, 1991)</p> <p>Автор: В. А. Токарева</p> <p>Сфера применения: студенты</p> <p>Теоретические основания: исследования нравственного развития личности</p> <p>Измеряемые конструкты: динамика нравственного развития личности (отношение к выполняемой деятельности, взаимоотношения друг с другом, с другими людьми, ситуативность/устойчивость нравственных поступков и поведения в целом, активный моральный выбор)</p> <p>Достоинства: более глубокая информация о происходящих событиях, по сравнению с другими методами исследования, оценка реального морального выбора, в отличие от большинства методик, возможность кросс-культурного применения</p> <p>Недостатки: характерные для метода наблюдения в целом (постоянная необходимость переключения внимания, эффект социальной фасилитации, ограниченность времени, невозможность вновь оказаться в этой же ситуации, иллюзорное восприятие действительности, ошибки наблюдателя)</p>
<p>Название: методика для изучения нравственных качеств (Токарева, 1991)</p> <p>Автор: Е. С. Махлах</p> <p>Сфера применения: не представлено</p> <p>Теоретические основания: понимание каждого нравственного качества личности как постоянного, сложившегося отношения к людям, труду, вещам, природе, самому себе, как определенной системы мотивов, форм, способов поведения, в которых реализуются эти отношения</p> <p>Измеряемые конструкты: нравственные качества личности (ответственность, умение владеть собой, смелость, скромность, целеустремленность, жизнерадостность, умение чувствовать и ценить красоту, хороший товарищ, честность, аккуратность, принципиальность, сообразительность, организованность, трудолюбие, любознательность, коллективизм)</p> <p>Достоинства: позволяет сопоставить самооценку изучаемых качеств с их оценками членами группы, дает возможность получить статистически достоверные для данной выборки результаты о наличии/отсутствии у испытуемого соответствующих форм поведения, методика надежна</p> <p>Недостатки: не представлено</p>

<p>Название: а) вовлечение в диспуты на этические темы, привлечение студентов к участию в разработке методик; б) чтение спецкурса «Психологические проблемы нравственного воспитания личности», организация упражнений по развитию нравственной воспитанности, привлечение студентов к анализу различных жизненных ситуаций, связанных с взаимоотношениями людей, написание и защита рефератов на морально-этические темы с предварительным сбором эмпирического материала посредством специальных методик, позволяющих выявлять или нравственные представления и понятия, или нравственные чувства, или нравственные качества (Токарева, 1991)</p> <p>Автор: В. А. Токарева</p> <p>Сфера применения: студенты</p> <p>Теоретические основания: исследования нравственного развития личности, постулат С. Л. Рубинштейна о необходимости введения педагогического воздействия в психологический эксперимент</p> <p>Измеряемые конструкты: нравственные знания, нравственная воспитанность</p> <p>Достоинства: возможность кросс-культурного применения</p> <p>Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: анкета «Нравственная характеристика личности подростка», экспертная оценка и самооценка нравственных знаний личности, экспертная оценка и самооценка нравственных умений личности, экспертная оценка и самооценка этико-психологической готовности будущего специалиста осуществлять нравственное воспитание подростка (Орбан, 1992)</p> <p>Автор: Л. Э. Орбан</p> <p>Сфера применения: подростки, студенты</p> <p>Теоретические основания: возрастные особенности</p> <p>Измеряемые конструкты: личностные качества, знания и умения, взаимоотношения со взрослыми, отношение к детскому и подростковому движению, способы проведения свободного времени, взаимоотношения с коллективом сверстников; отношение к процессам, происходящим в обществе, нравственные знания и умения, взаимоотношения с подростками</p> <p>Достоинства: оценка результатов путем сопоставления с результатами предыдущего тестирования того же респондента, методика небольшая по объему</p> <p>Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: методика исследования альтруистической позиции (Подольский, 2006)</p> <p>Автор: А. Л. Communian (адаптация Д. А. Подольского)</p> <p>Сфера применения: не представлено</p> <p>Теоретические основания: выделение фактора доброты как основы альтруистического поведения, и той доброты, за которой стоит эгоистический мотив получения собственной выгоды</p> <p>Измеряемые конструкты: бескорыстная доброта, манипулятивные установки, нормативные установки</p> <p>Достоинства: небольшая по объему</p> <p>Недостатки: не представлено</p>

<p>Название: методика исследования моральных суждений (Подольский, 2006)</p> <p>Автор: Д. А. Подольский</p> <p>Сфера применения: подростки</p> <p>Теоретические основания: стадии морального развития (по Л. Колбергу)</p> <p>Измеряемые конструкты: уровень моральных суждений в определенных жизненных контекстах и по отношению к определенным моральным нормам («не укради» и «не солги»)</p> <p>Достоинства: небольшая по объему</p> <p>Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: методика «Моральные дилеммы. Эмпатия. Компетентность» (Подольский, 2006; Подольский, 2007)</p> <p>Авторы: А. И. Подольский, О. А. Карабанова</p> <p>Сфера применения: подростки</p> <p>Теоретические основания: стадии морального развития (по Л. Колбергу), использование противоречия моральных принципов, авторский подход к конструированию моральных дилемм</p> <p>Измеряемые конструкты: уровень развития моральной компетентности (уровень развития морального мышления, особенности решения моральных противоречий в разных контекстах взаимодействия, особенности ориентации на партнера при осуществлении морального выбора, уровень развития моральных суждений и вербального морального поведения)</p> <p>Достоинства: релевантность опыту респондентов, использование видеоматериалов</p> <p>Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: опросник моральных установок + анкета о моральных вопросах и качествах людей (Терешкин, 2005)</p> <p>Автор: А. Ф. Терешкин</p> <p>Сфера применения: школьники, студенты</p> <p>Теоретические основания: авторская ценностно-ассоциативная модель моральных установок</p> <p>Измеряемые конструкты: моральные установки (нормативность, благополучие/социальная ответственность, справедливость, взаимность, самоуважение/внутренний долг, тревожность/совестливость, альтруизм/любовь к добру, прагматизм, религиозность, моральная автономия, релятивизм, конформность, цинизм, макиавеллизм, конвенционализм, честность, ответственность, преданность/верность, моральное мужество, дружелюбие/готовность помочь)</p> <p>Достоинства: проведена стандартизация и валидизация методики</p> <p>Недостатки: очень большой объем (100 вопросов)</p>
<p>Название: опросник «Заповеди блаженства»</p> <p>Автор: Г. Аминев</p> <p>Сфера применения: не представлено</p> <p>Теоретические основания: не представлено</p> <p>Измеряемые конструкты: не представлено</p> <p>Достоинства: не представлено</p> <p>Недостатки: не представлено</p>

<p>Название: тест «Духовный дифференциал» (Аминев, 1994)</p> <p>Авторы: Г. А. Аминев, Э. Г. Аминев</p> <p>Сфера применения: не представлено</p> <p>Теоретические основания: не представлено</p> <p>Измеряемые конструкты: духовная сила, духовная красота, духовная активность</p> <p>Достоинства: не представлено</p> <p>Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: активизирующий опросник «Самооценка нравственности и гражданственности (СНГ)» (Пряжников, 2008)</p> <p>Автор: Н. С. Пряжников</p> <p>Сфера применения: подростки</p> <p>Теоретические основания: авторский подход</p> <p>Измеряемые конструкты: самооценка своих качеств, важность тех или иных качеств для достижения своего счастья, возможное проявление этих же качеств в сложных с этической стороны ситуациях</p> <p>Достоинства: позволяет соотнести свои качества со значимыми для жизни ценностями, со своим представлением о порядочности и в некоторой степени даже смоделировать поведение в ситуациях, сложных в этическом отношении</p> <p>Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: опросник</p> <p>Автор: В. Лефевр</p> <p>Сфера применения: не представлено</p> <p>Теоретические основания: не представлено</p> <p>Измеряемые конструкты: не представлено</p> <p>Достоинства: не представлено</p> <p>Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: методика моделирования этически сложных деловых ситуаций «Прошу совета» (Редькина, 2003)</p> <p>Автор: М. В. Редькина</p> <p>Сфера применения: деловых отношений</p> <p>Теоретические основания: методика нравственного выбора Е. К. Веселовой, затруднительные ситуации Ф. Котлера, когнитивно-стадиальная теория Л. Колберга, концепция многоуровневой структуры нравственного сознания Б. С. Братуся, собственная концепция уровней поведения в ситуации нравственно-экономического конфликта</p> <p>Измеряемые конструкты: этический уровень (действие и его мотивация)</p> <p>Достоинства: не только качественный, но и количественный анализ, приближенность к социальному и профессиональному опыту респондентов, использование типичных для современной экономической практики нарушений деловой этики</p> <p>Недостатки: для большинства респондентов моделирование такого рода ситуаций достаточно сложно, что приводит к сопротивлению при ответе на вопросы и значительному эмоциональному напряжению, без достаточного опыта экспериментатору не всегда удается сразу правильно определить мотив принятия того или иного решения</p>

<p>Название: опросник «Ответственность» (Прядеин, 1998)</p> <p>Авторы: В. П. Прядеин, А. И. Крупнов</p> <p>Сфера применения: студенты</p> <p>Теоретические основания: авторская модель структуры ответственности</p> <p>Измеряемые конструкты: гармонические (эргичность, стеничность, интернальность, социоцентричность, осмысленность, предметность) и агармонические (аэргичность, астеничность, экстернальность, эгоцентричность, осведомленность, субъектность) составляющие ответственности</p> <p>Достоинства: проведена валидизация методики</p> <p>Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: методика исследования нравственно-психологических отношений личности (НПОЛ) (Бражникова, 2008)</p> <p>Автор: А. Н. Бражникова</p> <p>Сфера применения: учащиеся, студенты</p> <p>Теоретические основания: авторская концепция нравственно-психологических отношений (на основе любви)</p> <p>Измеряемые конструкты: отношение к другому, себе, религии, обществу</p> <p>Достоинства: небольшая по объему</p> <p>Недостатки: разнотипные вопросы</p>
<p>Название: методика диагностики духовного кризиса (Гресле, 2008)</p> <p>Автор: не известен</p> <p>Сфера применения: не представлено</p> <p>Теоретические основания: не представлено</p> <p>Измеряемые конструкты: не представлено</p> <p>Достоинства: не представлено</p> <p>Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: «Бланковый тест»</p> <p>Автор: И. Крупнов</p> <p>Сфера применения: не представлено</p> <p>Теоретические основания: не представлено</p> <p>Измеряемые конструкты: ответственность</p> <p>Достоинства: не представлено</p> <p>Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: Методика исследования уровня развития моральных суждений личности (МИУРМСЛ) (Чикалов, 2008)</p> <p>Автор: Н. А. Чикалов</p> <p>Сфера применения: школьники, студенты, педагоги</p> <p>Теоретические основания: теория Ж. Пиаже, Л. Колберга</p> <p>Измеряемые конструкты: уровень развития моральных суждений (шкалы: 1) социоморальный возраст; 2) сбалансированный показатель развития моральных суждений)</p> <p>Достоинства: психометрические характеристики позволяют получить достоверные и значимые результаты</p> <p>Недостатки: не представлено</p>

<p>Название: ситуативные опросники «Нарушение норм» и «Столкновение норм» (Столярова, 2008) Автор: В. А. Столярова Сфера применения: студенты Теоретические основания: правоведение Измеряемые конструкты: продуктивность применения понятий права («норма права», «степень общественной опасности») Достоинства: не представлено Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: опросник для изучения нравственного сознания и предполагаемого поведения подростка + ситуационный опросник (Мунзер, 1993) Автор: И. А.-Ш. Мунзер Сфера применения: для подростков Теоретические основания: данные возрастной психологии и психологических концепций нравственности личности Измеряемые конструкты: нравственное сознание (уровень сформированности нравственных суждений и уровень развития представлений о нравственных нормах образа собственного поведения) и предполагаемое поведение Достоинства: возможность использования в других культурах (было проведено исследование в Сирии) Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: опросник «Нравственный потенциал личности» (Антилогова, 1999) Автор: Л. Н. Антилогова Сфера применения: школьники, студенты Теоретические основания: авторская концепция нравственного сознания личности Измеряемые конструкты: уровень отношений к родителям, животным, труду, себе, Родине, другим людям, а также общий уровень сформированности нравственных отношений Достоинства: не представлено Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: Moral Competency Inventory (Lennick, Kiel, 2008) Авторы: D. Lennick, F. Kiel Сфера применения: деловых отношений Теоретические основания: не представлено Измеряемые конструкты: моральная компетентность Достоинства: не представлено Недостатки: не известна русская адаптация</p>
<p>Название: методика диагностики честности (Бормотов, 2008) Авторы: лаборатория психодиагностики ЮрГУ Сфера применения: не представлено Теоретические основания: принцип опосредованной оценки критериев честности Измеряемые конструкты: личностная готовность к честному поведению, хищению или воровству на работе Достоинства: не представлено Недостатки: не представлено</p>

<p>Название: опросник структуры нравственной сферы личности (Гизатуллина, 2008) Автор: Э. Р. Гизатуллина Сфера применения: школьники, студенты Теоретические основания: не представлено Измеряемые конструкты: не представлено Достоинства: не представлено Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: опросник диагностики уровня нравственного развития личности (Гизатуллина, 2008) Автор: Э. Р. Гизатуллина Сфера применения: школьники, студенты Теоретические основания: не представлено Измеряемые конструкты: не представлено Достоинства: не представлено Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: комплексная методика исследования нравственной сферы личности дошкольника на основе усвоения базисных этических понятий (МИНСЭП) (Овчарова, Мельникова, 2008) Авторы: Н. В. Мельникова, Р. В. Овчарова Сфера применения: для детей дошкольного возраста Теоретические основания: авторская концепция развития нравственной сферы личности в дошкольном возрасте Измеряемые конструкты: нравственное сознание, нравственные чувства, нравственное поведение Достоинства: охват всей нравственной сферы, проведена валидизация методики Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: рисуночный тест «Доброе–злое» (Овчарова, Мельникова, 2008) Автор: В. С. Мухина Сфера применения: для детей Теоретические основания: не представлено Измеряемые конструкты: не представлено Достоинства: не представлено Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: беседы на нравственные темы по рассказам Л. Толстого, В. Осеевой, Л. Воронковой, С. Михалкова и др. (Овчарова, Мельникова, 2008) Автор: не известен Сфера применения: для детей Теоретические основания: не представлено Измеряемые конструкты: представления о нравственных нормах и образцах Достоинства: не представлено Недостатки: не представлено</p>

<p>Название: методика «Изучение морального поведения» (Овчарова, Мельникова, 2008)</p> <p>Авторы: С. Г. Якобсон, Г. И. Морева</p> <p>Сфера применения: для детей</p> <p>Теоретические основания: не представлено</p> <p>Измеряемые конструкты: не представлено</p> <p>Достоинства: не представлено</p> <p>Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: методика «Цветовые метафоры» (Овчарова, Мельникова, 2008)</p> <p>Автор: И. Л. Соломин</p> <p>Сфера применения: для детей дошкольного возраста</p> <p>Теоретические основания: не представлено</p> <p>Измеряемые конструкты: понимание сущности нравственных норм и отношения к ним</p> <p>Достоинства: не представлено</p> <p>Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: анализ проблемных ситуаций «Что подумала мама?» (Овчарова, Мельникова, 2008)</p> <p>Автор: не известен</p> <p>Сфера применения: для детей дошкольного возраста</p> <p>Теоретические основания: не представлено</p> <p>Измеряемые конструкты: понимание нравственных оценок взрослых</p> <p>Достоинства: не представлено</p> <p>Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: методика «Изучение уровня самосознания» (Овчарова, Мельникова, 2008)</p> <p>Авторы: И. В. Дубровина, А. Г. Рузская</p> <p>Сфера применения: для детей</p> <p>Теоретические основания: не представлено</p> <p>Измеряемые конструкты: уровень осознанности действий нравственного порядка</p> <p>Достоинства: не представлено</p> <p>Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: методика «Незаконченные истории» (Овчарова, Мельникова, 2008)</p> <p>Автор: Г. А. Урунтаева</p> <p>Сфера применения: для детей дошкольного возраста</p> <p>Теоретические основания: не представлено</p> <p>Измеряемые конструкты: мотивы нравственного поведения</p> <p>Достоинства: не представлено</p> <p>Недостатки: не представлено</p>

<p>Название: сюжетно-ролевая игра «Страна чудес» (Овчарова, Мельникова, 2008)</p> <p>Автор: не известен</p> <p>Сфера применения: для детей</p> <p>Теоретические основания: не представлено</p> <p>Измеряемые конструкты: навыки нравственного поведения в конкретных ситуациях морального выбора</p> <p>Достоинства: не представлено</p> <p>Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: методика «Информометрия» (Овчарова, Мельникова, 2008)</p> <p>Автор: Н. Ю. Синягина</p> <p>Сфера применения: для детей дошкольного возраста</p> <p>Теоретические основания: не представлено</p> <p>Измеряемые конструкты: способность к самооценке нравственных качеств</p> <p>Достоинства: не представлено</p> <p>Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: методика «Кинотеатр» (Овчарова, Мельникова, 2008)</p> <p>Авторы: О. А. Прохоров и др.</p> <p>Сфера применения: для детей</p> <p>Теоретические основания: не представлено</p> <p>Измеряемые конструкты: позитивные и негативные эмоциональные состояния в ситуациях морального выбора</p> <p>Достоинства: не представлено</p> <p>Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: методика исследования духовно-нравственного самосознания личности (Ежов, 2008)</p> <p>Автор: И. В. Ежов</p> <p>Сфера применения: подростки, юноши, взрослые (от 12 лет и старше)</p> <p>Теоретические основания: авторская структурно-функциональная модель духовно-нравственного самосознания</p> <p>Измеряемые конструкты: структурно-функциональная организация и динамика формирования духовно-нравственного самосознания личности</p> <p>Достоинства: комплексность, многофакторность методики, проведена валидизация методики</p> <p>Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: анкета по диагностике нравственной воспитанности (Токарева, 1991)</p> <p>Автор: Н. В. Кузьмина</p> <p>Сфера применения: не представлено</p> <p>Теоретические основания: не представлено</p> <p>Измеряемые конструкты: нравственная воспитанность</p> <p>Достоинства: не представлено</p> <p>Недостатки: не представлено</p>

<p>Название: моральные дилеммы (Малюгин, 2007) Автор: Д. В. Малюгин Сфера применения: студенты Теоретические основания: методика А. А. Хвостова, моральные дилеммы Л. Колберга, Defining Issues Test, The Moral Judgment Test Измеряемые конструкты: моральный выбор Достоинства: актуальность, реалистичность дилемм, однозначность формулировок, проведена экспертная проверка дилемм Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: Personnel Selection Inventory (PSI) (Бормотов, 2008) Автор: не известен Сфера применения: не представлено Теоретические основания: не представлено Измеряемые конструкты: честность (отношение к правонарушениям на работе: толерантность к воровству и к тем, кто его совершает, рационализация фактов краж и обмана) Достоинства: не представлено Недостатки: не известна русская адаптация</p>
<p>Название: методика «Медицинская этика» (Гаджимурадова, 2007) Автор: З. М. Гаджимурадова Сфера применения: универсальная Теоретические основания: исследование в области биоэтики, видение проблем медицинской этики мировыми религиями Измеряемые конструкты: моральное сознание (оценка писаных и неписаных правил и законов в отношении медицинской практики) Достоинства: возможность кросс-культурного применения Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: Тест морального чувства (Хаузер, 2008) Авторы: М. Хаузер и др. Сфера применения: универсальная Теоретические основания: авторская концепция врожденной «моральной грамматики» Измеряемые конструкты: чувство добра и зла (решение моральных дилемм, в которых рассматривались проблемы нанесения вреда, спасения и распространения полезных ресурсов) Достоинства: возможность кросс-культурного применения Недостатки: не известна русская адаптация</p>
<p>Название: методика «Деловой совет другу» (Токарева, 2006) Автор: Г. А. Токарева Сфера применения: деловых и личных отношений Теоретические основания: авторский подход к изучению нравственной направленности в сфере управленческого труда, методика «Друг-советчик-1» (Е. К. Веселова, С. А. Черняева) Измеряемые конструкты: моральный выбор в личной и профессиональной сфере (решение моральных дилемм: 1) нравственно-позитивное; 2) нравственно-неопределенное; 3) нравственно-негативное) Достоинства: не представлено Недостатки: не представлено</p>

<p>Название: Многомерная шкала этичности (Multidimensional ethics scale) (Кафтанджиев, 2008) Авторы: Reidenbach, Robin Сфера применения: не представлено Теоретические основания: не представлено Измеряемые конструкты: 1) моральная справедливость (честно/нечестно; морально/не морально; принято в моей семье/не принято в моей семье); 2) релятивизм (принято в культуре/не принято в культуре; принято традициями/не принято традициями); 3) контрактуализм (нарушает данное обещание/не нарушает; нарушает неписанные правила/не нарушает). Достоинства: не представлено Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: методика для изучения профессиональной ответственности (Муконина, 2007) Автор: М. В. Муконина Сфера применения: деловых отношений Теоретические основания: авторская модель профессионально ответственного отношения Измеряемые конструкты: уровень профессионально ответственного отношения (базовый, исполнительский, сверхнормативный) по степени осознания и принятия (интернализации) личностью содержания своих профессиональных обязанностей, а также по степени активности в реализации обязанностей в деятельности и во внутригрупповых межличностных отношениях Достоинства: не представлено Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: тест «Отношение к Другому» (Александрова, 2001) Автор: Ю. В. Александрова Сфера применения: взрослые Теоретические основания: теория психологических отношений, авторские представления Измеряемые конструкты: нравственно-психологическая структура отношения человека к другим людям Достоинства: проведена валидизация Недостатки: выявляет только самый верхний «слой» отношения</p>
<p>Название: педагогический прием «Словарь этики» (Коч, 2010) Автор: Л. А. Коч Сфера применения: подростки Теоретические основания: педагогическая концепция В. Я. Ляудис Измеряемые конструкты: формирование нравственного сознания в условиях совместной продуктивной деятельности посредством работы над этическими понятиями Достоинства: не представлено Недостатки: не представлено</p>

<p>Название: тест «Определение нравственных понятий» (Бражникова, 2009) Автор: Т. Н. Колмогорова Сфера применения: не представлено Теоретические основания: не представлено Измеряемые конструкты: нравственные понятия Достоинства: не представлено Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: тест «Нравственные качества студента» (Бражникова, 2009) Автор: не известен Сфера применения: студенты Теоретические основания: не представлено Измеряемые конструкты: нравственные качества Достоинства: небольшая по объему Недостатки: не все формулировки пунктов опросника безличны, некоторые обращены к отвечающему, существует вероятность социально желательных ответов</p>
<p>Название: опросник «Изучение уровня развития нравственных ценностей студентов вуза» (Герасимова, 2009) Автор: А. С. Герасимова Сфера применения: студенты Теоретические основания: авторские представления, «Положение о применении дисциплинарных взысканий за нарушение академических норм в написании письменных учебных работ в БелГУ» (2008) Измеряемые конструкты: уровень сформированности нравственных ценностей Достоинства: не представлено Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: анкета на выявление нравственных представлений студентов (Ольшевская, 2009) Автор: Э. Н. Ольшевская Сфера применения: студенты Теоретические основания: авторские представления Измеряемые конструкты: когнитивный компонент морального сознания (представление о морали, об универсальных ценностях, о стыде, совести, основные нравственные категории, тип моральных суждений) Достоинства: не представлено Недостатки: не представлено</p>
<p>Название: модифицированные ценностно-нормативные методики диагностики убеждений (Нехорошева, 2011) Авторы: Г. Е. Залесский с сотрудниками Сфера применения: не представлено Теоретические основания: не представлено Измеряемые конструкты: уровень сформированности нравственных убеждений Достоинства: не представлено Недостатки: не представлено</p>

<p>Название: тест «Опросник воспитанности и нравственного развития» (взрослый вариант) (Цветков, 2012) Автор: В. В. Цветков Сфера применения: молодежь Теоретические основания: педагогическая теория воспитания, концепция В. Н. Мясищева о личности как системе отношений, системный подход Измеряемые конструкты: воспитанность: 1) отношение к себе; 2) отношение к здоровью; 3) отношение к людям; 4) отношение к деятельности; 5) отношение к природе; 6) отношение к прекрасному; 7) коммуникативность; 8) саморегуляция; 9) толерантность; 10) патриотичность; 11) отношение к времени; 12) познавательная активность; 13) самовоспитание; 14) отношение к семье; и уровень нравственного развития: 1) милосердие; 2) надменность; 3) альтруизм; порядочность; 4) честность; 5) зависть. Достоинства: проведена лингвистическая экспертиза, стандартизация, валидизация, тест имеет высокую ретестовую надежность Недостатки: большой объем (103 вопроса), тест не имеет шкалы лжи</p>
--

Приложение 2

Приложение 2.1. Газетные заголовки с аннотациями статей

- 1) «Взрослая кушетка ищет друга» (вызывающе сексуальный заголовок)
Аннотация: Рекламные «ляпы», присланные читателями (Аиф. 2006. № 47 (1360) 22–28 ноября, с. 61).
- 2) «Напасть на власть» (агрессивный заголовок)
Аннотация: Экстремизм (Аиф. 2006. № 51 (1364). 20,26 декабря, с. 11).
- 3) «Махнемся останками?» (циничный заголовок)
Аннотация: Комментарий по поводу слухов о перезахоронении останков Александра Довженко и его супруги на Украине в обмен на возвращение в Россию останков Юрия Долгорукого (Аиф. 2006. № 48 (1361). 29 ноября–5 декабря, Москва, с. 22).
- 4) «Бей своих, потом чужих» (агрессивный заголовок)
Аннотация: Сначала был разгон грузинской полицией демонстрации, организованной политической оппозицией, теперь сотрудники российского посольства вынуждены эвакуироваться из республики после ареста российских офицеров; рассматривается проблема российско-грузинских политических отношений и перспективы ее дальнейшего развития (Аиф. 2006. № 40 (1353). 4–10 октября, с. 5).
- 5) «Лечение... вскрытием» (циничный заголовок)
Аннотация: Ошибки медиков (Аиф. 2006. № 49 (1362). 6–12 декабря, Москва, с. 23).
- 6) «Все виды... трахования» (вызывающе сексуальный заголовок)
Аннотация: Рекламные «ляпы», присланные читателями (Аиф. 2006. № 29, с. 46).

- 7) «Молодежь нагреет руки на науке» (циничный заголовок)
Аннотация: Проблема малочисленности молодежи в российской науке, варианты решения (Московский Комсомолец. 2007.26.02).
- 8) «Российских взяточников похоронят в карьере» (агрессивный заголовок)
Аннотация: МВД создало реестр бывших взяточников, им запрещено занимать руководящие должности (Московский Комсомолец. 2007.14.03).
- 9) «Что у гейши под кимоно?» (вызывающе сексуальный заголовок)
Аннотация: О настоящих гейшах, опровержение расхожего мнения о них Аиф. 2006. № 06 (1319). 802).

Приложение 2.2. Аннотации к рекламным роликам

- 1) Пиво «Tinkoff» (вызывающе сексуальная реклама)
В кадре появляется морская гладь, которая сменяется современным интерьером спальни, где на большой кровати лежат мужчина и женщина. Затем тот же самый мужчина оказывается лежащим на борту яхты в компании двух обнаженных девушек. В кадре появляется солнечный закат и ящики с пивом «Тинькофф».
Голос за кадром: Когда все видят цветные сны, он видит черно-белые. Он не такой, как все. Когда все пьют пиво, он пьет «Тинькофф». Он такой один. «Тинькофф».
- 2) Мобильный оператор «TELE2» (агрессивная реклама)
Под рождественскую мелодию «Джингл беллз» в кадре появляется заснеженное здание, от которого отъезжают грузовики один за другим. В заиндевевшее окно этого здания можно увидеть конвейеры для упаковки рождественских подарков. В этой обстановке двое мужчин выясняют отношения с третьим. Видно, что он их боится. «Тони, ты по-прежнему не звонишь», – говорит один и надвигается на жертву. «Вы же знаете, у меня дорогой мобильный оператор», – пытается оправдаться провинившийся и падает на конвейерную ленту. Он пытается встать, но ему не дают. «Нет, нет! Подожди! Давай поговорим!» – кричит жертва. Его начинает затягивать в станок. Со словами «Сони, это дорого!» он исчезает в упаковочном станке. «Позвони, когда сменишь оператора», – произносит один из оставшихся. В кадре надпись: «Не хочешь платить дорого? 25 копеек внутри сети. Теле2 – всегда дешевле». Затем возникает заснеженная равнина и пингвин, сидящий на подарочной коробке. Коробка

прорывается, и из нее появляется голова того самого мужчины, который попал в станок для упаковки подарков. «Сони!» – кричит он. От коробки разбегаются пингвины. Вокруг только снег.

Голос за кадром: Не хочешь платить дорого? Теле2 – 25 копеек внутри сети.

3) Пиво «Сибирская корона» (циничная реклама)

Ресторан. Официант несет на подносе бутылку. Офицер преподносит даме колье, она тут же надевает его. «Сибирскую корону», пожалуйста», – просит офицер. Официант кланяется и удаляется выполнять заказ. «Мне тоже и побыстрее», – произносит купец, сидящий неподалеку. Официант возвращается с одной бутылкой на подносе и сообщает, поглядывая на обоих клиентов: «„Сибирской короны“ осталась последняя бутылка». «Две цены», – говорит купец. «Три», – предлагает офицер. «Десять», – говорит купец. «Двадцать», – отвечает офицер. «Пятьдесят», – настаивает купец. Офицер пересчитывает деньги в бумажнике и произносит: «Девяносто четыре». «Ха! Сто!», – парирует купец. Офицер задумался, смотрит на колье на шее своей дамы. Дама замечает этот взгляд и возмущенно смотрит на офицера. В кадре появляется надпись «Все за „Сибирскую корону“» и поднос с бутылкой «Сибирской короны», наполненным бокалом и тем самым колье, которое было у дамы на шее. Офицер получает пощечину и с наслаждением выпивает бокал пива.

Голос за кадром: Все за «Сибирскую корону».

4) Газета «Твой день» (агрессивная реклама)

На газоне около белоснежного дома спит собачка. Включает устройство для полива газонов и будит ее. По улице вдоль ряда одинаковых белоснежных домиков едет молодой человек на скутере. Навстречу ему едет развозчик молока на мотоцикле. Когда они разминулись, молочник недовольно оглядывается. За спиной у молодого человека висит сумка с газетами «Твой день». Он достает одну из них и швыряет к порогу дома, мимо которого он проезжает. Газета ударяется о стоящие на пороге бутылки с молоком и сбивает несколько бутылок. Развозчик газет выражает радость по поводу своего меткого броска. В кадре появляется надпись: «Твой день. Ежедневная городская газета». Дверь приоткрывается, и обитатель домика забирает газету, стряхнув с нее молоко.

Голос за кадром: Ежедневная городская газета «Твой день». Мы будим вас по утрам.

5) Безалкогольные коктейли «Ноосh» (вызывающе сексуальная реклама)

На освещенном подиуме спиной к зрителям стоит анимированный персонаж «Лимон», он поворачивается к ним лицом и расстегивает молнию в нижней части своей кожуры. Затем на подиуме появляется девушка «Черная смородина» в красном платье и на каблуках, она посылает поцелуй зрителям и спускает с плеч верх платья, так что становятся видны ее груди – ягоды черной смородины. Далее в кадре появляются две девушки «Клубники», одна из них опускается на колени перед другой и снимает листья с нижней части ее тела. Потом появляется «Апельсин», который вращается вокруг шеста, поворачивается к зрителям спиной и срывает кожуру с нижней части своего тела, демонстрируя сочные дольки. «Апельсин» продолжает вращаться вокруг шеста, полностью освобождаясь от кожуры. В кадре появляются ягоды клубники и черной смородины, а также очищенные апельсин и лимон, которые превращаются в жестяные банки с коктейлями «Хуч». Появляется надпись: «Безалкогольные коктейли. Охученные фрукты».

Голос за кадром: «Хуч» представляет охученные фрукты. Коктейли «Хуч» с натуральным соком. Охученные фрукты.

6) Кухонная мебель «Икеа» (циничная реклама)

Девушка открывает кухонный шкафчик. Вдруг раздается звонок в дверь, она идет открывать. За дверью оказывается другая девушка в спортивном костюме с магнитофоном в руках. «Посмотри, кто у нас в лифте застрял!» – говорит она хозяйке квартиры. С вопросом «Кто?» та бросается к лифту. Лифт пуст. В это время незваная гостья входит в квартиру и запирает дверь изнутри. Обманутая девушка возвращается к двери своей квартиры, стучит в нее и кричит: «Эй, подруга! Открой!». Однако гостья включает свой магнитофон, достает посуду из кухонного шкафа и отвечает: «Будешь стучать, милицию вызову». В кухню входит муж хозяйки квартиры в пижаме и недоуменно спрашивает: «Вы кто?». Гостья ничего не отвечает ему и полностью погружена в свои ощущения. В кадре на фоне красного кухонного гарнитура появляется надпись: «Кухня в рассочку %. Кухни Икеа. Фактум абстракт кухня. 16418. Фактум абстракт. 5864 в месяц. Доставка и сборка на ваше усмотрение. Гарантия 10 лет». В кадре появляется лицо коварной гостьи и надпись: «Икеа – мысли смелее».

Голос за кадром: Будьте бдительны, соседи уже присматриваются к вашей новой кухне «Икеа». «Икеа» – мысли смелее.

7) Минеральная вода «Трускавецкая» (цинничная реклама)

Старушка сидит в кресле, что-то вяжет, рядом с ней на полу маленький мальчик играет с деревянной машинкой. Он спрашивает: «Бабушка, а когда ты умрешь?». Старушка смотрит на него с улыбкой, открывает стоящую на столике рядом бутылку с водой «Трускавецка», наливает ее в стакан, пьет, вздыхает и отвечает с улыбкой: «Не знаю, милый. Не знаю». В кадре появляется этикетка воды «Трускавецка» крупным планом, затем бутылка и наполненный водой стакан на фоне бабушки с внуком.

Голос за кадром: «Трускавецкая» от «Аква Эко» – рецепт здоровья и долголетия.

8) Мобильный тариф «Нокаут» от «TELE2» (агрессивная реклама)

Елочный базар. Мужчина бросает елку на землю со словами: «Я не знаю, что мы здесь выберем, дон!». Другой мужчина в ярости крошит в руке елочный шарик. На заднем плане виден большой монитор, на котором Санта-Клаус произносит: «Хо-хо-хо!». Третий мужчина выхватывает из кучи елок одну и отшвыривает ее в сторону со словами: «Не могу больше выбирать!». Первый мужчина говорит: «Я понял, откуда все наши проблемы». В кадре появляется заснеженная избушка в лесу и собаки, запряженные в сани. Трое мужчин стучатся в дверь избушки. Санта-Клаус открывает им со своим традиционным приветствием: «Хо-хо-хо! Мерри...». Он не успевает произнести его до конца, потому что его сбивают с ног ударом кулака. В кадре появляется надпись: «Устал выбирать? Тариф „Нокаут“. 50 копеек за все звонки и услуги. Теле2 – всегда дешевле». Затем в кадре опять появляются трое мужчин, один из них удовлетворенно произносит: «Нокаут».

Голос за кадром: Устал выбирать? «Нокаут» от «Теле2». 50 копеек за все звонки и услуги.

9) Пиво «Tequila» (вызывающе сексуальная реклама)

Ночь. Спальня. На кровати под прозрачным пологом мужчина и женщина раздевают друг друга. Они целуются и обнимаются. В кадре появляется половинка лайма, затем две половинки, соединяющиеся вместе. Женщина запрокидывает голову. В кадре появляется бутылка пива «Текиза», по стенке которой стекает капля. В кадре появляется несколько четвертинок лайма. Женщина царапает мужчине спину, запрокидывает голову. Рассвет. Ветер колышет полог над кроватью. Мужчина целует женщину, она улыбается. В кадре появляется надпись: «Текиза. Это не секс, это любовь», – и бутылка пива «Текиза».

Голос за кадром: Это не секс, это любовь. «Текиза».

Приложение 3

Приложение 3.1. Авторская методика оценки психологических показателей эффективности газетных заголовков

Уважаемые господа, приглашаем вас принять участие в исследовании психологической эффективности газетных заголовков. Оцените, пожалуйста, качества предлагаемых газетных заголовков. Каждая шкала задана двумя полярными свойствами и включает пять градаций ответов:

- 1 – сильно выражено свойство, которое находится на левом полюсе шкалы;
- 2 – слабо выражено свойство, которое находится на левом полюсе шкалы;
- 3 – не выражен ни левый, ни правый полюс;
- 4 – слабо выражено свойство, которое находится на правом полюсе шкалы;
- 5 – сильно выражено свойство, которое находится на правом полюсе шкалы.

Поставьте нужную цифру в колонке, соответствующей номеру газетного заголовка.

Полюса шкал		Номер газетного заголовка								
1	5	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Непонятный	Понятный									
Оригинальный	Неоригинальный									
Реалистичный	Нереальный									
Современный	Несовременный									

Приличная	Неприличная										
Пошлая	Порядочная										
Одобряю поведение героев	Осуждаю поведение героев										
Поведение героев неприемлемо в обществе	Поведение героев приемлемо в обществе										
Ролик понравится моим родителям	Не понравится моим родителям										

Приложение 3.3. Методика «Нравственное самоопределение личности» (А. Е. Воробьева, А. Б. Купрейченко)

Уважаемые господа, просим вас принять участие в исследовании. Оцените, пожалуйста, степень своего согласия с приведенными ниже высказываниями по 5-балльной шкале, где 1 – полностью не согласен, 2 – скорее не согласен, 3 – затрудняюсь ответить, 4 – скорее согласен, 5 – полностью согласен. Поставьте нужную цифру в колонке для ответов.

№	Утверждение	Ответ
1	Каждое общество формирует ту нравственность, которая соответствует его потребностям	
2	Нравственность имеет божественное происхождение	
3	Моральные нормы создаются властью имущими, чтобы управлять людьми	
4	Нравственность является неотъемлемым, естественным свойством любого сообщества	
5	Нравственность целенаправленно формируется как основа кооперации в мире индивидуалистов	
6	Человек нравственен по своей природе	
7	Нравственные нормы – фундамент общества, основа сосуществования и сотрудничества людей	
8	Общество обязательно деградирует без моральных норм	
9	Моральные нормы устарели, в недалеком будущем общество сможет обходиться без них	
10	Общество должно регулироваться законами, а не нравственностью	
11	Вопросы нравственности – удел философии и религии	
12	С помощью морали общество регулирует поведение своих членов	
13	Все зависит от ситуации: добро часто становится злом и наоборот	
14	Не может быть никакой «морали для своих» и «морали для чужих»	
15	Моральные нормы относительны, у каждого должен быть свой «моральный кодекс»	

16	Моральные нормы вечны и неизменны	
17	Моральные нормы со временем устаревают и нуждаются в замене	
18	Есть несколько незыблемых нравственных заповедей (законов), а остальные можно и нужно пересматривать в зависимости от ситуации	
19	Хорошее отношение к людям невыгодно и приносит только разочарование – на него часто отвечают злом	
20	Спокойная совесть делает человека счастливым	
21	Мне кажется, наказания за безнравственные поступки избежать очень легко	
22	Тот, кто творит зло, рано или поздно будет за это наказан	
23	Я верю, что существует высшая справедливость – нравственные поступки так или иначе вознаграждаются	
24	Порок часто приносит больше удовольствия, чем добродетель	
25	Придерживаться общественных норм – признак слабости, несамостоятельности	
26	Сильный человек не нуждается в нравственных нормах – он сам определяет, как ему поступать без оглядки на окружающих	
27	Соблюдение нравственных норм – показатель сильной воли, способности человека противостоять соблазнам и своим слабостям	
28	В природе нет добра и зла, мораль в обществе нужна слабым	
29	Только сильная личность способна противостоять соблюдать нравственные нормы, несмотря на давление близких людей	
30	Слабый человек легко поддается искушению и нарушает нравственные нормы	
31	Одни рождены добрыми, другие – порочными, в этом нет ни заслуги, ни вины	
32	Все воспитаны по-разному, и негодяй не виноват в том, что он такой	
33	Невозможно оставаться нравственным в безнравственном мире	
34	В конечном итоге сам человек отвечает за свое этическое или неэтическое поведение	
35	Общество определяет нравственность или безнравственность его членов	
36	Зрелая личность способна противостоять негативному влиянию среды и компенсировать отсутствие нравственного воспитания	
37	Необходимо соблюдать нормы нравственности в любой ситуации, даже если я с этим не согласен	
38	В опасной ситуации или ради близких людей можно поступиться нравственными нормами	
39	Можно поступиться нравственными нормами, если об этом никто не узнает	
40	Я испытываю удовлетворение, когда поступаю нравственно в этически сложной ситуации	
41	Если мне приходится поступить не вполне нравственно, я сожалею об этом и испытываю угрызения совести	

42	Иногда нарушение норм приносит больше удовлетворения, чем их соблюдение	
43	Иногда я могу нарушить нравственные нормы, особенно в отношении людей, которые мне не нравятся	
44	Я готов следовать нравственным нормам, даже если это крайне невыгодно для меня	
45	Я не стремлюсь соблюдать моральные нормы, которых не принимаю	
46	Необходимо противодействовать нарушению нравственных норм	
47	Важно не только самому соблюдать нравственные нормы, но и способствовать соблюдению их окружающими	
48	Не следует вмешиваться в чужие дела, в этически сложных ситуациях каждый имеет право поступать так, как считает нужным	
49	Не делая добра, нельзя быть счастливым	
50	Я не испытываю негативных эмоций, если вижу нарушение нравственных норм в отношении посторонних мне людей	
51	Я испытываю удовлетворение, если мне удастся остановить чужое безнравственное поведение, даже если дело не касалось меня лично	
52	Я стараюсь бороться со злом и безнравственным поведением окружающих людей	
53	Я стремлюсь совершать больше добрых поступков и поддерживать тех, кто так поступает	
54	Я не готов творить добро и бороться со злом, для меня достаточно просто не совершать зла	
55	Нельзя отвечать злом на зло	
56	Нравственное поведение нужно одобрять, это будет способствовать его развитию	
57	С людьми следует поступать так, как они со мной: добро за добро, зло за зло	
58	Я получаю удовольствие, если мне удастся ответить добром на добро	
59	Я испытываю разочарование, если мне не удастся отплатить обидчику	
60	Я не держу зла на человека, который поступил безнравственно по отношению ко мне	
61	Я стараюсь вознаграждать людей за добрые поступки	
62	У меня не получается бороться со злом его методами	
63	Я не стремлюсь вознаграждать людей за нравственное поведение, ведь оно совершается добровольно	
64	Иногда ради достижения желаемого можно пренебречь интересами других людей	
65	Хорошими можно назвать только тех людей, которые по-доброму относятся ко мне	
66	В первую очередь должны быть учтены личные потребности и только потом потребности других людей, общественные	
67	Я стремлюсь поддерживать тех людей, которые мне полезны	

68	Если не позаботишься о себе сам, никто не позаботится о тебе	
69	Другие люди только и ждут возможности воспользоваться твоей слабостью	
70	Необходимо защищать интересы моих друзей, даже если это ущемляет интересы посторонних людей	
71	Своим людям нужно помогать в любой ситуации	
72	Не стоит беспокоиться о тех, кто не входит в число близких людей	
73	Нужно всегда заботиться о благе своего коллектива, друзей	
74	Я уверен, что все мои друзья – высоконравственные люди	
75	Необходимо в первую очередь учитывать потребности близких людей и только потом свои	
76	При принятии решений необходимо руководствоваться общечеловеческими ценностями	
77	Необходимо стремиться оказывать помощь людям, нуждающимся в ней	
78	В поступках всегда следует учитывать интересы и права других людей, даже не близких	
79	Все люди равны в своих правах и достойны хорошего отношения	
80	Я верю, что даже отъявленный негодяй способен к раскаянию и может стать лучше	
81	Даже самые жестокие преступники заслуживают милосердия	
82	При принятии решений необходимо учитывать их последствия для окружающего мира	
83	Необходимо создавать материальные и культурные ценности, способствующие прогрессу человечества, в том числе нравственному	
84	Мы должны чувствовать ответственность за будущее населения Земли и самой планеты, за духовный облик и нравственное здоровье человечества	
85	Каждый человек должен стремиться к приумножению добра в мире	
86	В нестабильных условиях мы сами должны выработать нормы и правила взаимодействия людей	
87	В условиях глобальных общественных перемен на нас лежит ответственность за формирование новых этических «кодексов», социальных норм	

Приложение 4

Факторный анализ и проверка критериальной валидности методики «Нравственное самоопределение личности»

На выборке исследования (N=337) был проведен факторный анализ по методу главных компонент (вращение Varimax normalized), что позволило выделить 4 фактора, в совокупности объясняющих 53,34% дисперсии (приложение 4.1). Первый фактор «Нравственная активность» объясняет 29,05% дисперсии. В него входят такие показатели, как нравственность – сила личности (0,55), эмоциональный уровень обязательность соблюдения нравственных норм (0,64), когнитивный компонент активность нравственного поведения (0,72), эмоциональный компонент активность нравственного поведения (0,72), конативный компонент активность нравственного поведения (0,77), гуманистическая ориентация (0,49), мирозидательная ориентация (0,65). Второй фактор «Избирательность» объясняет 11,99% дисперсии. В него входят конативный компонент обязательность соблюдения нравственных норм (-0,43), когнитивный компонент взаимность нравственного поведения (0,69), эмоциональный компонент нравственного поведения (0,69), конативный компонент взаимность нравственного поведения (0,54), группоцентрическая ориентация (0,52). Третий фактор «Ось» объясняет 6,43% дисперсии. В него входят значимость морали для общества (0,64), природа нравственности личности (0,77). Четвертый фактор «Убеждения» объясняет 5,87% дисперсии. В него входят такие показатели, как происхождение нравственности (0,78), абсолютность/относительность нравственности (0,75), воздаяние за добро и зло (0,56), когнитивный компонент обязательность соблюдения нравственных норм (0,5), эгоцентрическая ориентация (-0,51).

Приложение 4.1. Факторная структура нравственного самоопределения личности

Шкалы	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3	Фактор 4
Происхождение нравственности	0,08	0,05	-0,02	0,78
Значимость морали, нравственности для общества	0,35	-0,09	0,64	0,09
Абсолютность/относительность нравственности	0,03	-0,12	0,17	0,75
Воздаяние за добро и зло	0,40	-0,01	0,09	0,56
Представление о нравственности как о силе или слабости личности	0,55	0,03	0,49	0,15
Природа нравственности личности	-0,02	0,03	0,77	0,18
Когнитивный компонент обязательность/необязательность соблюдения нравственных норм	0,33	-0,32	0,20	0,50
Эмоциональный компонент обязательность/необязательность соблюдения нравственных норм	0,64	-0,06	0,17	0,32
Конативный компонент обязательность/необязательность соблюдения нравственных норм	0,41	-0,43	0,05	0,40
Когнитивный компонент активность/пассивность	0,72	-0,05	-0,03	0,06
Эмоциональный компонент активность/пассивность	0,72	0,07	0,25	0,16
Конативный компонент активность/пассивность	0,77	0,05	-0,11	0,12
Когнитивный компонент взаимность/независимость нравственного поведения	-0,05	0,69	-0,10	-0,22
Эмоциональный компонент взаимность/независимость нравственного поведения	-0,04	0,69	0,17	-0,18
Конативный компонент взаимность/независимость нравственного поведения	0,19	0,54	0,15	0,09
Эгоцентрическая ориентация	-0,24	0,40	-0,17	-0,51
Группоцентрическая ориентация	0,10	0,52	-0,29	0,08
Гуманистическая ориентация	0,49	-0,05	0,10	0,46
Мирозидательная ориентация	0,65	0,25	0,32	0,10

Е. Ю. Стрижов в рамках валидизации своей методики «Опросник нравственной надежности личности» сопоставил его с предлагаемой нами методикой. На выборке объемом 329 человек им были получены устойчивые и статистически значимые связи психологических критериев нравственной надежности со следующими шкалами методики «Нравственное самоопределение личности»: «Происхождение нравственности», «Абсолютность/относительность нравственности», «Обязательность соблюдения нравственных норм», «Активность/пассивность», «Эгоцентрическая ориентация» (Стрижов, 2009) (подробнее см. приложение 4.2). Признание абсолютности морали коррелирует с устойчивостью к негативным правилам поведения и пониманием необходимости соблюдения моральных норм в повседневной жизни, а осознание ответственности личности за свой нравственный облик и этичность поведения имеет обратную связь с учетом моральных норм в своем поведении. С нашей точки зрения, это может объясняться тем, что нравственный облик может быть не только позитивным, но и негативным, индивид может сознательно выбрать второй, осознавая всю меру ответственности за свое решение. Принятие стратегии активности в нравственном поведении связано со стремлением учитывать моральные нормы в своем поведении, устойчивостью к негативным правилам поведения. Стратегия взаимности также связана с учетом моральных норм в своем поведении. Эгоцентрическая ориентация имеет прямую связь с одобрением воровства и мошенничества и обратную связь с признанием своей ответственности перед нравственными нормами, пониманием необходимости соблюдения моральных норм в повседневной жизни, учетом моральных норм в своем поведении. Группоцентрическая ориентация коррелирует с эгоизмом. По справедливому замечанию Б. С. Братуся (Братусь, 1993), на группоцентрическом уровне нравственности еще нет, есть только клановая мораль. Миросозидательная ориентация имеет прямую связь с одобрением воровства и мошенничества и обратную связь с пониманием необходимости соблюдения моральных норм в повседневной жизни, учетом моральных норм в своем поведении. С нашей точки зрения это может объясняться тем, что понимание миросозидания может быть различным, в частности, утверждение «В нестабильных условиях мы должны сами вырабатывать нормы и правила взаимодействия людей» может реализоваться на практике в виде совершенно разных, возможно, противоречащих друг другу моральных кодексов.

Приложение 4.2. Корреляции опросника нравственной надежности личности с опросником нравственного самоопределения личности (Стрижов, 2009, с. 296)

Шкалы опросника «Нравственное самоопределение личности»	Ф1	Кр1	Кр ²	Кр ³	Кр4	НЦ	Ф2	Ф3	ОВМ
1.1. Происхождение нравственности	0,095	0,049	0,099	0,08	0,006	0,121*	-0,001	-0,024	-0,023
1.2. Значимость морали, нравственности для общества	0,078	0,092	0,065	0,069	0,014	0,032	0,025	0,042	-0,011
1.3. Абсолютность/относительность нравственности	0,078	0,055	0,028	0,016	0,117*	0,089	0,059	0,062	-0,051
1.4. Воздаяние за добро и зло	0,04	0,01	0,002	0,013	0,03	0,068	0,032	0,07	-0,033
1.5. Представление о нравственности как о силе или слабости личности	0,004	0,022	-0,006	0,009	-0,053	0,015	-0,005	-0,043	-0,074
1.6. Природа нравственности личности	-0,072	-0,066	-0,055	-0,171**	0,059	-0,065	0,063	0,013	0,157**
2.1. Принятие стратегии обязательного соблюдения нравственных норм	0,098	0,061	0,126*	0,041	0,119*	-0,024	0,1	-0,014	0,033
2.2. Принятие стратегии активности в соблюдении нравственных норм	0,158**	0,062	0,2**	0,183**	0,128*	0,054	0,082	0,096	-0,054
2.3. Принятие стратегии взаимности в этическом поведении	0,096	0,094	0,089	0,184**	0,022	0,061	0,027	0,094	-0,107
3.1. Эгоцентрическая ориентация личности	-0,201**	-0,177**	-0,206**	-0,16**	-0,06	-0,109*	0,089	0,065	0,167**
3.2. Группоцентрическая ориентация личности	-0,026	-0,085	-0,018	-0,104	0,103	0,049	0,207**	0,153**	0,09
3.3. Гуманистическая ориентация личности	0,099	0,066	0,089	0,054	0,094	0,094	0,061	0,058	0,061
3.4. Миросозидательная ориентация	-0,135*	-0,086	-0,148**	-0,227**	0,002	-0,115*	0,046	-0,017	0,153**

Примечание: * – корреляция значима на уровне $p < 0,01$; ** – корреляция значима на уровне $p < 0,05$.

Условные обозначения:

Кр1 – Признание своей ответственности перед моральными нормами

Кр2 – Понимание необходимости соблюдения моральных норм

Кр3 – Учет моральных норм в своем поведении

Кр4 – Устойчивость к аморальным нормам

Фактор 1 – Нравственность/аморальность при определении способа получения материальных благ

Фактор 2 – Рассудительность/Авантюризм при решении моральных проблем

Фактор 3 – Эгоизм

ОВМ – Одобрение воровства и мошенничества

Приложение 5

Приложение 5.1. Общая характеристика нравственного самоопределения (N=337)

Утверждение из методики «Нравственное самоопределение личности»	Количество респондентов, выбравших вариант ответа (в % от общего числа респондентов)		
	Полностью не согласен и скорее не согласен	Затрудняюсь ответить	Полностью согласен и скорее согласен
Каждое общество формирует ту нравственность, которая соответствует его потребностям.	14,24%	14,54%	71,22%
Нравственность имеет божественное происхождение.	47,8%	27,6%	24,6%
Моральные нормы создают власть имущими, чтобы управлять людьми.	45,4%	24,9%	29,7%
Нравственность является неотъемлемым, естественным свойством любого сообщества.	14,8%	13,1%	72,1%
Нравственность целенаправленно формируется как основа кооперации в мире индивидуалистов.	24,5%	47,5%	28%
Человек нравственен по своей природе.	40,1%	16,6%	43,3%
Нравственные нормы – фундамент общества, основа сосуществования и сотрудничества людей.	7,7%	10,4%	81,9%
Общество обязательно деградирует без моральных норм.	12,2%	8,3%	79,5%
Моральные нормы устарели, в недалеком будущем общество сможет обходиться без них.	81,3%	10,7%	8%

Утверждение из методики «Нравственное самоопределение личности»	Количество респондентов, выбравших вариант ответа (в % от общего числа респондентов)		
	Полностью не согласен и скорее не согласен	Затрудняюсь ответить	Полностью согласен и скорее согласен
Общество должно регулироваться законами, а не нравственностью.	51,9%	24,6%	23,5%
Вопросы нравственности – удел философии и религии.	55,5%	18,4%	26,1%
С помощью морали общество регулирует поведение своих членов.	15,4%	20,5%	64,1%
Все зависит от ситуации: добро часто становится злом и наоборот.	21,4%	16,9%	61,7%
Не может быть никакой «морали для своих» и «морали для чужих».	18,1%	16,6%	65,3%
Моральные нормы относительно, у каждого должен быть свой «моральный кодекс».	29,7%	18,7%	51,6%
Моральные нормы вечны и неизменны.	48,7%	17,2%	34,1%
Моральные нормы со временем устаревают и нуждаются в замене.	30,6%	24%	45,4%
Есть несколько незыблемых нравственных заповедей (законов), а остальные можно и нужно пересматривать в зависимости от ситуации.	18,4%	20,2%	61,4%
Хорошее отношение к людям невыгодно и приносит только разочарование – на него часто отвечают злом.	65,3%	11,6%	23,1%
Спокойная совесть делает человека счастливым.	12,8%	13,6%	73,6%
Мне кажется, наказания за безнравственные поступки избежать очень легко.	38,6%	25,8%	35,6%
Тот, кто творит зло, рано или поздно будет за это наказан.	13%	12,8%	74,2%
Я верю, что существует высшая справедливость – нравственные поступки, так или иначе, вознаграждаются.	10,7%	19,6%	69,7%
Порок часто приносит больше удовольствия, чем добродетель.	33,8%	28,8%	37,4%
Придерживаться общественных норм – признак слабости, несамостоятельности.	72,1%	16,3%	11,6%
Сильный человек не нуждается в нравственных нормах – он сам определяет, как ему поступать без оглядки на окружающих.	59,3%	18,7%	22%

Утверждение из методики «Нравственное самоопределение личности»	Количество респондентов, выбравших вариант ответа (в % от общего числа респондентов)		
	Полностью не согласен и скорее не согласен	Затрудняюсь ответить	Полностью согласен и скорее согласен
Соблюдение нравственных норм – показатель сильной воли, способности человека противостоять соблазнам и своим слабостям.	15,1%	17,8%	67,1%
В природе нет добра и зла, мораль в обществе нужна слабым.	72,1%	17,8%	10,1%
Только сильная личность способна соблюдать нравственные нормы, несмотря на давление близких людей.	25,5%	24,6%	49,9%
Слабый человек легко поддается искушению и нарушает нравственные нормы.	19,3%	18,4%	62,3%
Одни рождены добрыми, другие – порочными, в этом нет ни заслуги, ни вины.	59,9%	20,2%	19,9%
Все воспитаны по-разному, и негодяй не виноват в том, что он такой.	63,5%	19,3%	17,2%
Невозможно оставаться нравственным в безнравственном мире.	58,2%	17,2%	24,6%
В конечном итоге сам человек отвечает за свое этическое или неэтическое поведение.	5,9%	5,1%	89%
Общество определяет нравственность или безнравственность его членов.	21,1%	30,2%	48,7%
Зрелая личность способна противостоять негативному влиянию среды и компенсировать отсутствие нравственного воспитания.	8,6%	17,8%	73,6%
Необходимо соблюдать нормы нравственности в любой ситуации, даже если я с этим не согласен.	30,9%	22,2%	46,9%
В опасной ситуации или ради близких людей можно поступиться нравственными нормами.	11%	15,7%	73,3%
Можно поступиться нравственными нормами, если об этом никто не узнает.	53,7%	24,6%	21,7%
Я испытываю удовлетворение, когда поступаю нравственно в этически сложной ситуации.	8%	24%	68%
Если мне приходится поступить не вполне нравственно, я сожалею об этом и испытываю угрызения совести.	23,5%	16%	60,5%

Утверждение из методики «Нравственное самоопределение личности»	Количество респондентов, выбравших вариант ответа (в % от общего числа респондентов)		
	Полностью не согласен и скорее не согласен	Затрудняюсь ответить	Полностью согласен и скорее согласен
Иногда нарушение норм приносит больше удовлетворения, чем их соблюдение.	33,2%	24,1%	42,7%
Иногда я могу нарушить нравственные нормы, особенно в отношении людей, которые мне не нравятся.	30,7%	20,8%	48,7%
Я готов следовать нравственным нормам, даже если это крайне не выгодно для меня.	38,6%	30%	31,4%
Я не стремлюсь соблюдать моральные нормы, которые не принимаю.	23,2%	24%	52,8%
Необходимо противодействовать нарушению нравственных норм.	14,5%	33%	52,5%
Важно не только самому соблюдать нравственные нормы, но и способствовать соблюдению их окружающими.	17,5%	21,7%	60,8%
Не следует вмешиваться в чужие дела, в этически сложных ситуациях каждый имеет право поступать так, как считает нужным.	12,5%	17,2%	70,3%
Не делая добра, нельзя быть счастливым.	12,5%	17,2%	70,3%
Я не испытываю негативных эмоций, если вижу нарушение нравственных норм в отношении посторонних мне людей.	60,8%	20,8%	18,4%
Я испытываю удовлетворение, если мне удастся остановить чужое безнравственное поведение, даже если дело не касалось меня лично.	16%	28,8%	55,2%
Я стараюсь бороться со злом и безнравственным поведением окружающих людей.	31,5%	33,5%	35%
Я стремлюсь совершать больше добрых поступков и поддерживать тех, кто так поступает.	8,6%	15,4%	76%
Я не готов творить добро и бороться со злом, для меня достаточно просто не совершать зла.	39,5%	26,4%	34,1%
Нельзя отвечать злом на зло.	20,5%	21,4%	58,1%
Нравственное поведение нужно одобрять, это будет способствовать его развитию.	3,2%	12,5%	84,3%

Утверждение из методики «Нравственное самоопределение личности»	Количество респондентов, выбравших вариант ответа (в % от общего числа респондентов)		
	Полностью не согласен и скорее не согласен	Затрудняюсь ответить	Полностью согласен и скорее согласен
С людьми следует поступать так, как они со мной: добро за добро, зло за зло.	49,6%	23,1%	27,3%
Я получаю удовольствие, если мне удастся ответить добром на добро.	5,1%	6,2%	88,7%
Я испытываю разочарование, если мне не удастся отплатить обидчику.	51,3%	22,3%	26,4%
Я не держу зла на человека, который поступил безнравственно по отношению ко мне.	44,2%	25,5%	30,3%
Я стараюсь вознаграждать людей за добрые поступки.	6,8%	19,3%	73,9%
У меня не получается бороться со злом его методами.	17,8%	38,9%	43,3%
Я не стремлюсь вознаграждать людей за нравственное поведение, ведь оно совершается добровольно.	34,4%	29,4%	36,2%
Иногда ради достижения желаемого можно пренебречь интересами других людей.	39,8%	24%	36,2%
Хорошими можно назвать только тех людей, которые по-доброму относятся ко мне.	64,4%	20,5%	15,1%
В первую очередь должны быть учтены личные потребности и только потом других людей, общественные.	37,7%	35%	27,3%
Я стремлюсь поддерживать тех людей, которые мне полезны.	30,3%	21,4%	48,4%
Если не позаботишься о себе сам, никто не позаботится о тебе.	15,4%	11,3%	73,3%
Другие люди только и ждут возможности воспользоваться твоей слабостью.	46,3%	21,7%	32%
Необходимо защищать интересы моих друзей, даже если это ущемляет интересы посторонних людей.	22,8%	28,2%	49%
Своим людям нужно помогать в любой ситуации.	14,3%	16,6%	69,1%
Не стоит беспокоиться о тех, кто не входит в число близких людей.	64,7%	22,5%	12,8%
Нужно всегда заботиться о благе своего коллектива, друзей.	8,3%	21,4%	70,3%

Утверждение из методики «Нравственное самоопределение личности»	Количество респондентов, выбравших вариант ответа (в % от общего числа респондентов)		
	Полностью не согласен и скорее не согласен	Затрудняюсь ответить	Полностью согласен и скорее согласен
Я уверен, что все мои друзья – высоконравственные люди.	29,1%	32,9%	38%
Необходимо в первую очередь учитывать потребности близких людей и только потом свои.	35,9%	31,8%	32,3%
При принятии решений необходимо руководствоваться общечеловеческими ценностями.	13,4%	25,5%	61,1%
Необходимо стремиться оказывать помощь людям, нуждающимся в ней.	5,9%	8,9%	85,2%
В поступках всегда следует учитывать интересы и права других людей, даже не близких.	12,2%	17,5%	70,3%
Все люди равны в своих правах и достойны хорошего отношения.	11,3%	17,5%	71,2%
Я верю, что даже отъявленный негодяй способен к раскаянию и может стать лучше.	27%	22,3%	50,7%
Даже самые жестокие преступники заслуживают милосердия.	54,9%	24,3%	20,8%
При принятии решений необходимо учитывать их последствия для окружающего мира.	4,5%	13,6%	81,9%
Необходимо создавать материальные и культурные ценности, способствующие прогрессу человечества, в том числе нравственному.	4,8%	15,7%	79,5%
Мы должны чувствовать ответственность за будущее населения Земли и самой планеты, за духовный облик и нравственное здоровье человечества.	8%	14,5%	77,5%
Каждый человек должен стремиться к приумножению добра в мире.	6,5%	13,7%	79,8%
В нестабильных условиях мы сами должны вырабатывать нормы и правила взаимодействия людей.	5,6%	22,6%	71,8%
В условиях глобальных общественных перемен на нас лежит ответственность за формирование новых этических «кодексов», социальных норм.	8,3%	27,6%	64,1%

Приложение 5.2. Отношение к неэтичным явлениям у представителей разных типов нравственного самоопределения

Шкала	Типы						Типы, различия между которыми, значимы
	«Теоретик»	«Отстраненный»	«Конформист»	«Релятивист-эгоцентрик»	«Поборник нравственности»	«Приверженный нравственным нормам»	
Вызывающие сексуальные заголовки							
Непонятный–Понятный	2,96	3,42	3,36	3,33	3,13	2,57	1-6*, 2-6, 2-7, 3-6, 3-7*, 5-6*
Реалистичный–Нереальный	2,83	2,85	2,74	2,75	3,46	3,03	1-5*, 1-7, 2-7*, 3-5*, 3-7
Современный–Несовременный	2,68	3,15	2,36	2,19	2,46	2,29	1-2*, 2-3, 2-4, 2-6, 2-7
Привлекает внимание–Не привлекает внимание	2,64	3,12	2,49	2,11	2,79	2,43	1-4*, 2-3*, 2-4, 2-6*, 2-7, 4-5*
Запоминается–Не запоминается	2,85	3,36	2,51	2,25	3,13	2,41	1-4*, 2-3, 2-4, 2-6, 2-7, 4-5*
Предполагает интересную статью–Не предполагает интересную статью	3,4	3,36	2,72	3,22	3,54	3,1	1-3*, 3-5
Притягивающий–Отталкивающий	3,52	3,15	2,69	2,78	3,5	2,98	1-3, 1-4, 1-6*
Огорчающий–Радующий	2,8	3,24	3,26	3,25	2,75	2,86	1-2*
Раздражающий–Успокаивающий	2,53	3,12	2,85	2,36	2,46	2,75	1-2, 2-4, 2-5, 2-7
Вызывает страх–Не вызывает страх	4,03	3,52	3,79	4,08	3,38	3,86	1-5*, 4-5*

Вызывает сочувствие–Не вызывает сочувствие	3,72	3,09	3,46	3,89	3,46	3,76	3,58	1-2*, 2-3*, 2-4*, 2-6
Возникает желание прочесть статью–Не возникает желание прочесть статью	3,29	3,27	2,77	3,14	4,17	2,84	2,86	1-5, 2-5, 3-5, 4-5*, 5-6, 5-7
Вызывает желание обсудить с другими–Не вызывает желание обсудить с другими	3,55	3,61	3,03	3,19	4,17	3,04	3,37	1-5*, 1-6*, 3-5, 4-5*, 5-6, 5-7
Хочется дать почитать другому–Не хочется дать почитать другому	3,51	3,3	3,18	3,06	4,21	3,35	3,33	1-5, 2-5, 3-5, 4-5*, 5-6, 5-7
Тема близка–Не близка	3,87	3,45	3,28	3,67	4,25	3,73	3,7	1-3*, 3-5, 3-6*
Заголовков понравится моим друзьям–Не понравится моим друзьям	3,36	3,12	2,74	2,78	4,04	2,63	3,95	1-3*, 1-4*, 1-5*, 1-6, 2-5, 3-5, 4-5, 5-6, 5-7
Пошлый–Порядочный	2,43	2,39	2,41	1,44	2,21	1,89	2,05	1-4, 1-6*, 2-4, 3-4, 4-5, 4-6*, 4-7
Такая формулировка противоречит нравственным нормам–Такая формулировка не противоречит нравственным нормам	2,79	2,67	2,85	2,14	2,46	2,12	2,4	1-4*, 1-6, 2-6*, 3-6*
Агрессивные заголовки								
Непонятный–Понятный	3,73	3,33	3,82	3,81	3,5	3,69	3,19	1-7*, 3-7*
Реалистичный–Нереальный	2,45	3,03	2,46	2,56	2,71	2,57	2,54	2-4, 2-7*, 4-7
Современный–Несовременный	2,55	2,94	2,05	2,22	2,13	2,14	2,37	2-3, 2-4*, 2-5*, 2-6
Привлекает внимание–Не привлекает внимание	2,69	3,03	2,28	2,47	3,17	2,14	2,51	1-6*, 2-3*, 2-6, 3-5*, 5-6

Шкала	Типы						Типы, различия между которыми, значимы	
	«Теоретик»	«Отстраненный»	«Конформист»	«Релятивист-эгоцентрик»	«Поборник нравственности»	«Приверженный нравственным нормам»		«Социально-нормативный»
Запоминается–Не запоминается	2,87	3,33	2,59	2,58	3,04	2,63	2,54	1–2*, 2–4, 2–6, 2–7
Предполагает интересную статью– Не предполагает интересную статью	3,2	3,58	2,46	2,64	3,54	2,59	2,89	1–3, 1–4*, 1–6, 2–3, 2–4*, 2–6, 2–7*, 3–5, 4–5, 5–6, 5–7*
Притягивающий–Отталкивающий	3,55	3,42	2,36	3,14	3,88	2,94	3,35	1–3, 1–6, 2–3, 3–4*, 3–5, 3–6, 3–7, 4–5*, 5–6, 5–7*, 6–7*
Раздражающий–Успокаивающий	2,41	2,42	2,59	2,03	2,67	2,29	2,44	3–4*
Вызывает страх– Не вызывает страх	3,41	3,64	3,05	3,00	3,29	3,18	3,14	1–4*, 2–3*, 2–4
Вызывает сочувствие– Не вызывает сочувствие	3,21	3,27	3,13	3,64	3,42	3,16	2,82	3–4*, 4–7
Возникает желание прочесть статью– Не возникает желание прочесть статью	3,09	2,24	2,41	2,97	3,96	2,49	3,28	1–3*, 1–5*, 1–6*, 3–5, 3–7, 4–5*, 5–6, 6–7
Вызывает желание обсудить с друзьями– Не вызывает желание обсудить с друзьями	3,23	3,39	2,74	3,31	3,83	2,75	3,65	2–6*, 3–5*, 3–7, 5–6, 6–7
Хочется дать почитать другому– Не хочется дать почитать другому	3,33	3,12	2,97	2,97	3,71	3,06	3,63	3–7*, 6–7*
Тема близка–Неблизка	3,83	3,18	3,08	3,53	4,25	3,18	3,65	1–2*, 1–3, 1–6, 2–5, 3–5, 5–6

Шкала	Циничные заголовки						Типы, различия между которыми, значимы	
	«Теоретик»	«Отстраненный»	«Конформист»	«Релятивист-эгоцентрик»	«Поборник нравственности»	«Приверженный нравственным нормам»		«Социально-нормативный»
Заголовок понравится моим друзьям– Не понравится моим друзьям	3,49	3,33	2,95	3,03	3,83	2,75	3,58	1–6, 3–5*, 3–7*, 4–5*, 4–7, 5–6, 6–7
Пошлый–Поряdochный	3,37	2,76	3,67	3,25	2,83	3,06	3,04	1–2, 1–4*, 1–5*, 2–3, 2–4*, 3–5*, 3–6*, 3–7*
Такая формулировка противоречит нравственным нормам–Такая формулировка не противоречит нравственным нормам	3,36	3,00	3,46	3,31	2,42	2,96	3,11	1–5, 3–5, 4–5, 5–7*
Заголовок понравится моим родителям– Не понравится моим родителям	3,15	3,15	2,9	3,03	3,79	2,98	3,42	3–5*, 3–7*, 5–6*, 6–7
Непонятный–Понятный	3,29	3,12	3,21	2,92	2,96	2,88	2,72	1–6*, 1–7, 2–7*, 3–7*
Оригинальный– Неоригинальный	2,96	2,97	2,15	2,75	3,00	2,63	2,81	1–3, 2–3, 3–4*, 3–5
Реалистичный–Нереальный	2,73	3,03	2,95	3,00	3,67	3,24	3,21	1–5, 1–6*, 1–7*, 3–5*
Современный–Несовременный	2,63	2,48	2,08	2,31	2,54	2,39	2,35	2–7
Привлекает внимание– Не привлекает внимание	2,53	2,82	1,87	2,61	3,08	1,98	2,49	1–3*, 2–3, 2–6, 2–7, 3–5, 5–6, 6–7*
Запоминается–Не запоминается	2,31	3,09	2,03	2,61	3,13	2,37	2,65	1–2, 1–3, 1–5, 2–3, 2–6, 2–7, 3–5, 3–7*, 5–6*
Предполагает интересную статью– Не предполагает интересную статью	3,25	3,42	2,00	3,00	3,46	2,65	3,02	1–6*, 2–3, 2–6, 3–4, 3–5, 3–6*, 3–7, 5–6*, 6–7*

Шкала	Типы						Типы, различия между которыми, значимы	
	«Теоретик»	«Отстраненный»	«Конформист»	«Релятивист-эгоцентрик»	«Поборник нравственности»	«Приверженный нравственным нормам»		«Социально-нормативный»
Притягивающий–Отталкивающий	3,51	3,39	2,21	3,08	4,00	3,06	3,3	1–3, 1–4, 2–3, 2–5*, 3–4*, 3–5, 3–6, 3–7, 4–5*, 5–6, 5–7*
Огорчающий–Радующий	2,41	2,39	2,74	2,36	2,46	2,24	2,53	3–6*
Раздражающий–Успокаивающий	2,39	2,61	2,69	1,94	2,5	2,29	2,39	2–4, 2–7*, 3–4,
Вызывает страх– Не вызывает страх	3,29	3,3	3,1	2,92	3,13	2,75	2,95	1–6*
Вызывает сочувствие– Не вызывает сочувствие	3,25	2,79	3,03	3,00	2,88	2,69	2,56	1–7, 3–7*
Возникает желание прочесть статью– Не возникает желание прочесть статью	2,97	3,12	2,15	3,03	3,38	2,82	3,00	1–3, 2–3*, 3–5*, 3–7
Вызывает желание обсудить с друзьями– Не вызывает желание обсудить с друзьями	3,31	3,15	2,23	3,11	3,5	3,02	3,35	1–3, 2–3, 3–4*, 3–5, 3–6, 3–7
Хочется дать почитать другому– Не хочется дать почитать другому	3,33	3,48	2,33	3,22	4,08	3,2	3,61	1–3, 1–5, 2–3, 3–4, 3–5, 3–6, 3–7, 4–5*, 5–6
Тема близка–Неблизка	3,63	3,36	2,82	3,53	4,38	3,35	3,68	1–3, 1–5*, 2–3*, 2–5, 3–4*, 3–5, 3–6, 3–7, 4–5*, 5–6, 5–7*
Заголовок понравится моим друзьям– Не понравится моим друзьям	3,25	3,48	2,44	3,17	3,67	3,2	3,21	1–3, 2–3, 3–4, 3–5, 3–6, 3–7

Шкала	Типы						Типы, различия между которыми, значимы	
	«Теоретик»	«Отстраненный»	«Конформист»	«Релятивист-эгоцентрик»	«Поборник нравственности»	«Приверженный нравственным нормам»		«Социально-нормативный»
Пошлый–Порядочный	3,15	2,82	3,31	2,61	2,71	2,65	2,65	1–4, 1–7, 3–4, 3–6*, 3–7
Такая формулировка противоречит нравственным нормам–Такая формулировка не противоречит нравственным нормам	3,28	2,67	3,28	2,86	2,29	2,35	2,86	1–5, 1–6, 3–5*, 3–6, 6–7*
Заголовок понравится моим родителям– Не понравится моим родителям	3,64	3,33	3,08	3,56	3,75	3,49	3,56	1–3
Вызывающе сексуальные ролики								
Оригинальная–Неоригинальная	2,7	2,64	2,88	2,08	2,87	2,36	2,32	1–4, 3–4, 3–7*
Реалистичная–Нереальная	3,17	3,29	2,83	3,23	3,6	3,54	3,3	1–5*, 3–4*, 3–5, 3–6
Современная–Несовременная	2,08	2,49	2,44	1,62	2,2	1,54	1,68	1–4, 1–6, 1–7*, 2–4*, 2–6, 2–7, 3–4, 3–6, 3–7
Привлекает внимание– Не привлекает внимание	2,09	2,2	2,38	1,87	2,27	2,15	1,98	3–4*
Соответствует товару– Не соответствует товару	3,18	3,13	3,38	3,46	3,87	3,33	3,21	2–5*
Товар кажется хорошим– Товар не кажется хорошим	3,18	2,91	3,1	2,59	3,93	2,92	2,49	1–4*, 1–5*, 1–7, 2–5, 3–4*, 3–5*, 3–7, 4–5, 5–6, 5–7
Вызывает доверие– Не вызывает доверие	3,35	2,84	3,23	2,77	3,93	3,33	2,79	1–2*, 1–4, 1–7, 2–5, 4–5, 4–6*, 5–7
Притягивающая–Отталкивающая	2,8	2,53	2,67	2,00	3,73	2,62	2,39	1–4, 1–5*, 2–4*, 2–5*, 3–4, 3–5, 4–5, 4–6*, 5–6, 5–7

Шкала	Типы						Типы, различия между которыми, значимы	
	«Теоретик»	«Отстраненный»	«Конформист»	«Релятивист-эгоцентрик»	«Поборник нравственности»	«Приверженный нравственным нормам»		«Социально-нормативный»
Огорчающая–Радующая	3,35	3,82	3,33	4,03	2,67	2,59	3,68	1-2*, 1-4, 2-5, 3-4, 4-5, 5-7*
Раздражающая–Успокаивающая	2,92	3,36	3,06	3,56	2,4	2,9	3,07	1-4, 2-5*, 3-4, 4-5, 4-6, 4-7
Сексуальная–Асексуальная	2,08	2,11	2,00	1,54	1,47	1,51	1,44	1-4, 1-6, 1-7, 3-4, 3-6, 3-7
Смешная–Несмешная	3,55	3,04	2,48	3,44	3,87	3,46	3,67	1-2*, 2-3*, 2-5*, 2-7
Хочется повторять слова и действия–Не хочется повторять слова и действия	3,29	3,07	3,02	3,03	4,07	3,26	3,14	1-5*, 2-5*, 3-5, 4-5, 5-7
Возникает желание приобрести товар–Не возникает желание приобрести товар	3,7	3,09	3,38	2,95	4,2	3,00	3,09	1-2*, 1-4, 1-6*, 1-7, 2-5, 3-5*, 4-5, 5-6, 5-7
Хочется досмотреть рекламу–Не хочется досмотреть рекламу	2,58	2,73	2,27	1,82	3,47	2,38	2,33	1-4, 2-4, 3-4*, 4-5, 4-7*
Рекомендуя другим посмотреть этот ролик–Не рекомендую другим посмотреть этот ролик	3,29	2,93	2,86	2,36	3,8	2,79	2,72	1-4, 1-7, 4-5, 5-7
Герои вызывают симпатию–Герои вызывают антипатию	2,92	2,56	2,83	2,44	3,53	2,79	2,88	1-4, 2-5*, 4-5
Ролик понравится моим друзьям–Не понравится моим друзьям	2,83	2,38	2,63	2,28	3,87	2,54	2,42	1-4*, 1-5*, 2-5, 3-5, 4-5, 5-6, 5-7

Шкала	Типы						Типы, различия между которыми, значимы	
	«Теоретик»	«Отстраненный»	«Конформист»	«Релятивист-эгоцентрик»	«Поборник нравственности»	«Приверженный нравственным нормам»		«Социально-нормативный»
Приличная–Неприличная	3,56	3,4	3,5	2,97	4,2	3,56	3,75	1-4*, 2-5*, 4-5, 4-7
Пошлая–Поряdochная	2,35	2,49	2,27	2,87	1,73	2,31	2,25	2-5*, 3-4*, 4-5, 4-6*, 4-7
Одобрюно поведение героев–Осуждаю поведение героев	2,77	2,87	2,77	2,54	3,93	2,97	3,28	1-5, 1-7*, 2-5, 3-5, 3-7*, 4-5, 4-6*, 4-7, 5-6*
Поведение героев неприемлемо в обществе–Поведение героев приемлемо в обществе	3,11	3,09	3,00	3,31	2,07	2,33	2,65	1-5, 1-6, 1-7*, 2-6*, 3-5, 3-6, 4-5, 4-6, 4-7*
<i>Агрессивные ролики</i>								
Непонятная–Понятная	2,91	3,18	2,65	2,21	2,8	3,1	2,54	1-4*, 2-3*, 2-4, 2-7*, 4-6
Оригинальная–Неоригинальная	2,65	2,73	2,69	2,92	3,6	2,33	2,7	1-5, 5-6*
Реалистичная–Нереальная	3,56	3,31	3,44	3,33	3,73	4,15	3,56	1-4, 1-6*, 2-4, 2-6, 3-4, 3-6, 4-5*, 4-7, 6-7*
Современная–Несовременная	2,67	2,4	2,46	3,21	2,53	2,56	2,23	1-4, 1-7, 2-4, 3-4, 4-5, 4-6*, 4-7
Дешевая–Дорогая	2,48	2,93	2,29	2,59	2,13	2,26	2,67	2-3*, 2-5*, 2-6*, 6-7
Привлекает внимание–Не привлекает внимание	2,64	2,58	2,48	2,82	3,47	2,83	2,68	1-5*, 2-5*, 3-5*
Соответствует товару–Не соответствует товару	3,62	3,53	3,69	4,15	3,93	3,95	3,68	1-4, 2-4*, 4-7*
Запоминается продукт–Не запоминается продукт	3,42	2,78	2,88	3,36	3,53	3,38	3,46	1-2*, 1-3*, 2-7*, 3-7*
Товар кажется хорошим–Товар не кажется хорошим	3,7	3,33	3,4	3,9	4,00	3,59	3,49	2-4*, 3-4*, 4-7*

Шкала	Типы						Типы, различия между которыми, значимы	
	«Теоретик»	«Отстраненный»	«Конформист»	«Релятивист-эгоцентрик»	«Поборник нравственности»	«Приверженный нравственным нормам»		«Социально-нормативный»
Вызывает доверие– Не вызывает доверие	3,62	3,2	3,56	4,18	4,07	3,64	3,6	1-4, 2-4, 2-5*, 3-4, 4-6*, 4-7
Притягивающая–Отталкивающая	3,18	2,96	3,00	3,74	3,87	3,26	3,3	1-4*, 2-4, 2-5*, 3-4, 3-5*
Огорчающая–Радующая	3,21	3,09	3,15	2,82	2,27	3,15	3,02	1-5, 2-5*, 3-5, 5-6
Сексуальная–Асексуальная	4,02	3,58	4,31	4,15	4,4	4,49	4,33	1-6*, 2-3, 2-4*, 2-5, 2-6, 2-7
Смешная–Несмешная	2,91	2,91	2,5	3,05	3,27	2,41	2,86	4-6*, 5-6*
Хочется повторять слова и действия– Не хочется повторять слова и действия	4,29	3,91	3,92	4,67	4,27	4,33	4,02	1-4*, 2-4, 3-4, 4-7
Возникает желание приобрести товар– Не возникает желание приобрести товар	4,12	3,44	3,69	4,56	4,47	3,9	3,82	1-2, 1-4, 2-4, 2-5, 3-4, 3-5*, 4-6, 4-7, 5-7*
Хочется досмотреть рекламу– Не хочется досмотреть рекламу	2,59	2,69	2,63	3,31	3,73	3,00	2,88	1-4*, 1-5*, 2-5, 3-5
Рекомендую другим посмотреть этот ролик– Не рекомендую другим посмотреть этот ролик	3,41	3,09	2,96	3,67	4,2	3,00	3,32	1-5*, 2-5, 3-4, 3-5, 4-6, 5-6, 5-7*
Персонажи близки–Не близки	4,06	3,8	4,1	4,54	4,27	4,26	4,28	1-4*, 2-4, 2-6*, 2-7*
Герои вызывают симпатию–Герои вызывают антипатию	3,55	2,93	3,4	3,9	3,93	3,41	3,44	1-2*, 2-4, 2-5, 2-7*, 4-6*

	Циничные ролики							
	3,91	3,69	3,5	3,64	4,00	3,56		3,79
Ролик понравится моим друзьям– Не понравится моим друзьям	3,14	2,73	2,6	3,72	3,67	2,87	2,89	1-3*, 1-4*, 2-4, 2-5*, 3-4, 3-5, 4-6, 4-7
Понимаю чувства героев–Не понимаю чувства героев	3,52	3,36	3,15	4,26	4,07	3,18	3,58	1-4, 2-4, 3-4, 3-5, 4-6, 4-7
Пошлая–Порядочная	3,00	3,22	3,06	3,36	3,2	3,00	2,86	4-7*
Одобрю поведение героев–Осуждаю поведение героев	3,48	3,18	3,83	3,77	3,73	3,69	3,68	2-3*, 2-4*, 2-6*, 2-7*
Поведение героев неприемлемо в обществе– Поведение героев приемлемо в обществе	2,52	2,67	2,1	2,05	2,13	1,92	2,18	1-6*, 2-6*
Ролик понравится моим родителям– Не понравится моим родителям	3,47	3,13	3,21	3,87	3,87	3,59	3,53	1-4*, 2-4*, 3-4
Циничные ролики								
Непонятная–Понятная	3,91	3,69	3,5	3,64	4,00	3,56	3,79	1-3
Оригинальная–Неоригинальная	2,35	2,27	2,38	2,31	3,13	2,33	2,39	1-5*, 2-5*, 3-5*, 5-6*
Дешевая–Дорогая	2,3	2,73	2,44	2,46	2,87	2,23	2,93	1-2*, 1-7, 2-6*, 3-7*
Привлекает внимание– Не привлекает внимание	2,45	2,67	2,4	2,51	3,00	2,64	2,37	5-7*
Соответствует товару– Не соответствует товару	2,71	3,13	2,85	3,26	2,93	2,62	2,79	1-4*, 2-6*, 4-6, 4-7*
Запоминается продукт– Не запоминается продукт	2,55	2,76	2,42	3,08	3,00	2,41	2,33	1-4*, 3-4, 4-6*, 4-7
Товар кажется хорошим– Товар не кажется хорошим	2,88	2,89	2,65	3,31	3,4	2,59	2,46	1-4*, 1-7*, 3-4, 4-6, 4-7, 5-7*
Вызывает доверие– Не вызывает доверие	2,98	2,89	2,85	3,49	3,47	2,82	2,58	1-4, 1-7, 3-4*, 4-6, 4-7

Шкала	Типы						Типы, различия между которыми, значимы	
	«Теоретик»	«Отстраненный»	«Конформист»	«Релятивист-эгоцентрик»	«Поборник нравственности»	«Приверженный нравственным нормам»		«Социально-нормативный»
Притягивающая–Отталкивающая	3,05	2,8	2,96	3,05	3,4	2,92	2,68	5–7*
Огорчающая–Радующая	3,08	3,27	3,15	3,46	2,6	3,15	3,25	1–4*, 2–5*, 3–5*, 4–5
Хочется повторять слова и действия–Не хочется повторять слова и действия	3,82	3,56	3,75	3,87	4,53	3,69	3,32	1–5, 1–7, 2–5, 3–5*, 5–6, 5–7
Возникает желание приобрести товар–Не возникает желание приобрести товар	3,36	3,11	3,21	3,74	3,93	3,33	2,79	1–7*, 2–4*, 4–7, 5–7*, 6–7*
Хочется досмотреть рекламу–Не хочется досмотреть рекламу	2,58	2,62	2,38	2,79	3,13	2,38	2,04	1–7, 2–7*, 4–7*
Рекомендую другим посмотреть этот ролик–Не рекомендую другим посмотреть этот ролик	3,08	2,67	2,88	3,1	3,87	3,18	2,91	2–5, 3–5*
Персонажи близки–Не близки	3,64	3,51	3,5	4,03	4,07	3,74	3,33	4–7*, 5–7*
Герои вызывают симпатию–Герои вызывают антипатию	3,15	2,89	3,19	2,9	3,73	3,29	2,79	5–6*
Приличная–Неприличная	2,53	2,62	2,52	2,59	2,81	2,95	2,54	1–5*
Одобрю поведение героев–Осуждаю поведение героев	3,36	3,11	3,83	3,46	3,6	3,18	3,19	1–3*, 2–3, 3–6*, 3–7
Ролик понравится моим родителям–Не понравится моим родителям	3,23	2,84	3,15	3,36	3,67	2,97	3,02	2–5*, 5–6*

Примечание: * – различия значимы на уровне генденции ($p < 0,1$).

Приложение 5.3. Отношение к неэтичным явлениям у разных возрастных групп молодежи (по критерию Манна–Уитни)

Шкала	Возраст			Возрастные группы, различия между которыми значимы
	18–23 года (1)	24–29 лет (2)	30–35 лет (3)	
<i>Вызывающе сексуальные ролики</i>				
Оригинальная–Неоригинальная	2,44	2,8	2,37	2–3*
Современная–Несовременная	2,19	2,07	1,67	1–3, 2–3*
Соответствует товару–Не соответствует товару	3,13	3,47	3,33	1–2
Товар кажется хорошим–Товар не кажется хорошим	2,92	3,14	2,72	2–3
Вызывает доверие–Не вызывает доверие	3,05	3,33	2,93	2–3*
Раздражающая–Успокаивающая	3,28	2,89	3,06	1–2
Сексуальная–Асексуальная	1,93	1,75	1,62	1–3*
Смешная–Несмешная	3,25	3,68	3,56	1–2
Хочется повторять слова и действия–Не хочется повторять слова и действия	2,97	3,31	3,34	1–3
Персонажи близки–Не близки	3,34	3,65	3,64	1–3*
Герои вызывают симпатию–Герои вызывают антипатию	2,66	3,09	2,67	1–2, 2–3
Приличная–Неприличная	3,58	3,72	3,23	2–3*
Одобрю поведение героев–Осуждаю поведение героев	2,86	3,15	2,79	1–2*
Ролик понравится моим родителям–Не понравится моим родителям	3,25	3,79	3,83	1–2, 1–3
<i>Агрессивные ролики</i>				
Огорчающая–Радующая	3,23	2,83	3,04	1–2
Раздражающая–Успокаивающая	2,6	2,32	2,61	1–2*
Сексуальная–Асексуальная	3,94	4,3	2,27	1–2, 1–3*
Хочется повторять слова и действия–Не хочется повторять слова и действия	3,95	4,2	4,46	1–3
Персонажи близки–Неблизки	4,03	4,17	4,33	1–3*
Пошлая–Порядочная	3,24	2,91	3,02	1–2*
Одобрю поведение героев–Осуждаю поведение героев	3,49	3,87	3,47	1–2*, 2–3
Поведение героев неприемлемо в обществе–Поведение героев приемлемо в обществе	2,37	1,97	2,43	1–2
<i>Циничные ролики</i>				
Непонятная–Понятная	3,53	3,73	3,96	1–3
Оригинальная–Неоригинальная	2,24	2,72	2,19	1–2, 2–3

Шкала	Возраст			Возрастные группы, различия между которыми значимы
	18–23 года (1)	24–29 лет (2)	30–35 лет (3)	
Реалистичная–Нереальная	3,13	2,8	3,33	2–3
Современная–Несовременная	2,68	2,84	2,29	1–3*, 2–3
Привлекает внимание– Не привлекает внимание	2,5	2,71	2,33	2–3*
Соответствует товару– Не соответствует товару	3,02	2,73	2,86	1–2*
Вызывает доверие–Не вызывает доверие	3,04	3,00	2,74	1–3*
Смешная–Несмешная	2,54	3,00	2,79	1–2*
Одобрять поведение героев– Осуждаю поведение героев	3,51	3,47	3,07	1–3, 2–3
Поведение героев неприемлемо в обществе– Поведение героев приемлемо в обществе	2,43	2,85	3,01	1–3
<i>Вызывающе сексуальные заголовки</i>				
Реалистичный–Нереальный	2,82	2,95	3,22	1–3*
Современный–Несовременный	2,67	2,51	2,27	1–3
Притягивающий–Отталкивающий	2,83	3,2	3,38	1–2*, 1–3
Раздражающий–Успокаивающий	2,73	2,72	2,44	2–3*
Заголовок понравится моим друзьям– Не понравится моим друзьям	2,76	3,23	3,24	1–2*, 1–3*
Заголовок понравится моим родителям– Не понравится моим родителям	3,59	3,66	4,07	1–3, 2–3*
<i>Агрессивные заголовки</i>				
Современный–Несовременный	2,59	2,35	2,09	1–3
Запоминается–Не запоминается	2,95	2,71	2,6	1–3*
Притягивающий–Отталкивающий	3,03	3,45	3,27	1–2
Раздражающий–Успокаивающий	2,61	2,4	2,15	1–2*, 1–3
Тема близка–Не близка	3,28	3,67	3,69	1–3*
Пошлый–Порядочный	3,37	3,1	3,03	1–3*
<i>Циничные заголовки</i>				
Притягивающий–Отталкивающий	2,88	3,22	3,6	1–3, 2–3*
Огорчающий–Радующий	2,62	2,52	2,17	1–3, 2–3*
Раздражающий–Успокаивающий	2,58	2,43	2,13	1–3
Тема близка–Неблизка	3,24	3,49	3,84	1–3
Заголовок понравится моим друзьям– Не понравится моим друзьям	2,82	3,47	3,34	1–2, 1–3
Пошлый–Порядочный	3,02	2,91	2,65	1–3
Такая формулировка противоречит нравственным нормам–Такая формулировка не противоречит нравственным нормам	3,13	2,8	2,63	1–3

Примечание: * – различия значимы на уровне тенденции ($p < 0,1$).

Приложение 5.4. Отношение к неэтичным явлениям у разных возрастных групп женщин (по критерию Манна–Уитни)

Шкала	Возраст			Возрастные группы, различия между которыми значимы
	18–23 года (1)	24–29 лет (2)	30–35 лет (3)	
<i>Вызывающе сексуальные ролики</i>				
Оригинальная–Неоригинальная	2,23	2,81	2,41	1–2*
Запоминается продукт– Не запоминается продукт	2,03	2,51	2,83	1–3
Раздражающая–Успокаивающая	3,23	3,09	2,72	1–3*
Сексуальная–Асексуальная	1,77	1,75	1,44	1–3, 2–3*
Смешная–Несмешная	3,1	3,63	3,57	1–2, 1–3*
Хочется повторять слова и действия– Не хочется повторять слова и действия	2,7	3,28	3,37	1–2, 1–3
Рекомендую другим посмотреть этот ролик– Не рекомендую другим посмотреть этот ролик	2,35	2,88	3,07	1–2*, 1–3
Персонажи близки–Неблизки	3,2	3,53	3,78	1–3
Герои вызывают симпатию – Герои вызывают антипатию	2,37	2,96	2,87	1–2, 1–3*
Ролик понравится моим друзьям– Не понравится моим друзьям	2,2	2,79	2,67	1–2
Понимаю чувства героев – Не понимаю чувства героев	2,65	2,93	3,00	1–3*
Одобрять поведение героев – Осуждаю поведение героев	2,75	3,09	3,19	1–3
Ролик понравится моим родителям– Не понравится моим родителям	2,97	3,74	4,00	1–2, 1–3
<i>Агрессивные ролики</i>				
Сексуальная–Асексуальная	3,8	4,21	4,13	1–2*
Рекомендую другим посмотреть этот ролик– Не рекомендую другим посмотреть этот ролик	3,1	3,19	3,7	1–3*, 2–3*
Персонажи близки–Неблизки	4,03	4,05	4,41	1–3*, 2–3*
Пошлая–Порядочная	3,23	2,82	2,56	1–2, 1–3
<i>Циничные ролики</i>				
Реалистичная–Нереальная	3,05	2,63	3,3	2–3
Современная–Несовременная	2,82	2,79	2,15	1–3, 2–3
Вызывает доверие–Не вызывает доверие	3,18	2,88	2,74	1–3*
Понимаю чувства героев– Не понимаю чувства героев	3,33	2,86	3,04	1–2

Шкала	Возраст			Возрастные группы, различия между которыми значимы
	18–23 года (1)	24–29 лет (2)	30–35 лет (3)	
Одобряю поведение героев– Осуждаю поведение героев	3,65	3,33	3,17	1–3*
Поведение героев неприемлемо в обществе– Поведение героев приемлемо в обществе	2,25	2,77	2,76	1–2*, 1–3
<i>Вызывающе сексуальные заголовки</i>				
Привлекает внимание– Не привлекает внимание	2,7	2,02	2,44	1–2, 2–3*
Возникает желание прочесть статью– Не возникает желание прочесть статью	2,85	2,96	3,46	1–3*
Пошлый–Порядочный	2,35	2,1	1,93	1–3*
Заголовок понравится моим родителям– Не понравится моим родителям	3,47	3,48	4,25	1–3, 2–3
<i>Агрессивные заголовки</i>				
Современный–Несовременный	2,57	2,02	2,14	1–2*
Раздражающий–Успокаивающий	2,6	2,13	2,18	1–2, 1–3
Вызывает страх–Не вызывает страх	2,87	2,94	3,39	1–3
Вызывает сочувствие– Не вызывает сочувствие	2,93	2,71	3,56	1–3, 2–3
Тема близка–Неблизка	3,22	3,67	3,98	1–3
Заголовок понравится моим друзьям– Не понравится моим друзьям	2,97	3,17	3,51	1–3*
<i>Циничные заголовки</i>				
Привлекает внимание– Не привлекает внимание	2,95	1,85	2,23	1–2, 1–3*, 2–3*
Предполагает интересную статью– Не предполагает интересную статью	3,03	2,5	3,16	1–2*, 2–3
Притягивающий–Отталкивающий	3,05	2,96	3,7	1–3*, 2–3
Вызывает сочувствие–Не вызывает сочувствие	2,68	2,54	3,07	1–3*, 2–3
Возникает желание прочесть статью– Не возникает желание прочесть статью	3,02	2,52	3,19	1–2*, 2–3
Тема близка–Неблизка	3,25	3,38	4,11	1–3, 2–3
Пошлый–Порядочный	3,15	2,85	2,67	1–3
Такая формулировка противоречит нравственным нормам– Такая формулировка не противоречит нравственным нормам	3,23	2,9	2,46	1–3

Примечание: * – различия значимы на уровне тенденции ($p < 0,1$).

Приложение 5.5. Отношение к неэтичным явлениям у разных возрастных групп мужчин (по критерию Манна–Уитни)

Шкала	Возраст			Возрастные группы, различия между которыми значимы
	18–23 года (1)	24–29 лет (2)	30–35 лет (3)	
<i>Вызывающе сексуальные ролики</i>				
Непонятная–Понятная	3,38	2,9	3,75	2–3
Реалистичная–Нереальная	3,32	3,69	3,08	2–3*
Современная–Несовременная	2,63	2,38	1,72	1–3
Товар кажется хорошим– Товар не кажется хорошим	3,03	3,33	2,75	2–3*
Вызывает доверие–Не вызывает доверие	3,12	3,5	2,75	2–3*
Притягивающая–Отталкивающая	2,83	2,79	2,17	1–3, 2–3*
Огорчающая–Радующая	3,37	3,24	3,86	1–3*
Раздражающая–Успокаивающая	3,32	2,62	3,56	1–2, 2–3
Герои вызывают симпатию– Герои вызывают антипатию	2,95	3,26	2,36	1–3*, 2–3
Понимаю чувства героев– Не понимаю чувства героев	3,07	3,36	2,67	2–3*
Приличная–Неприличная	3,58	3,74	2,5	1–3, 2–3
Пошлая–Порядочная	2,52	2,02	3,31	1–2*, 1–3, 2–3
Одобряю поведение героев– Осуждаю поведение героев	2,97	3,24	2,19	1–3, 2–3
Поведение героев неприемлемо в обществе– Поведение героев приемлемо в обществе	2,9	2,62	3,5	2–3
<i>Агрессивные ролики</i>				
Непонятная–Понятная	2,72	2,69	3,39	1–3*, 2–3*
Современная–Несовременная	2,73	3,07	2,31	2–3
Привлекает внимание–Не привлекает внимание	2,88	2,76	2,11	1–3*, 2–3*
Соответствует товару–Не соответствует товару	4,00	3,93	3,33	1–3
Запоминается продукт–Не запоминается продукт	3,4	3,29	2,58	1–3
Притягивающая–Отталкивающая	3,38	3,33	2,69	1–3, 2–3*
Раздражающая–Успокаивающая	2,68	2,12	3,11	1–2, 2–3

Шкала	Возраст			Возрастные группы, различия между которыми значимы
	18–23 года (1)	24–29 лет (2)	30–35 лет (3)	
Хочется повторять слова и действия– Не хочется повторять слова и действия	3,75	4,21	4,36	1–3
Приличная–Неприличная	3,05	3,21	2,36	1–3, 2–3*
Одобрю поведение героев– Осуждаю поведение героев	3,48	4,00	3,08	1–2*, 2–3
Поведение героев неприемлемо в обществе– Поведение героев приемлемо в обществе	2,43	1,88	2,67	1–2*, 2–3*
<i>Циничные ролики</i>				
Непонятная–Понятная	3,47	3,55	3,97	1–3*
Оригинальная–Неоригинальная	2,03	2,86	2,00	1–2, 2–3
Сексуальная–Асексуальная	3,65	3,76	4,08	1–3
Хочется повторять слова и действия– Не хочется повторять слова и действия	3,42	3,81	4,03	1–3*
Персонажи близки–Неблизки	3,38	3,71	3,97	1–3
Одобрю поведение героев– Осуждаю поведение героев	3,37	3,67	2,92	1–3*, 2–3
Поведение героев неприемлемо в обществе– Поведение героев приемлемо в обществе	2,61	2,95	3,39	1–3
Ролик понравится моим родителям– Не понравится моим родителям	2,95	3,31	3,14	1–2*
<i>Вызывающе сексуальные заголовки</i>				
Реалистичный–Нереальный	2,48	2,87	3,07	1–3*
Современный–Несовременный	2,73	2,82	2,24	1–3
Запоминается–Не запоминается	2,32	2,89	2,64	1–2*
Притягивающий–Отталкивающий	2,82	3,38	3,4	1–2*, 1–3*
Раздражающий–Успокаивающий	2,82	2,78	2,38	2–3*
Заголовок понравится моим друзьям– Не понравится моим друзьям	2,78	3,47	3,24	1–2*
<i>Агрессивные заголовки</i>				
Непонятный–Понятный	3,93	3,44	3,31	1–3*
Реалистичный–Нереальный	2,42	3,11	2,4	1–2, 2–3*
Привлекает внимание– Не привлекает внимание	2,5	3,16	2,2	2–3
Предполагает интересную статью– Не предполагает интересную статью	2,95	3,22	2,58	2–3*

Шкала	Возраст			Возрастные группы, различия между которыми значимы
	18–23 года (1)	24–29 лет (2)	30–35 лет (3)	
Раздражающий–Успокаивающий	2,62	2,69	2,11	1–3*, 2–3*
Пошлый–Порядочный	3,57	3,18	2,89	1–3*
Такая формулировка противоречит нравственным нормам–Такая формулировка не противоречит нравственным нормам	3,58	3,22	3,13	1–2*
<i>Циничные заголовки</i>				
Реалистичный–Нереальный	3,27	3,44	2,78	2–3*
Привлекает внимание– Не привлекает внимание	2,05	3,09	2,49	1–2
Предполагает интересную статью– Не предполагает интересную статью	2,65	3,51	2,98	1–2
Притягивающий–Отталкивающий	2,72	3,49	3,47	1–2, 1–3
Огорчающий–Радующий	2,82	2,56	2,13	1–3
Раздражающий–Успокаивающий	2,73	2,53	2,04	1–3
Вызывает желание обсудить с другими– Не вызывает желание обсудить с другими	2,72	3,42	3,13	1–2
Заголовок понравится моим друзьям– Не понравится моим друзьям	2,77	3,82	3,47	1–2, 1–3

Примечание: * – различия значимы на уровне тенденции ($p < 0,1$).

Приложение 5.6. Отношение к неэтичным явлениям у молодежи с разным типом занятости (по критерию Манна–Уитни)

Шкала	Занятость			Типы занятости, различия между которыми значимы
	Учеба (1)	Совмещенные учебы и работы (2)	Работа (3)	
<i>Вызывающе сексуальные ролики</i>				
Непонятная–Понятная	3,36	3,15	3,62	2–3*
Оригинальная–Неоригинальная	2,4	2,73	2,39	1–2*
Современная–Несовременная	2,16	2,17	1,66	1–3, 2–3
Товар кажется хорошим– Товар не кажется хорошим	2,92	3,09	2,72	2–3*
Притягивающая–Отталкивающая	2,61	2,75	2,33	2–3*

Шкала	Занятость			Типы занятости, различия между которыми значимы
	Учеба (1)	Совмещенные учебы и работы (2)	Работа (3)	
Огорчающая–Радующая	3,57	3,38	3,81	2–3
Раздражающая–Успокаивающая	3,28	2,84	3,25	1–2, 2–3
Смешная–Несмешная	3,26	3,6	3,48	1–2*
Хочется повторять слова и действия– Не хочется повторять слова и действия	2,97	3,43	3,06	1–2*
Возникает желание приобрести товар– Не возникает желание приобрести товар	3,08	3,46	3,23	1–2*
Хочется досмотреть рекламу– Не хочется досмотреть рекламу	2,49	2,58	2,16	2–3
Рекомендую другим посмотреть этот ролик– Не рекомендую другим посмотреть этот ролик	2,56	3,18	2,86	1–2
Персонажи близки–Неблизки	3,39	3,72	3,39	1–2*, 2–3*
Герои вызывают симпатию– Герои вызывают антипатию			2,53	1–2*, 2–3
Понимаю чувства героев– Не понимаю чувства героев	3,00	3,12	2,67	2–3
Приличная–Неприличная	3,63	3,82	3,06	1–3, 2–3
Пошлая–Порядочная	2,17	2,18	2,78	1–3, 2–3
Одобрю поведение героев– Осуждаю поведение героев	2,92	3,2	2,62	2–3
Поведение героев неприемлемо в обществе– Поведение героев приемлемо в обществе	2,95	2,64	3,09	2–3*
Ролик понравится моим родителям– Не понравится моим родителям	3,32	3,8	3,56	1–2
<i>Агрессивные ролики</i>				
Оригинальная–Неоригинальная	2,75	2,98	2,36	2–3
Соответствует товару– Не соответствует товару	3,66	3,96	3,61	1–2*, 2–3*
Приличная–Неприличная	3,06	3,02	2,53	1–3, 2–3
Одобрю поведение героев– Осуждаю поведение героев	3,52	3,78	3,45	2–3*
<i>Циничные ролики</i>				
Непонятная–Понятная	3,54	3,62	3,98	1–3, 2–3

Шкала	Занятость			Типы занятости, различия между которыми значимы
	Учеба (1)	Совмещенные учебы и работы (2)	Работа (3)	
Сексуальная–Асексуальная	3,52	3,84	3,91	1–2, 1–3*
Приличная–Неприличная	2,8	2,68	2,33	1–3, 2–3*
Одобрю поведение героев– Осуждаю поведение героев	3,38	3,53	3,17	2–3*
<i>Вызывающе сексуальные заголовки</i>				
Непонятный–Понятный	3,28	2,89	2,79	1–2, 1–3
Современный–Несовременный	2,65	2,38	2,47	1–2*
Привлекает внимание– Не привлекает внимание	2,45	2,38	2,86	2–3*
Запоминается–Не запоминается	2,44	2,81	2,79	1–2*
Такая формулировка противоречит нравственным нормам– Такая формулировка не противоречит нравственным нормам	2,19	2,71	2,48	1–2
<i>Агрессивные заголовки</i>				
Непонятный–Понятный	3,84	3,59	3,31	1–3
Современный–Несовременный	2,55	2,3	2,2	1–3*
Запоминается–Не запоминается	2,97	2,57	2,74	1–2*
Предполагает интересную статью– Не предполагает интересную статью	3,19	2,87	2,77	1–3
Раздражающий–Успокаивающий	2,37	2,54	2,17	2–3
Вызывает страх–Не вызывает страх	3,37	3,02	3,39	1–2*
Пошлый–Порядочный	3,15	3,48	2,86	1–3*, 2–3
Такая формулировка противоречит нравственным нормам– Такая формулировка не противоречит нравственным нормам	3,03	3,44	2,98	1–2*, 2–3
<i>Циничные заголовки</i>				
Огорчающий–Радующий	2,67	2,36	2,26	1–3*
Заголовок понравится моим друзьям– Не понравится моим друзьям	2,84	3,22	3,55	1–3
Пошлый–Порядочный	2,64	3,12	2,77	1–2

Примечание: * – на уровне тенденции ($p < 0,1$).

Приложение 5.7. Регрессия элементов теоретического ядра на элементы теоретической оболочки нравственного самоопределения

Переменные		Тип зависимости	R	R ²	ANOVA	Коэффициенты
Независимая	Зависимая					
Происхождение нравственности, морали	Когнитивный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Кубическая $Y = b_0 + b_1 \cdot x + b_2 \cdot x^2 + b_3 \cdot x^3$	0,324	0,105	Regression=21,407 P=0,000	$B_0 = -2,733$ $B_1 = 5,213$ $B_2 = -1,676$ $B_3 = 0,189$
Происхождение нравственности, морали	Эмоциональный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	S $Y = e^{b_0 + b_1 \cdot x}$	0,281	0,079	Regression=1,785 P=0,000	$B_0 = 1,542$ $B_1 = -0,986$
Происхождение нравственности, морали	Конативный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	S	0,334	0,112	Regression=3,522 P=0,000	$B_0 = 1,449$ $B_1 = -1,385$
Происхождение нравственности, морали	Когнитивный компонент активности/пассивность	S	0,173	0,03	Regression=0,641 P=0,000	$B_0 = 1,304$ $B_1 = -0,591$
Происхождение нравственности, морали	Эмоциональный компонент активность/пассивность	кубическая	0,313	0,098	Regression=21,485 P=0,000	$B_0 = -7,493$ $B_1 = 10,447$ $B_2 = -3,208$ $B_3 = 0,325$
Происхождение нравственности, морали	Конативный компонент активность/пассивность	кубическая	0,242	0,058	Regression=12,919 P=0,000	$B_0 = -2,297$ $B_1 = 5,248$ $B_2 = -1,666$ $B_3 = 0,181$
Происхождение нравственности, морали	Когнитивный компонент взаимности/взаимности	кубическая	0,202	0,41	Regression=7,076 P=0,000	$B_0 = 8,486$ $B_1 = -4,845$ $B_2 = 1,432$ $B_3 = -0,141$

Происхождение нравственности, морали	Эмоциональный компонент взаимности/взаимности	кубическая	0,193	0,037	Regression=5,498 P=0,000	$B_0 = 9,021$ $B_1 = -5,182$ $B_2 = 1,56$ $B_3 = -0,154$
Происхождение нравственности, морали	Конативный компонент взаимности/взаимности	кубическая	0,079	0,006	Regression=0,736 P=0,000	$B_0 = 1,119$ $B_1 = 2,379$ $B_2 = -0,866$ $B_3 = -0,101$
Значимость морали для общества	Когнитивный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	S	0,318	0,101	Regression=2,939 P=0,000	$B_0 = 1,526$ $B_1 = -1,718$
Значимость морали для общества	Эмоциональный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	кубическая	0,325	0,105	Regression=21,279 P=0,000	$B_0 = 6,031$ $B_1 = -4,071$ $B_2 = 1,536$ $B_3 = -0,167$
Значимость морали для общества	Конативный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Показательная $Y = b_0 \cdot b^x$	0,282	0,08	Regression=2,507 P=0,000	$B_0 = 1,386$ $B_1 = 0,508$
Значимость морали для общества	Когнитивный компонент активности/пассивность	Экспоненциальная, логарифмическая, рост, степенная	0,275	0,076	Regression=1,627 P=0,000	
Значимость морали для общества	Эмоциональный компонент активность/пассивность	Квадратичная, кубическая	0,36	0,13	Regression=28,47 P=0,000	
Значимость морали для общества	Конативный компонент активность/пассивность	Логарифмическая, квадратичная, кубическая	0,22	0,049	Regression=10,76 P=0,000	
Значимость морали для общества	Когнитивный компонент взаимности/взаимности	Линейная, квадратичная, кубическая	0,143	0,021	Regression=3,57 P=0,000	
Значимость морали для общества	Эмоциональный компонент взаимности/взаимности	кубическая	0,051	0,003	Regression=0,388 P=0,000	$B_0 = 1,185$ $B_1 = -2,195$ $B_2 = -0,682$ $B_3 = -0,068$

Переменные		Тип зависимости	R	R ²	ANOVA	Коэффици- циенты
Независимая	Зависимая					
Значимость морали для общества	Конативный компонент взаимности/независимости	кубическая	0,129	0,017	Regression= P=0,000	B ₀ =1,656 B ₁ =1,545 B ₂ =-0,531 B ₃ =0,061
Абсолютность/относительность	Когнитивный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	кубическая	0,462	0,213	Regression=43,338 P=0,000	B ₀ =0,159 B ₁ =1,843 B ₂ =-0,428 B ₃ =0,044
Абсолютность/относительность	Эмоциональный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	кубическая	0,31	0,096	Regression=19,405 P=0,000	B ₀ =3,041 B ₁ =-0,429 B ₂ =0,305 B ₃ =-0,037
Абсолютность/относительность	Конативный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	S	0,405	0,164	Regression=5,162 P=0,000	B ₀ =1,431 B ₁ =-1,227
Абсолютность/относительность	Когнитивный компонент активности/пассивность	кубическая	0,24	0,058	Regression=9,94 P=0,000	B ₀ =4,079 B ₁ =-1,626 B ₂ =0,655 B ₃ =-0,072
Абсолютность/относительность	Эмоциональный компонент активности/пассивность	кубическая	0,192	0,037	Regression=8,127 P=0,000	B ₀ =2,139 B ₁ =1,452 B ₂ =-0,501 B ₃ =0,063
Абсолютность/относительность	Конативный компонент активности/пассивность	кубическая	0,118	0,014	Regression=3,079 P=0,000	B ₀ =5,619 B ₁ =-2,731 B ₂ =0,986 B ₃ =0,064
Абсолютность/относительность	Когнитивный компонент взаимности/независимости	кубическая	0,225	0,051	Regression=8,759 P=0,000	B ₀ =5,541 B ₁ =-2,097 B ₂ =0,608 B ₃ =-0,062

Абсолютность/относительность	Эмоциональный компонент взаимности/независимости	кубическая	0,205	0,042	Regression=6,213 P=0,000	B ₀ =3,472 B ₁ =0,651 B ₂ =-0,41 B ₃ =0,059
Абсолютность/относительность	Конативный компонент взаимности/независимости	Квадратичная, кубическая	0,11	0,012	Regression=1,417 P=0,000	
Воздаяние за добро и зло	Когнитивный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	S, показательная	0,363	0,132	Regression=3,82 P=0,000	
Воздаяние за добро и зло	Эмоциональный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	кубическая	0,426	0,181	Regression=36,6 P=0,000	B ₀ =-2,094 B ₁ =4,008 B ₂ =-1,066 B ₃ =0,105
Воздаяние за добро и зло	Конативный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	S	0,406	0,165	Regression=5,192 P=0,000	B ₀ =1,562 B ₁ =-2,05
Воздаяние за добро и зло	Когнитивный компонент активности/пассивность	кубическая	0,29	0,084	Regression=14,491 P=0,000	B ₀ =-5,351 B ₁ =7,226 B ₂ =-2,079 B ₃ =0,201
Воздаяние за добро и зло	Эмоциональный компонент активности/пассивность	S	0,434	0,188	Regression=4,153 P=0,000	B ₀ =1,802 B ₁ =-1,833
Воздаяние за добро и зло	Конативный компонент активности/пассивность	кубическая	0,341	0,117	Regression=25,774 P=0,000	B ₀ =-2,131 B ₁ =4,186 B ₂ =-1,15 B ₃ =0,113
Воздаяние за добро и зло	Когнитивный компонент взаимности/независимости	кубическая	0,241	0,058	Regression=10,049 P=0,000	B ₀ =1,196 B ₁ =2,625 B ₂ =-0,928 B ₃ =0,095

Переменные		Тип зависимости	R	R ²	ANOVA	Коэффициенты
Независимая	Зависимая					
Воздаяние за добро и зло	Эмоциональный компонент взаимности/независимости	кубическая	0,093	0,09	Regression=1,284 P=0,000	$B_0=4,166$ $B_1=-0,572$ $B_2=0,166$ $B_3=-0,018$
Воздаяние за добро и зло	Конативный компонент взаимности/независимости	кубическая	0,093	0,09	Regression=1,027 P=0,000	$B_0=1,103$ $B_1=-2,091$ $B_2=-0,676$ $B_3=0,071$
Нравственность – сила личности	Когнитивный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	S	0,349	0,122	Regression=3,539 P=0,000	$B_0=1,473$ $B_1=-1,564$
Нравственность – сила личности	Эмоциональный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Квадратичная, кубическая, показательная, S	0,464	0,215	Regression=43,42 P=0,000	
Нравственность – сила личности	Конативный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	S	0,293	0,086	Regression=2,704 P=0,000	$B_0=1,353$ $B_1=-1,367$
Нравственность – сила личности	Когнитивный компонент активности/пассивность	кубическая	0,396	0,157	Regression=26,952 P=0,000	$B_0=0,382$ $B_1=1,82$ $B_2=-0,503$ $B_3=0,056$
Нравственность – сила личности	Эмоциональный компонент активности/пассивность	кубическая	0,459	0,211	Regression=46,326 P=0,000	$B_0=4,15$ $B_1=-2,151$ $B_2=0,89$ $B_3=-0,092$
Нравственность – сила личности	Конативный компонент активности/пассивность	кубическая	0,354	0,125	Regression=27,66 P=0,000	$B_0=5,674$ $B_1=-3,36$ $B_2=1,159$ $B_3=-0,113$

Нравственность – сила личности	Когнитивный компонент взаимности/независимости	кубическая	0,081	0,007	Regression=1,139 P=0,000	$B_0=3,707$ $B_1=-0,1$ $B_2=-0,078$ $B_3=0,016$
Нравственность – сила личности	Эмоциональный компонент взаимности/независимости	S	0,074	0,005	Regression=0,079 P=0,000	$B_0=1,271$ $B_1=-0,233$
Нравственность – сила личности	Конативный компонент взаимности/независимости	кубическая	0,182	0,033	Regression= P=0,000	$B_0=5,976$ $B_1=-2,447$ $B_2=0,655$ $B_3=-0,053$
Природа нравственности личности	Когнитивный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Линейная, квадратичная, кубическая	0,181	0,033	Regression=6,67 P=0,000	
Природа нравственности личности	Эмоциональный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Логарифмическая, гиперболическая, квадратичная, кубическая	0,169	0,029	Regression=5,8 P=0,000	
Природа нравственности личности	Конативный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Квадратичная, кубическая	0,159	0,025	Regression=5,1 P=0,000	
Природа нравственности личности	Когнитивный компонент активности/пассивность	Линейная, логарифмическая, гиперболическая, квадратичная, кубическая, степенная, показательная, S, рост, логистическая, экспоненциальная	0,006	0,000	Regression=0,007 P=0,000	
Природа нравственности личности	Эмоциональный компонент активности/пассивность	Квадратичная, кубическая	0,271	0,074	Regression=16,193 P=0,000	
Природа нравственности личности	Конативный компонент активности/пассивность	Квадратичная, кубическая	0,055	0,003	Regression=0,675 P=0,000	
Природа нравственности личности	Когнитивный компонент взаимности/независимости	Логарифмическая, гиперболическая	0,147	0,022	Regression=3,7 P=0,000	

Переменные		Тип зависимости	R	R ²	ANOVA	Коэффици- циенты
Независимая	Зависимая					
Природа нравственности личности	Эмоциональный компонент взаимности/незавимости	кубическая	0,102	0,01	Regression=1,54 P=0,000	B ₀ =2,681 B ₁ =0,175 B ₂ =-0,032
Природа нравственности личности	Конативный компонент взаимности/незавимости	кубическая	0,147	0,022	Regression=2,547 P=0,000	B ₀ =1,53 B ₁ =0,66 B ₂ =-0,014
Эгоцентрическая ориентация	Когнитивный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	кубическая	0,459	0,211	Regression=42,872 P=0,000	B ₀ =3,828 B ₁ =0,295 B ₂ =-0,3 B ₃ =0,034
Эгоцентрическая ориентация	Эмоциональный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	кубическая	0,325	0,106	Regression=21,358 P=0,000	B ₀ =3,472 B ₁ =0,941 B ₂ =-0,494 B ₃ =0,058
Эгоцентрическая ориентация	Конативный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Линейная, квадратичная, кубическая	0,44	0,194	Regression=39,36 P=0,000	
Эгоцентрическая ориентация	Когнитивный компонент активности/пассивность	Квадратичная, кубическая	0,172	0,029	Regression=5,07 P=0,000	
Эгоцентрическая ориентация	Эмоциональный компонент активности/пассивность	кубическая	0,277	0,077	Regression=16,874 P=0,000	B ₀ =1,933 B ₁ =2,765 B ₂ =-1,103 B ₃ =0,125
Эгоцентрическая ориентация	Конативный компонент активности/пассивность	кубическая	0,261	0,068	Regression=15,09 P=0,000	B ₀ =1,472 B ₁ =2,659 B ₂ =-0,996 B ₃ =0,106
Эгоцентрическая ориентация	Когнитивный компонент взаимности/незавимости	кубическая	0,334	0,111	Regression=19,298 P=0,000	B ₀ =1,546 B ₁ =1,352 B ₂ =-0,498 B ₃ =0,071

Эгоцентрическая ориентация	Эмоциональный компонент взаимности/незавимости	S	0,304	0,093	Regression=1,346 P=0,000	B ₀ =1,433 B ₁ =-0,646
Эгоцентрическая ориентация	Конативный компонент взаимности/незавимости	Квадратичная, кубическая	0,055	0,003	Regression=0,36 P=0,000	
Группоцентрическая ориентация	Когнитивный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Квадратичная, кубическая	0,141	0,2	Regression=4,03 P=0,000	
Группоцентрическая ориентация	Эмоциональный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	кубическая	0,099	0,01	Regression=1,996 P=0,000	B ₀ =-1,338 B ₁ =4,644 B ₂ =-1,443 B ₃ =0,143
Группоцентрическая ориентация	Конативный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	кубическая	0,116	0,014	Regression=2,75 P=0,000	B ₀ =-2,05 B ₁ =5,037 B ₂ =-1,655 B ₃ =0,172
Группоцентрическая ориентация	Когнитивный компонент активности/пассивность	Квадратичная, кубическая	0,094	0,009	Regression=1,53 P=0,000	
Группоцентрическая ориентация	Эмоциональный компонент активности/пассивность	S	0,1	0,01	Regression=0,221 P=0,000	B ₀ =1,403 B ₁ =-0,411
Группоцентрическая ориентация	Конативный компонент активности/пассивность	S	0,2	0,04	Regression=1,018 P=0,000	B ₀ =1,452 B ₁ =-0,882
Группоцентрическая ориентация	Когнитивный компонент взаимности/незавимости	кубическая	0,198	0,039	Regression=6,77 P=0,000	B ₀ =4,643 B ₁ =-2,262 B ₂ =0,851 B ₃ =-0,092
Группоцентрическая ориентация	Эмоциональный компонент взаимности/незавимости	кубическая	0,202	0,041	Regression=6,021 P=0,000	B ₀ =9,924 B ₁ =-7,028 B ₂ =-2,357 B ₃ =-0,249
Группоцентрическая ориентация	Конативный компонент взаимности/незавимости	кубическая	0,145	0,021	Regression=2,463 P=0,000	B ₀ =6,467 B ₁ =-3,771 B ₂ =1,329 B ₃ =-0,146

Переменные		Тип зависимости	R	R ²	ANOVA	Коэффици- циенты
Независимая	Зависимая					
Гуманистическая ориентация	Когнитивный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	кубическая	0,326	0,106	Regression=21,602 P=0,000	B ₀ =1,058 B ₁ =1,224 B ₂ =-0,349 B ₃ =0,042
Гуманистическая ориентация	Эмоциональный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	S	0,441	0,195	Regression=4,395 P=0,000	B ₀ =1,678 B ₁ =-1,611
Гуманистическая ориентация	Конативный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	кубическая	0,34	0,116	Regression=23,548 P=0,000	B ₀ =-3,186 B ₁ =4,902 B ₂ =-1,407 B ₃ =0,14
Гуманистическая ориентация	Когнитивный компонент активности/пассивность	кубическая	0,286	0,082	Regression=14,084 P=0,000	B ₀ =-1,122 B ₁ =3,747 B ₂ =-1,159 B ₃ =0,122
Гуманистическая ориентация	Эмоциональный компонент активность/пассивность	S	0,415	0,172	Regression=3,791 P=0,000	B ₀ =1,715 B ₁ =-1,496
Гуманистическая ориентация	Конативный компонент активность/пассивность	кубическая	0,388	0,151	Regression=33,33 P=0,000	B ₀ =-0,966 B ₁ =3,593 B ₂ =-1,106 B ₃ =0,121
Гуманистическая ориентация	Когнитивный компонент взаимности/невзаимности	кубическая	0,242	0,058	Regression=10,118 P=0,000	B ₀ =0,641 B ₁ =2,886 B ₂ =-0,943 B ₃ =0,091
Гуманистическая ориентация	Эмоциональный компонент взаимности/невзаимности	Квадратичная, кубическая	0,13	0,017	Regression=2,5 P=0,000	

Гуманистическая ориентация	Конативный компонент взаимности/невзаимности	кубическая	0,148	0,022	Regression=2,587 P=0,000	B ₀ =0,417 B ₁ =2,715 B ₂ =-0,87 B ₃ =0,091
Миросоцидательная ориентация	Когнитивный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	показательная	0,263	0,069	Regression=2,007 P=0,000	B ₀ =1,593 B ₁ =0,414
Миросоцидательная ориентация	Эмоциональный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	S	0,445	0,198	Regression=4,478 P=0,000	B ₀ =1,699 B ₁ =-1,925
Миросоцидательная ориентация	Конативный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Линейная, квадратичная, кубическая, показательная	0,145	0,021	Regression=4,253 P=0,000	
Миросоцидательная ориентация	Когнитивный компонент активности/пассивность	кубическая	0,372	0,138	Regression=23,821 P=0,000	B ₀ =0,410 B ₁ =1,708 B ₂ =-0,452 B ₃ =0,048
Миросоцидательная ориентация	Эмоциональный компонент активности/пассивность	кубическая	0,483	0,234	Regression=51,355 P=0,000	B ₀ =4,631 B ₁ =-2,388 B ₂ =0,852 B ₃ =-0,078
Миросоцидательная ориентация	Конативный компонент активности/пассивность	кубическая	0,445	0,198	Regression=43,715 P=0,000	B ₀ =7,111 B ₁ =-4,735 B ₂ =1,498 B ₃ =-0,137
Миросоцидательная ориентация	Когнитивный компонент взаимности/невзаимности	S	0,119	0,014	Regression=0,27 P=0,000	B ₀ =1,224 B ₁ =-0,473
Миросоцидательная ориентация	Эмоциональный компонент взаимности/невзаимности	S	0,214	0,046	Regression=0,667 P=0,000	B ₀ =1,398 B ₁ =-0,743
Миросоцидательная ориентация	Конативный компонент взаимности/невзаимности	кубическая	0,26	0,067	Regression=7,947 P=0,000	B ₀ =3,927 B ₁ =-1,068 B ₂ =0,33 B ₃ =0,042

Приложение 5.8. Регрессия элементов теоретической оболочки на элементы теоретического ядра

Переменные		R	R ²
Независимая	Зависимая		
Когнитивный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Происхождение нравственности, морали	0,316	0,100
Когнитивный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Значимость морали для общества	0,325	0,106
Когнитивный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Абсолютность/относительность	0,462	0,214
Когнитивный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Воздаяние	0,363	0,132
Когнитивный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Нравственность – сила личности	0,352	0,124
Когнитивный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Природа нравственности личности	0,181	0,033
Когнитивный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Эгоцентрическая ориентация	0,46	0,212
Когнитивный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Группоцентрическая ориентация	0,148	0,022
Когнитивный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Гуманистическая ориентация	0,322	0,104
Когнитивный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Миросозидательная ориентация	0,275	0,076
Эмоциональный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Происхождение нравственности, морали	0,275	0,076
Эмоциональный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Значимость морали для общества	0,309	0,096
Эмоциональный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Абсолютность/относительность	0,346	0,12
Эмоциональный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Воздаяние	0,434	0,189
Эмоциональный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Нравственность – сила личности	0,463	0,215
Эмоциональный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Природа нравственности личности	0,170	0,029
Эмоциональный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Эгоцентрическая ориентация	0,346	0,12
Эмоциональный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Группоцентрическая ориентация	0,07	0,005

Переменные		R	R ²
Независимая	Зависимая		
Эмоциональный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Гуманистическая ориентация	0,44	0,194
Эмоциональный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Миросозидательная ориентация	0,439	0,193
Конативный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Происхождение нравственности, морали	0,336	0,113
Конативный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Значимость морали для общества	0,298	0,089
Конативный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Абсолютность/относительность	0,396	0,157
Конативный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Воздаяние	0,407	0,166
Конативный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Нравственность – сила личности	0,306	0,094
Конативный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Природа нравственности личности	0,17	0,029
Конативный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Эгоцентрическая ориентация	0,45	0,203
Конативный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Группоцентрическая ориентация	0,137	0,019
Конативный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Гуманистическая ориентация	0,352	0,124
Конативный компонент обязательности соблюдения нравственных норм	Миросозидательная ориентация	0,164	0,027
Когнитивный компонент активности/пассивности	Происхождение нравственности, морали	0,181	0,033
Когнитивный компонент активности/пассивности	Значимость морали для общества	0,293	0,086
Когнитивный компонент активности/пассивности	Абсолютность/относительность	0,232	0,054
Когнитивный компонент активности/пассивности	Воздаяние	0,262	0,069
Когнитивный компонент активности/пассивности	Нравственность – сила личности	0,392	0,154
Когнитивный компонент активности/пассивности	Природа нравственности личности	0,1	0,01
Когнитивный компонент активности/пассивности	Эгоцентрическая ориентация	0,181	0,033
Когнитивный компонент активности/пассивности	Группоцентрическая ориентация	0,114	0,013

Переменные		R	R ²
Независимая	Зависимая		
Когнитивный компонент активности/пассивности	Гуманистическая ориентация	0,281	0,079
Когнитивный компонент активности/пассивности	Миросозидательная ориентация	0,372	0,139
Эмоциональный компонент активности/пассивности	Происхождение нравственности, морали	0,266	0,071
Эмоциональный компонент активности/пассивности	Значимость морали для общества	0,361	0,131
Эмоциональный компонент активности/пассивности	Абсолютность/относительность	0,184	0,034
Эмоциональный компонент активности/пассивности	Воздаяние	0,427	0,183
Эмоциональный компонент активности/пассивности	Нравственность – сила личности	0,479	0,23
Эмоциональный компонент активности/пассивности	Природа нравственности личности	0,279	0,078
Эмоциональный компонент активности/пассивности	Эгоцентрическая ориентация	0,266	0,071
Эмоциональный компонент активности/пассивности	Группоцентрическая ориентация	0,114	0,013
Эмоциональный компонент активности/пассивности	Гуманистическая ориентация	0,408	0,167
Эмоциональный компонент активности/пассивности	Миросозидательная ориентация	0,477	0,228
Конативный компонент активности/пассивности	Происхождение нравственности, морали	0,23	0,053
Конативный компонент активности/пассивности	Значимость морали для общества	0,225	0,051
Конативный компонент активности/пассивности	Абсолютность/относительность	0,141	0,02
Конативный компонент активности/пассивности	Воздаяние	0,352	0,124
Конативный компонент активности/пассивности	Нравственность – сила личности	0,353	0,125
Конативный компонент активности/пассивности	Природа нравственности личности	0,089	0,008
Конативный компонент активности/пассивности	Эгоцентрическая ориентация	0,256	0,066
Конативный компонент активности/пассивности	Группоцентрическая ориентация	0,212	0,045

Переменные		R	R ²
Независимая	Зависимая		
Конативный компонент активности/пассивности	Гуманистическая ориентация	0,374	0,14
Конативный компонент активности/пассивности	Миросозидательная ориентация	0,425	0,181
Когнитивный компонент взаимности/невзаимности	Происхождение нравственности, морали	0,228	0,052
Когнитивный компонент взаимности/невзаимности	Значимость морали для общества	0,248	0,062
Когнитивный компонент взаимности/невзаимности	Абсолютность/относительность	0,252	0,064
Когнитивный компонент взаимности/невзаимности	Воздаяние	0,266	0,071
Когнитивный компонент взаимности/невзаимности	Нравственность – сила личности	0,248	0,062
Когнитивный компонент взаимности/невзаимности	Природа нравственности личности	0,154	0,024
Когнитивный компонент взаимности/невзаимности	Эгоцентрическая ориентация	0,325	0,106
Когнитивный компонент взаимности/невзаимности	Группоцентрическая ориентация	0,197	0,039
Когнитивный компонент взаимности/невзаимности	Гуманистическая ориентация	0,331	0,11
Когнитивный компонент взаимности/невзаимности	Миросозидательная ориентация	0,279	0,078
Эмоциональный компонент взаимности/невзаимности	Происхождение нравственности, морали	0,158	0,025
Эмоциональный компонент взаимности/невзаимности	Значимость морали для общества	0,104	0,011
Эмоциональный компонент взаимности/невзаимности	Абсолютность/относительность	0,176	0,031
Эмоциональный компонент взаимности/невзаимности	Воздаяние	0,158	0,025
Эмоциональный компонент взаимности/невзаимности	Нравственность – сила личности	0,176	0,031
Эмоциональный компонент взаимности/невзаимности	Природа нравственности личности	0,114	0,013
Эмоциональный компонент взаимности/невзаимности	Эгоцентрическая ориентация	0,303	0,092
Эмоциональный компонент взаимности/невзаимности	Группоцентрическая ориентация	0,144	0,021

Переменные		R	R ²
Независимая	Зависимая		
Эмоциональный компонент взаимности/невзаимности	Гуманистическая ориентация	0,207	0,043
Эмоциональный компонент взаимности/невзаимности	Миросозидательная ориентация	0,256	0,066
Конативный компонент взаимности/невзаимности	Происхождение нравственности, морали	0,1	0,01
Конативный компонент взаимности/невзаимности	Значимость морали для общества	0,134	0,018
Конативный компонент взаимности/невзаимности	Абсолютность/относительность	0,109	0,012
Конативный компонент взаимности/невзаимности	Воздаяние	0,094	0,009
Конативный компонент взаимности/невзаимности	Нравственность – сила личности	0,141	0,02
Конативный компонент взаимности/невзаимности	Природа нравственности личности	0,181	0,033
Конативный компонент взаимности/невзаимности	Эгоцентрическая ориентация	0,144	0,021
Конативный компонент взаимности/невзаимности	Группоцентрическая ориентация	0,122	0,015
Конативный компонент взаимности/невзаимности	Гуманистическая ориентация	0,17	0,029
Конативный компонент взаимности/невзаимности	Миросозидательная ориентация	0,254	0,065

Приложение 6

Модифицированная методика А. Б. Купрейченко «Отношение к соблюдению нравственных норм в деловой сфере»

Уважаемые господа! Институт психологии РАН предлагает вам принять участие в исследовании, посвященном изучению взаимоотношений в бизнес-среде.

Все вопросы анкеты относятся к основным группам людей, с которыми вы непосредственно взаимодействуете в процессе своей деятельности как руководитель: совладельцы предприятия, непосредственные руководители, клиенты, поставщики и др. деловые партнеры, сотрудники предприятия.

Исследование анонимное, результаты будут использованы только в научных целях.

Инструкция

1. Из предложенных трех вариантов ответов выберите, пожалуйста, один, наиболее характерный для вас как для руководителя и поставьте букву выбранного ответа в столбце под № 1.
2. В столбце под № 2 поставьте букву выбранного ответа, наиболее характерного для типичного, с вашей точки зрения, руководителя.
3. В столбце под № 3 поставьте букву выбранного ответа, наиболее характерного для идеального, с вашей точки зрения, руководителя.

№ п/п	Высказывания	1	2	3
1	Если я уверен, что мой партнер – правдивый человек: а) у меня во многом развязаны руки; б) я буду иногда контролировать его действия, чтобы не вводить партнера в соблазн – обмануть меня; в) это дает мне возможность строить отношения на долгосрочной основе.			
2	Вам случалось давать ложную информацию ради спасения невиновного: а) крайне редко; б) если это хороший человек; в) потому что считаю это справедливым.			
3	Если человек, с которым я связан по работе, исповедует другую религию: а) в некоторых случаях меня это настораживает; б) то это меня несколько не волнует; в) отнесусь к этому с должным уважением.			
4	Вы в долгу перед кем-либо, ваши отношения осложнились по его вине, но сейчас он нуждается в помощи: а) тем хуже для него; б) помогу после его просьбы; в) сам предложу помощь.			
5	Выйти за рамки личных симпатий и антипатий в кадровых назначениях: а) невозможно в принципе; б) довольно трудно; в) абсолютно необходимо.			
6	Вам случалось приукрашивать информацию о себе при общении: а) крайне редко; б) потому, что это реклама; в) потому что так поступают все.			
7	Когда помехой делу становится давний компаньон: а) избавлюсь от него; б) избавлюсь, но буду выплачивать дивиденды; в) найду ему новое занятие в общем деле, где он будет полезен.			
8	Мелкие человеческие недостатки меня: а) раздражают; б) мало беспокоят; в) привлекают – в этом богатство жизни.			
9	Я думаю, что отвечать за благосостояние своих подчиненных: а) должны сами подчиненные; б) при определенных условиях может отвечать руководитель; в) долг руководителя.			

10	Отстаивая свою правоту, вы можете: а) уступить более авторитетному оппоненту; б) уступить, если это не жизненно важно; в) не уступаю никогда.			
11	Вам не удалось выполнить обязательства. Вы скроете истинные причины: а) если это повредит другим людям; б) если это обидит партнера; в) если это повредит моему имиджу.			
12	Вы признаете право на равное вознаграждение: а) если это оговорено в документах; б) если внесли равный вклад; в) если партнер больше нуждается в настоящее время.			
13	Человек, который по-другому мыслит: а) должен быть удален из организации; б) должен уметь логически обосновывать и убеждать; в) бывает весьма полезен для дела.			
14	Как правило, я беру на себя ответственность: а) если это оговорено официально; б) если обратятся с просьбой; в) за все, что происходит на предприятии.			
15	Существуют ли неприемлемые лично для вас виды бизнеса? Примете ли вы в них участие: а) если это очень выгодно; б) если моя роль не противоречит моим принципам; в) нет, даже в исключительных ситуациях.			

Спасибо за участие в исследовании!

Приложение 7

Корреляции отношения к труду с трудовыми ценностями, нравственными стратегиями, отношением к унижительным формам труда

Ниже приводятся данные только статистически значимых корреляций ($p \leq 0,05$).

Для тех, кто рассматривает труд как тяжкое бремя, связанное с удовлетворением насущных потребностей, важны такие трудовые ценности, как стабильность и безопасность. Они придерживаются стратегии пассивности в нравственном поведении на когнитивном уровне, но при этом на эмоциональном уровне склонны к стратегии активности.

Те, кто не ориентирован на помощь обществу, творческий потенциал и точность в труде, рассматривают труд как возможность саморазвития и самореализации. Если первая в этой взаимосвязи ценность может быть объяснена некоторой долей эгоистичности таких людей, то отсутствие у человека, стремящегося к саморазвитию, склонности к творчеству и точности вызывает удивление и требует, по-видимому, более подробного изучения. Также обнаружена взаимосвязь между отношением к труду как к возможности саморазвития и эмоциональной приверженностью стратегии необязательности соблюдения нравственных норм (удовольствие от нарушения норм, отсутствие угрызений совести и т. д.), что подтверждает эгоистическую составляющую личности такого типа.

Те немногие, для кого труд – обязанность перед обществом, ориентированы на приращение знания. Однако если проанализировать взаимосвязь такой позиции по отношению к труду с представлениями об унижительных видах труда, оказывается, что есть такая работа, которая унижительна для личности – неинтересная и «отупляющая», т. е. хотя это и обязанность, пусть она будет интересная! Из этого можно сделать вывод, что приверженность этих людей так называемой «трудовой морали советского периода» не интериоризи-

рована, а носит больше внешний характер. При этом они не склонны вознаграждать других за добрые дела. Можно предположить, что, по их мнению, хорошие поступки совершаются из чувства долга и поэтому не нуждаются в дополнительной стимуляции.

Работать в одиночку (самостоятельно) важно для тех, кто, имея достаточно денег, все равно работал бы. Такое отношение к труду коррелирует с эмоциональной приверженностью стратегии необязательности соблюдения нравственных норм.

Те, кто не ищут в работе приключений или помощи другим, уверены, что хорошему специалисту легко найти себе работу. Такое отношение к труду взаимосвязано с приверженностью стратегии обязательности соблюдения нравственных норм на когнитивном уровне.

Приложение 7.1. Корреляции (значимые) отношения к труду с трудовыми ценностями, нравственными стратегиями, отношением к унижительным формам труда

Отношение к труду	Трудовые ценности
Бремя	Стабильность, безопасность
Развитие	Не помощь обществу, не творческий потенциал, не точность
Обязанность	Знания
Все равно работал бы	Работа в одиночку
Легко найти работу	Не помощь другим, не приключения
	Нравственные стратегии и отдельные их показатели
Бремя	Когнитивный компонент пассивности в нравственном поведении, эмоциональный компонент активности в нравственном поведении <i>Не согласны с тем, что не следует вмешиваться в чужие дела в этически сложных ситуациях, испытывают негативные эмоции, если видят нарушение нравственных норм в отношении посторонних людей</i>
Развитие	Эмоциональный компонент необязательности соблюдения нравственных норм <i>Можно поступиться нравственными нормами, если об этом никто не узнает, не испытывают удовлетворения, когда поступают нравственно в этически сложной ситуации, не сожалеют и не испытывают угрызений совести, если случается поступить не вполне нравственно, считают, что нарушение норм приносит больше удовольствия, чем их соблюдение</i>
Обязанность	<i>Не стараются вознаграждать людей за добрые поступки</i>

Все равно работал бы	Эмоциональный компонент необязательности соблюдения нравственных норм <i>Не испытывают удовлетворения, когда поступают нравственно в этически сложной ситуации, не стараются бороться со злом и безнравственным поведением окружающих людей, испытывают разочарование, если не удастся отплатить обидчику</i>
Легко найти работу	Когнитивный компонент обязательности соблюдения нравственных норм <i>Не согласны с тем, что можно поступиться нравственными нормами, если об этом никто не узнает</i>
	Отношение к унизительным видам труда
Обязанность	Работа неинтересная и «отупляющая» унизительна

Рассмотрение взаимосвязей между отношением к труду и трудовыми ценностями, а также нравственными стратегиями и отношением к унизительным формам труда отдельно у студентов экономического и у студентов гуманитарного вуза может дать гораздо больше для понимания того, какие нравственно-трудовые качества будущих специалистов формируются в этих вузах, чем простой поиск различий по конструктам, включенным в программу исследования.

Среди студентов-менеджеров экономического вуза, для тех, кто рассматривает труд как тяжелое бремя ради удовлетворения насущных потребностей, особо важны трудовые ценности безопасности и отсутствия ответственности за работу других людей. Похоже, что для этого типа людей важно минимизировать зону личной ответственности, так как им тяжело в работе (и, возможно, в жизни тоже). Здесь, как и на общей выборке, обнаруживается взаимосвязь отношения к труду как к бремени и рассмотрение неинтересной и «отупляющей» работы как унизительной для личности.

Те же, кто рассматривает труд как обязанность перед обществом, выбирают ценности приращения знаний в труде и не быть в сообществе (под этим авторы опросника понимают работу близко к дому, участие в общественных делах). Можно сказать, что в этой подгруппе студентов сильны тенденции к индивидуализму. Это предположение подкрепляют корреляции с утверждениями, относящимися к нравственным стратегиям: не испытывают удовлетворения от нравственных поступков, не хотят бороться со злом, достаточно не совершать зла самим (на бытовом языке это позиция «Моя хата с краю»).

Готовность работать, даже если будет достаточно средств к существованию, обратно связана с ценностью помощи обществу (улучшение мира в понимании авторов опросника). Эти люди склонны к стратегии необязательности соблюдения нравственных норм

как на эмоциональном, так и на конативном уровне, что согласуется с незначимостью для них «улучшения мира».

Те, кто уверены, что хорошему специалисту легко найти работу, ценят в труде нравственность, но при этом корреляция с ценностью помощи другим у них отрицательная. Вероятно, их нравственная позиция отлична от общепринятой, для них важно, чтобы их трудовая деятельность согласовывалась именно с такой, специфической позицией. Такое отношение к труду коррелирует со стратегией пассивности в нравственном поведении на когнитивном уровне (нет стремления бороться со злом, поощрять нравственное поведение окружающих), однако поступиться нравственными нормами, когда об этом никто не узнает, такие люди не могут.

На выборке студентов экономического вуза не было обнаружено статистически значимых корреляций между отношением к труду как возможностью для самореализации и какими-либо трудовыми ценностями, нравственными стратегиями и их компонентами, видами унизительного для личности труда.

Приложение 7.2. Корреляции (значимые) отношения к труду с трудовыми ценностями, нравственными стратегиями, отношением к унизительным формам труда у студентов экономического вуза

Отношение к труду	Трудовые ценности
Время	Не ответственность, безопасность
Обязанность	Знания, не сообщество
Все равно работал бы	Не помощь обществу
Легко найти работу	Не помощь другим, нравственность
	Нравственные стратегии и отдельные их показатели
Обязанность	<i>Не испытывают удовлетворение, когда поступают нравственно в этически сложной ситуации, не согласны с тем, что важно не только самому соблюдать нравственные нормы, но и способствовать соблюдению их окружающими, не готовы творить добро и бороться со злом, для них достаточно просто не совершать зла</i>
Все равно работал бы	Эмоциональный компонент необязательности соблюдения нравственных норм, конативный компонент необязательности соблюдения нравственных норм <i>Иногда могут нарушить нравственные нормы, особенно в отношении тех, кто не нравится, не готовы следовать нормам, если это крайне невыгодно для них, испытывают разочарование, если не удастся отплатить обидчику</i>

Легко найти работу	Когнитивный компонент пассивности в нравственном поведении <i>Не согласны с тем, что можно поступиться нравственными нормами, если об этом никто не узнает</i>
	Отношение к унизительным видам труда
Обязанность	Работа неинтересная и «отупляющая» унизительна

Будущие менеджеры из гуманитарного вуза, рассматривающие труд как бремя, связанное с удовлетворением насущных потребностей, ценят в трудовой деятельности стабильность и возможность принятия решений. Такое отношение к труду взаимосвязано со стратегией пассивности в нравственном поведении на когнитивном уровне.

Понимание труда как возможности для самореализации связано с ценностью работы в одиночку, но при этом корреляции с ценностями творческого потенциала и помощи обществу отрицательные. Последнее согласуется со взаимосвязью такого отношения к труду и стратегии необязательности соблюдения нравственных норм на эмоциональном уровне. Понимание труда как возможности для развития коррелирует с представлением о том, что работа во вредных и физически тяжелых условиях унизительна для личности.

Обнаружена связь отношения к труду как обязанности человека перед обществом и стратегии обязательности соблюдения нравственных норм на эмоциональном уровне, а также стратегии активности в нравственном поведении на когнитивном уровне. В обобщенном виде такая позиция личности может быть охарактеризована как активная и просоциальная. При этом работа с неадекватно низкой оплатой рассматривается как унизительная. Вероятно, такой тип людей хочет уважения к своему труду и признания его в виде достойной оплаты, а если оплата низкая, есть сомнения в том, что эта работа действительно нужна обществу.

Обнаружены взаимосвязи готовности к трудовой деятельности, даже когда денег достаточно, и ценностей свободного времени и отсутствия физических нагрузок. Также установлены связи с такими показателями нравственных стратегий, как умение бороться со злом его методами, чувство разочарования в случае неудавшейся мести, отсутствие стремления бороться с безнравственным поведением окружающих, т. е. присутствует тенденция к автономизации и приверженность закону талиона («Ты меня не трогай, и я тебя не трону, но если тронешь...»).

Представление о том, что хорошему специалисту легко найти работу, имеет обратную корреляцию с убеждением в том, что работа, вызывающая презрение окружающих, унизительна для личности.

Взаимосвязей такого отношения к труду с какими-либо нравственными стратегиями и трудовыми ценностями найдено не было.

Приложение 7.3. Корреляции (значимые) отношения к труду с трудовыми ценностями, нравственными стратегиями, отношением к унизительным формам труда у студентов гуманитарного вуза

Отношение к труду	Трудовые ценности
Бремя	Принятие решений, стабильность
Развитие	Не помощь обществу, работа в одиночку, не творческий потенциал
Все равно работал бы	Не физические нагрузки, свободное время
	Нравственные стратегии и отдельные их показатели
Бремя	Когнитивный компонент пассивности в нравственном поведении <i>Не согласны с тем, что не следует вмешиваться в чужие дела и в этически сложных ситуациях каждый имеет право поступать так, как считает нужным, а также стараются вознаградить людей за добрые поступки</i>
Развитие	Эмоциональный компонент необязательности соблюдения нравственных норм <i>Не испытывают удовлетворение, когда поступают нравственно в этически сложной ситуации, согласны с тем, что иногда нарушение норм приносит больше удовлетворения, чем их соблюдение, не согласны, что не делая добра, нельзя быть счастливым, не согласны с тем, что нужно одобрять нравственное поведение, т. к. это способствует его развитию</i>
Обязанность	Эмоциональный компонент обязательности соблюдения нравственных норм, когнитивный компонент активности в нравственном поведении <i>Не согласны с тем, что иногда нарушение норм приносит больше удовлетворения, чем их соблюдение, не испытывают разочарования, когда не удается отплатить обидчику,</i>
Все равно работал бы	<i>Не стараются бороться со злом и безнравственным поведением окружающих, испытывают разочарование, если не удается отплатить обидчику, у них получается бороться со злом его методами</i>
	Отношение к унизительным видам труда
Развитие	Работа во вредных и физически тяжелых условиях унизительна
Обязанность	Работа с неадекватно низкой оплатой унизительна
Легко найти работу	Работа, вызывающая презрение окружающих, не унизительна

Приложение 8

Модифицированная методика для изучения психологических показателей эффективности рекламы А. Е. Воробьевой и А. Б. Купрейченко

Уважаемые дамы и господа! Возьмите, пожалуйста, изображение рекламного плаката и внимательно посмотрите на него. Оцените, пожалуйста, свои впечатления по нижеприведенным характеристикам по 5-балльной шкале, где цифра 1 соответствует максимальному проявлению характеристики, приведенной слева, а цифра 5 – максимальному проявлению характеристики, приведенной справа. Будьте, пожалуйста, внимательны: номер, который указан на изображении, должен соответствовать номеру графы. На первом и втором изображении необходимо оценить плакат справа, на третьем – плакат снизу, остальные изображения содержат каждый по одному плакату, оценки которого вам нужно записать в таблицу.

Порядочная	Непорядочная						
Правдивая	Заведомо ложная						
Расскажу другим о рекламе	Не расскажу о рекламе						
Хочется больше узнать о рекламируемом товаре/услуге	Не хочется больше узнать о рекламируемом товаре/услуге						
Вызывает желание воспользоваться товаром/услугой	Не вызывает желание воспользоваться товаром/услугой						

1 балл	5 баллов	1	2	3	4	5	6
Притягивающая	Отталкивающая						
Враждебная	Дружественная						
Волнующая	Успокаивающая						
Огорчающая	Радующая						
Скучная	Интересная						
Профессиональная	Непрофессиональная						
Вызывает доверие	Не вызывает доверия						
Запоминающаяся	Незапоминающаяся						
Оригинальная	Неоригинальная						
Простая	Сложная						
Недвусмысленная	Двусмысленная						
Хорошая	Плохая						
Приемлемая	Неприемлемая						
Легальная	Нелегальная						

Приложение 9

Корреляции теста Кеттелла с опросником нравственного самоопределения личности (N=250) (по данным Е. Ю. Стрижова)

Шкалы опросника «Нравственное само- определение личности»	A	B	C	E	F	G	H	I	L	M	N	O	Q1	Q2	Q3	Q4
1.1. Происхождение нравственности	0,142	0,052	0,105	0,101	0,047	-0,172	0,093	0,124	-0,057	0,178	-0,096	-0,161	0,193	0,037	0,045	-0,025
1.2. Значимость морали, нравственности для общества	0,113	-0,086	0,033	-0,017	-0,084	0,108	0,019	0,087	-0,13	0,09	0,091	0,017	-0,02	-0,103	0,16	0,066
1.3. Абсолютность/отно- сительность нравст- венности	0,059	0,112	0,042	0,065	-0,047	0,035	-0,021	-0,034	-0,017	0,12	-0,016	-0,034	0,047	-0,019	0,14	-0,051
1.4. Воздаяние за добро и зло	0,187	-0,127	0,029	-0,066	-0,059	0,14	0,037	0,231*	0,072	-0,088	0,065	0,028	-0,127	-0,117	0,159	0,087
1.5. Представление о нравственности как о силе или слабос- ти личности	0,021	-0,023	-0,031	-0,048	-0,164	0,066	-0,1	-0,024	-0,084	0,11	0,038	0,011	-0,075	0,1	0,182	-0,069
1.6. Природа нравствен- ности личности	0,079	0,063	-0,02	0,127	-0,048	-0,069	-0,043	-0,006	-0,071	0,035	0,023	0,023	0,052	0,064	-0,109	-0,017

Шкалы опросника «Нравственное само- определение личности»	A	B	C	E	F	G	H	I	L	M	N	O	Q1	Q2	Q3	Q4
2.1. Принятие стратегии обязательного соблю- дения нравственных норм	0,022	-0,024	0,03	0,039	-0,222*	0,244*	0,096	0,032	0,11	-0,07	0,022	-0,15	0,024	-0,044	0,185	0,008
2.2. Принятие стратегии активности в соблю- дении нравственных норм	0,157	0,075	0,045	-0,011	-0,161	0,194	0,149	0,056	0	-0,033	-0,071	-0,189	0,228*	-0,091	0,39**	-0,097
2.3. Принятие стратегии взаимности в этичес- ком поведении	-0,021	0,044	0,083	0,135	-0,017	-0,181	0,058	-0,076	0,02	0,08	-0,045	-0,157	-0,072	-0,11	-0,034	-0,109
3.1. Эгоцентрическая ори- ентация личности	-0,138	0,053	-0,216	0,119	0,01	0,09	-0,023	-0,06	0,186	-0,171	0,007	0,085	-0,094	-0,052	0,079	0,08
3.2. Группоцентрическая ориентация личности	0,056	-0,088	0,091	-0,102	-0,006	0,261*	0,008	-0,039	-0,011	-0,129	-0,028	0,044	-0,025	0,022	0,251*	-0,129
3.3. Гуманистическая ориентация личности	0,13	0,077	0,112	-0,036	-0,002	0,056	0,066	0,031	-0,084	0,002	-0,061	-0,115	0,073	-0,232*	0,218	-0,048
3.4. Миросоциальная ориентация	0,074	-0,036	-0,01	0,129	-0,18	0,235*	0,051	0,058	0,097	0,002	-0,046	-0,093	0,029	0,018	0,396**	0,031

Примечание: * – корреляция значима на уровне $p=0,01$; ** – корреляция значима на уровне $p=0,05$.

Приложение 10
Корреляции теста Шмелева
с опросником нравственного самоопределения личности (N=81)
(по данным Е. Ю. Стрижова)

Шкалы опросника «Нравственное самоопределение личности»	МД	A	B	C	E	F	G	H	I	L	M	N	O	Q1	Q2	Q3	Q4
1.1. Происхождение нравственности	0,105	0,071	-0,158	-0,189	-0,344*	0,158	-0,133	0,276	-0,208	-0,045	0,407**	0,129	-0,122	-0,039	0,232	0,15	0,394**
1.2. Значимость морали, нравственности для общества	0,138	0,266	-0,008	0,013	-0,161	0,056	-0,072	0,075	0,036	-0,073	0,199	-0,01	0,009	-0,024	0,063	-0,071	0,06
1.3. Абсолютность/относительность нравственности	0,142	0,043	-0,181	-0,072	-0,277	0,254	-0,098	0,259	0,152	-0,204	0,335*	0,093	-0,337*	0,05	0,211	0,11	0,144
1.4. Воздаяние за добро и зло	0,114	0,117	0,063	-0,102	-0,22	0,169	-0,019	0,132	-0,005	-0,028	0,297*	-0,086	-0,053	0,059	0,18	-0,146	0,27
1.5. Представление о нравственности как о силе или слабости личности	0,074	0,193	-0,016	0,212	-0,006	-0,129	-0,078	-0,009	-0,006	-0,04	0,053	0,074	0,098	0,089	-0,133	-0,027	-0,009

1.6. Природа нравственности личности	-0,064	-0,032	-0,109	0,051	-0,422**	0,401**	0,082	0,026	0,287*	-0,143	0,423**	-0,128	-0,084	-0,11	0,107	0,002	-0,09
2.1. Принятие стратегий обязательного соблюдения нравственных норм	-0,194	0,151	-0,181	0,022	-0,381**	0,437**	0,106	0,228	0,112	-0,161	0,101	-0,09	-0,144	-0,135	0,424**	-0,056	0,234
2.2. Принятие стратегии активности в соблюдении нравственных норм	0,043	-0,249	0,13	0,051	-0,097	-0,223	-0,064	-0,093	-0,062	0,074	0,033	-0,193	0,161	0,032	-0,107	-0,101	0,028
2.3. Принятие стратегии взаимности в этическом поведении	0,092	-0,298*	-0,19	0,04	0,051	0,192	-0,101	-0,012	0,164	-0,328*	-0,038	0,13	-0,371**	-0,166	0,104	0,171	0,081
3.1. Эгоцентрическая ориентация личности	1	-0,14	0,107	0,062	0,05	0,281*	0,176	-0,018	0,125	-0,173	-0,11	0,01	-0,025	-0,032	0,365**	-0,156	-0,085
3.2. Группоцентрическая ориентация личности	0,549**	0,021	-0,206	-0,18	-0,480**	0,21	-0,234	-0,007	-0,032	-0,132	0,284*	0,039	-0,292*	0,056	0,380**	-0,036	0,176
3.3. Гуманистическая ориентация личности	0,525**	-0,004	-0,1	0,032	-0,484**	0,436**	-0,071	0,22	0,066	-0,127	0,217	0,012	-0,128	0,159	0,495**	0,004	0,126
3.4. Милосозидательная ориентация	0,566**	0,179	-0,077	0,044	-0,275	0,057	-0,183	0,195	-0,026	-0,189	0,404**	0,14	-0,065	0,07	0,114	0,035	0,448**

Примечание: * – корреляция значима на уровне $p=0,01$; ** – корреляция значима на уровне $p=0,05$.

Сведения об авторах

Купрейченко Алла Борисовна, доктор психологических наук, профессор, ведущий научный сотрудник НИУ ВШЭ, ведущий научный сотрудник ИП РАН

Воробьева Анастасия Евгеньевна, кандидат психологических наук, научный сотрудник ИП РАН
