

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАУК
ИНСТИТУТ ПСИХОЛОГИИ

ПРОБЛЕМЫ НРАВСТВЕННОЙ И ЭТИЧЕСКОЙ ПСИХОЛОГИИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Ответственный редактор
М. И. Воловикова



Издательство
«Институт психологии РАН»
Москва – 2011

УДК 159.9

ББК 88

П 78

Все права защищены.

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

П 78 Проблемы нравственной и этической психологии в современной России / Отв. ред. М. И. Воловикова. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2011. – 320 с. (Труды Института психологии РАН)

ISBN 978-5-9270-0214-6

УДК 159.9

ББК 88

В коллективной монографии предпринята попытка концентрированно-го изложения проблем нравственной психологии – новой отрасли науки, которая особенно актуальна в период поиска нравственного идеала и перспектив развития современного российского общества. Эту книгу характеризует широкий охват затронутых проблем, глубина анализа, оригинальность подхода, многоаспектность освещения материала.

© Учреждение Российской академии наук
Институт психологии РАН, 2011

ISBN 978-5-9270-0214-6

О. Е. Серова

Нравственные начала психологической реальности
в учении И. В. Киреевского 162

Н. В. Борисова, А. А. Гостев

Духовно-нравственное становление личности
в философско-психологическом наследии
Ивана Александровича Ильина 181

Раздел 3. Исследования нравственного состояния современного российского общества

Е. Ю. Стрижов

Социально-психологическая модель
нравственно-правовой надежности личности 205

Е. П. Ермолаева

Социально-нравственные аспекты
реализации профессионала в науке 226

Н. Я. Большунова

Социокультурное становление
как основа духовно-нравственного развития
дошкольников в формах детской субкультуры 243

А. С. Чернышев

Социально-психологические условия формирования
духовно-нравственной основы мироощущения
и социального самоопределения современной
учащейся молодежи 258

А. Е. Воробьева, А. Б. Купрейченко

Стадии нравственного самоопределения молодежи 274

М. И. Воловикова, Л. Л. Дикевич

Динамика представлений русских о нравственном идеале ... 298

Сведения об авторах 319

СТАДИИ НРАВСТВЕННОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ МОЛОДЕЖИ

А. Е. Воробьева, А. Б. Купрейченко

Постановка проблемы. Периоды нестабильности в обществе сопровождаются изменением и неустойчивостью системы ценностей и норм в индивидуальном и групповом сознании. 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, а также на взрослых, находящихся в состоянии кризиса или не достигших социально-психологической зрелости. Изменившаяся социальная ситуация вынуждает индивида самоопределяться в новых условиях.

Анализ феномена самоопределения является предметом исследований К. А. Абульхановой, И. И. Басхаевой, Л. И. Божович, Т. М. Буякас, М. Р. Гинзбурга, В. В. Гулякиной, А. Л. Журавлева и А. Б. Купрейченко, С. А. Иванушкиной, С. А. Калашниковой, Л. М. Карнозовой, Е. А. Климова, Т. В. Кудрявцева, Л. А. Наумовой, И. А. Оботуровой, О. В. Овчинниковой, А. К. Осницкого, С. Н. Пряжникова, С. Л. Рубинштейна, В. Ф. Сафина и Г. П. Никова, Г. С. Прыгина и В. П. Фарютина, М. Г. Угаровой, Д. И. Фельдштейна, А. С. Чернышова и др. На сегодняшний день подходы к исследованию феномена самоопределения (его структуры, компонентов) весьма разрознены, не все виды самоопределения одинаково хорошо изучены (малоизученными остаются гражданское, политическое, правовое, культурное, экономическое, нравственное и др. виды самоопределения).

К проблеме нравственного самоопределения в своих работах обращались многие современные философы и психологи: 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. Согласно нашему пониманию, *нравственное самоопределение* – процесс поиска субъектом своего способа

жизнедеятельности с системе отношений нравственности, включающий ориентацию в системе нравственных идеалов и ценностей, среди людей и социальных групп, являющихся их носителями, а также выбор и создание собственных нравственных эталонов и идеалов, а затем на их основе – принципов, ценностей и норм. Создание нравственных эталонов и идеалов может осуществляться с преобладанием внешней детерминации (формирование, обучение, воспитание) или же внутренней (творение, созидание, конструирование).

Молодежь – наиболее восприимчивая ко всему новому, наиболее активная и мобильная, но все еще подверженная негативному воздействию возрастная категория. Неслучайно юношеский возраст выделяется многими исследователями как сенситивный этап нравственного развития личности (Орехова, 2006; Фельдштейн, 1996). По мнению Н. Д. Зотова, способность к самоопределению в отношении моральных требований формируется к 17–19 годам (Зотов, 1984). Нравственность – базовая характеристика личности, поэтому от того, каким будет нравственное самоопределение современной молодежи, зависит будущее моральное состояние общества. Значимость проблемы определила цель исследования – анализ стадий нравственного самоопределения молодежи в возрасте от 18 до 35 лет.

Концептуальные основы исследования. Теоретическими основаниями работы выступили исследования нравственных представлений, выполненные М. И. Воловиковой, Е. О. Голынчик, О. А. Гулевич, Л. Л. Дикевич, Т. П. Емельяновой, Л. М. Поповым, Л. М. Сосниной и др., а также подходы к понятию нравственного развития личности Л. И. Анцыферовой, Л. В. Беляевой и И. Л. Зеленковой, А. Блази, Б. С. Братуся, Н. Д. Зотова, Л. Колберга, Г. Наннер-Винклер, Р. В. Овчаровой и Н. В. Мельниковой, М. Оссовской, С. П. Парамоновой, Ж. Пиаже, К. К. Платонова, Т. Н. Сахаровой, Е. В. Субботского, Л. В. Темновой, В. А. Токаревой, А. А. Хвостова и др.

Важной задачей является анализ периодов, этапов и факторов нравственного становления индивида в течение всей жизни. В известной нам литературе не было обнаружено единой периодизации нравственного самоопределения, охватывающей весь период от рождения до смерти, поэтому ниже будут представлены периодизации разных авторов, охватывающие разные временные отрезки жизни человека. В научном сообществе продолжают 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, установленным взрослыми или Богом и считающимися фиксированными и абсолютными; нравственные суждения ребенка при этом основываются на последствиях, величине ущерба от поступка. Затем начинается переходный период от одного типа морали к другому (до 11 лет), развивается вера в эгалитаризм, уменьшается вера в имманентную справедливость. С 11–12 лет убеждения в чисто эгалитарной справедливости смягчаются представлениями о справедливости высшего типа, учитывающей специфику ситуации. Процесс перехода завершается нравственной автономией (правила рассматриваются как изобретения людей, созданные равноправными участниками взаимодействия ради сотрудничества и подлежащие изменению при условии всеобщего согласия; нравственные суждения основываются на намерениях, мотивах поступка) (Piaget, 1965).

Е. В. Субботский в своем исследовании 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 выполнение (Субботский, 1986). С возрастом все большую важность приобретает необходимость внутреннего принятия норм для применения их в повседневной жизни (там же).

Р. В. Овчарова и Н. В. Мельникова, подробно изучив динамику развития нравственной сферы личности (НСЛ) в дошкольном возрасте, отмечают, что 4-летнему возрасту соответствует неморальный уровень НСЛ, 5-летнему – доморальный уровень НСЛ, 6-летнему – конвенциональный уровень НСЛ, 7-летнему – автономный уровень НСЛ (Овчарова, Мельникова, 2008).

Л. Колберг выделял шесть стадий развития моральных суждений, соответствующих трем принципиально разным их уровням: 1) послушание и ориентация на наказание (преобладает в возрасте до 7 лет); 2) индивидуализм и обмен (становится преобладающей наряду с предыдущей стадией в возрасте от 7 до 10 лет); 3) хорошие межличностные отношения (становится преобладающей наряду со следующей стадией в возрасте от 10 до 13 лет); 4) сохранение социального порядка (становится преобладающей наряду с предыдущей стадией в возрасте от 13 до 16 лет, а безоговорочное доминирование этой стадии 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 (Kohlberg, 1963).

А. А. Хвостов 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 в своем моральном сознании от них 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, чем к 45 годам.

Хвостов отмечает, что более точные данные относительно близости возрастных групп и определения границы моральной «молодости» требуют более дробного разделения на возрастные категории. Также было обнаружено, что чисто возрастные тенденции у пожилого возраста (после 60 лет) не особенно выражены. Более очевидно изменение моральных принципов, способов решения моральных конфликтов, и особенно эмоциональной сферы, в зависимости от фактора занятости. Неработающие пенсионеры отличаются от остальных потребностью в оценке их окружающими, но менее настроены на познание как интеллектуальное, так и эстетическое. Они также придерживаются принципа талиона. Работающие пенсионеры более, нежели лица среднего возраста, склоняются в ряде случаев к некоторым сомнительным действиям ради цели (Хвостов, 2005).

Т. Н. Сахарова, рассматривая нравственную сферу личности в пожилом возрасте в русле акмеологического подхода, определяет потенциал этого этапа развития как обретение 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 исследовании были установлены следующие особенности эмоционально-нравственной сферы людей пожилого

возраста: стремление к защищенности, убеждения в ценности порядочности и добра, выраженная альтруистическая направленность наряду с невысокой терпимостью, индивидуализмом и жесткими принципами в отношении с другими (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) подлежит 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 этих сексуальных коннотаций, хотя в действительности демонстрировали приверженность к 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).

Многие авторы придерживаются позиции, что нравственное развитие и самоопределение осуществляются в течение всего жизненного пути личности (Николаичев, 1976; Токарева, 1991). Их стадии обусловлены не столько возрастом индивида, сколько степенью достигнутой им зрелости (интеллектуальной, профессиональной, экономической, гражданской, эмоциональной, нравственной, социально-психологической и др.). Большое влияние на нравственное самоопределение оказывает также то, какие нормативные и ненормативные жизненные события произошли с данным индивидом к определенному, интересующему исследователя возрасту.

К ключевым событиям периода взрослости 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, Зыкин, 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 тем 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, способным коренным образом изменить его последующую жизнь. В период ранней взрослости (20–40 лет) готовность к вступлению в брак обуславливается сформированной способностью к установлению близких доверительных отношений, потребностью в проявлении в отношении кого-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 периода взрослости характерно продолжение начатой в более раннем возрасте самоактуализации без учета последствий для себя и других. В период средней взрослости (40–60 лет) самоактуализация осуществляется уже в пределах нравственных норм. Однако, если такой переход не произошел и присутствует ощущение нерализованности своих возможностей, может наблюдаться деятельность, противоречащая социальным и даже личностным нормам. В этот период жизни важной потребностью является поддержание отношений между членами семьи. Отсутствие по каким-либо причинам такой потребности отражается на межличностных отношениях (не только внутрисемейных) человека: он не проявляет заботы ни о ком, кроме себя. Хейвиггерст считал одной из жизненных задач данного возрастного периода достижение зрелой гражданской и социальной ответственности. В период поздней взрослости (после 60 лет) наблюдается тенденция к уменьшению чуткости, погружению в себя. По критерию ориентации на ценности добра, справедли-

ности, истины выделяют два типа старения людей: 1) самореализация путем утверждения нравственных ценностей; 2) недостижение достаточно высокого уровня нравственного развития, частое преступление нравственных норм (Психология человека от рождения до смерти, 2002, с. 519).

Зрелый субъект действует во имя общества. Решающая роль в формировании зрелого субъекта принадлежит, по мнению В. М. Русалова, 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 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, самооценки 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 (там же, с. 40, 44). В то же время исследователи отмечают, что период зрелости также неоднороден (Марцинковская, 2007).

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 (дается по: Кольцова, 2007, с. 125).

Подводя итоги, можно сказать, что научная картина нравственного развития молодого (да и зрелого) субъекта пока весьма расплывчата. В указанных периодах жизни большее, по сравнению с возрастом, значение для характеристики состояния субъекта имеют нормативные и ненормативные жизненные события, поэтому в нашем исследовании предполагается учет значительной совокупности факторов, определяющих становление нравственного самоопределения у молодежи в возрасте от 18 до 35 лет.

Программа исследования. Для изучения нравственного самоопределения молодежи использовалась авторская методика А. Е. Воробьевой и А. Б. Купрейченко «Нравственное самоопределение личности». В ее основу были положены уровневая модель само-

определения личности и группы, предложенная А. Л. Журавлевым и А. Б. Купрейченко (Журавлев А. Л., Купрейченко А. Б., 2007), теоретическая модель нравственного самоопределения А. Б. Купрейченко (Купрейченко, 2008), психологические теории нравственности личности (Б. С. Братуся, К. Гиллиган, Дж. Джиббса, Л. Колберга, К. К. Платонова, А. А. Хвостова и др.), основные религиозные и светские этические концепции (утилитаризм, прагматизм, натурализм, аморализм и т. д.). Данная методика охватывает основные элементы самоопределения: ориентации личности, представления о принципах устройства мира и человеческого сообщества и психологическая готовность личности к определенным действиям. Подробно принципы и процедура разработки методики описаны в специальной работе (Журавлев, Купрейченко, 2007).

Важным показателем нравственного самоопределения является отношение личности к неэтичному поведению окружающих людей или отражению такого поведения в СМИ. Поэтому в программу исследования была включена оценка респондентами неэтичных рекламных роликов и заголовков газетных статей следующих видов: вызывающе-сексуальные, агрессивные, циничные (по 3 каждого вида). Для этого применялись авторские методические приемы – методика оценки психологических показателей эффективности рекламных роликов и методика оценки психологических показателей эффективности газетных заголовков, представлявшие собой семантический дифференциал на базе методики, предложенной Л. В. Матвеевой и Т. Я. Анিকেевой для оценки восприятия телевизионных передач (Матвеева, Анিকেева, Мочалова, 2002). В качестве стимульного материала в данном исследовании было решено использовать неэтичные газетные заголовки и телевизионные рекламные ролики. Такой стимульный материал имеет свои достоинства и недостатки: ролики динамичны, наглядны, представляют некоторую ситуацию взаимодействия персонажей; заголовки же статичны, абстрактны, являются всего лишь обезличенным высказыванием, обеспечивают гораздо меньшую эмоциональную включенность респондентов. При этом 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.

Выборка исследования составила 208 человек в возрасте 18–35 лет. Соотношение различных социально-демографических групп представлено в таблице 1.

Таблица 1
Состав выборки исследования (в цифрах и процентах)

Пол	Возраст			Семейное положение	Наличие детей	Тип занятости			Итого		
	18-23	24-29	30-35			В браке	Не состоит в браке	есть		нет	учится
Мужчины	40	29	27	34	61	21	73	26	36	34	96 (46%)
Женщины	40	35	37	50	56	31	79	40	40	30	
Итого	80 (38%)	64 (31%)	64 (31%)	84 (40%)	117 (56%)	52 (25%)	152 (73%)	66 (32%)	76 (36%)	64 (31%)	

Результаты эмпирического исследования

Особенности нравственного самоопределения, связанные с возрастными различиями. В целом нравственное самоопределение молодежи характеризуется наличием у нее представления о социальной природе морали, индивидуальной ответственности за нравственное поведение, принятием гуманистической и мирозидательной направленности. Однако у отдельных возрастных групп имеются выраженные особенности нравственного самоопределения, что явилось первым доказательством гипотезы о прохождении молодежью в период от 18 до 35 лет определенных стадий нравственного самоопределения (таблица 2).

Как видно из таблицы 2, для молодежи в возрасте 18-23 лет в наименьшей из всех возрастов степени характерны: представления о значимости морали для общества, об обязательности соблюдения нравственных норм, а также приверженность мирозидательной ориентации. В отличие от молодежи в возрасте 30-35 лет, им в какой-то мере хочется повторять слова и действия, увиденные в вызывающе-сексуальных роликах. Было обнаружено на уровне тенденции, что неэтичные ролики в большей мере радуют и в меньшей мере раздражают данную группу респондентов по сравнению с респондентами 24-29 лет. Также, в отличие от 24-29-летних респондентов, подобная реклама кажется им смешной. Им в наименьшей мере не хочется повторять слова и действия персонажей

Таблица 2
Особенности нравственного самоопределения у разных возрастных групп молодежи (статистически значимые различия по критерию Манна-Уитни)

Шкала	Возраст			Возрастные группы, различия между которыми значимы
	18-23 (1)	24-29 (2)	30-35 (3)	
Значимость морали, нравственности для общества	3,48	3,73	3,75	1-2, 1-3
Абсолютность/относительность нравственности	2,68	2,89	3,02	1-3
Существование воздаяния за добро и зло	3,44	3,58	3,65	1-3
Нравственность личности - проявление ее силы или слабости	3,65	3,68	3,89	1-3*, 2-3*
Когнитивный компонент обязательности/необязательности соблюдения нравственных норм	2,78	3,09	3,2	1-2, 1-3
Эмоциональный компонент обязательности/необязательности соблюдения нравственных норм	3,35	3,55	3,64	1-3
Эмоциональный компонент активности/пассивности нравственного поведения	3,6	3,8	3,58	1-2*
Гуманистическая ориентация	3,35	3,55	3,7	1-2*, 1-3
Мирозидательная ориентация	3,89	4,14	4,1	1-2, 1-3*
Оценки неэтичных рекламных роликов в целом				
Оригинальная-Неоригинальная	2,47	2,75	2,41	1-2*, 2-3*

Современная–Несовременная	2,49	2,53	2,11	1–3, 2–3
Привлекает внимание – Не привлекает внимания	2,48	2,57	2,26	2–3*
Вызывает доверие – Не вызывает доверия	3,21	3,38	3,09	2–3
Огорчающая–Радующая	3,35	3,12	3,3	1–2*
Раздражающая–Успокаивающая	2,85	2,65	2,87	1–2*
Смешная – Несмешная	2,83	3,21	3,05	1–2
Хочется повторять слова и действия – Не хочется повторять слова и действия	3,5	3,75	3,87	1–2*, 1–3
Одобрю поведение героев – Осуждаю поведение героев	3,29	3,5	3,11	1–2*, 2–3
Ролик понравится моим родителям – Ролик не понравится моим родителям	3,19	3,55	3,51	1–2, 1–3*
Оценки неэтичных газетных заголовков в целом				
Современный–Несовременный	2,58	2,43	2,22	1–3
Притягивающий–Отталкивающий	2,91	3,29	3,42	1–2, 1–3
Огорчающий–Радующий	2,49	2,51	2,24	2–3*
Раздражающий–Успокаивающий	2,64	2,52	2,24	1–3
Тема близка – Тема не близка	3,37	3,63	3,78	1–3*
Заголовок понравится моим друзьям – Заголовок не понравится моим друзьям	2,9	3,35	3,32	1–2*, 1–3
Пошлый–Порочный	2,85	2,77	2,56	1–3
Формулировка противоречит нравственным нормам – Формулировка не противоречит нравственным нормам	3,01	2,8	2,68	1–3

* различия значимы на уровне тенденции (до $p=0,1$).

неэтичной рекламы, их родителям в наименьшей мере не понравится такая реклама. Кроме того, только младшей группе респондентов неэтичные заголовки кажутся притягательными и способными понравиться друзьям.

Молодых людей в возрасте 24–29 лет отличает эмоциональное стремление к активному соблюдению норм морали, однако им пока еще свойственно представление об относительности нравственности. В целом (на уровне тенденции) неэтичные ролики кажутся им наименее оригинальными. Также такие ролики не вызывают у них доверия в большей мере, чем у респондентов более старшего возраста. Они в наибольшей мере осуждают поведение героев неэтичной рекламы. Неэтичные газетные заголовки (особенно агрессивные) отталкивают данную группу респондентов в большей мере, чем респондентов 18–23 лет.

Молодежь в возрасте 30–35 лет занимает по сравнению с другими возрастными группами наиболее нормативную позицию: наиболее склонна к представлению о существовании воздаяния за добро и зло, наиболее убеждена в том, что нравственность – показатель силы личности, наиболее привержена стратегии обязательности соблюдения нравственных норм (на эмоциональном уровне), гуманистической ориентации и т. д. В целом неэтичные ролики кажутся им наиболее современными. На уровне тенденции видно, что такие ролики привлекают их внимание в большей мере, чем респондентов 24–29 лет. В целом неэтичные заголовки кажутся им более современными, но раздражающими и пошлыми, а их темы в большей мере неблизкими, чем молодежи 18–23 лет. На уровне тенденции видно, что такие заголовки огорчают их в большей мере, чем респондентов 24–29 лет. В отличие от 18–23-летних респондентов, они считают, что формулировки неэтичных заголовков противоречат нравственным нормам.

Можно проследить некоторые закономерности в полученных данных: с переходом в более старшую возрастную группу наблюдается рост осознания значимости морали и нравственности для общества, признания того, что воздаяние носит характер прямого соответствия (т. е. по своей модальности оно будет таким же, каким был поступок), признания нравственности как силы личности, эмоциональной приверженности стратегии обязательности соблюдения нравственных норм, приверженности гуманистической ориентации. Полученные данные согласуются с результатами, полученными, О. И. Мантониной, говорящими о том, что с возрастом у молодежи снижается показатель пренебрежения моральными нормами и наблюдается рост показателя бескорыстия (Мантонина, 1998). Пик

эмоциональной включенности в активное соблюдение нравственных норм и приверженности мирозидательной 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. Переход к признанию абсолютности нравственности происходит только в старшей 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, вызовут не слишком сильное осуждение со стороны родителей), несоответствие поведения персонажей общественным нормам признается только в случае циничной рекламы. В оценках неэтичных газетных заголовков отсутствуют негативные этические оценки. Молодежь 24–29 лет оценивает неэтичную рекламу негативно (она вызывает отрицательные эмоции, не вызывает доверия, признается неприличной, поведение персонажей такой рекламы вызывает осуждение). Отношение к неэтичным газетным заголовкам идентичное. 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 респондентами 24–29 лет (они менее склонны считать неприличной вызывающе-сексуальную рекламу, меньше осуждают поведение персонажей циничной рекламы). Такое отношение к неэтичной рекламе можно охарактеризовать как несколько отстраненное. Неэтичные газетные заголовки признаются современными, но вызывают негативные эмоции, оцениваются как несоответствующие нравственным нормам, считается, что они не понравятся референтным группам.

Особенности нравственного самоопределения, связанные с различиями в семейном статусе. В исследовании получено подтверждение того, что переход личности на новую стадию нравственного самоопределения связан с наступлением определенных жизненных событий. Доказательством является, в частности, различие показателей нравственного самоопределения у респондентов, состоящих и не состоящих в браке (таблица 3).

Респонденты, не состоящие в браке, в отличие от респондентов, состоящих в зарегистрированном или гражданском браке, склонны к мнению об относительности нравственности, а также в небольшой мере – к стратегии необязательности соблюдения нравственных норм на когнитивном уровне. На уровне тенденции было выявлено, что респонденты, состоящие в браке, более склонны придержи-

Таблица 3
Особенности нравственного самоопределения у респондентов, состоящих и не состоящих в браке (статистически значимые различия по критерию Манна–Уитни)

Шкала	Семейный статус		Z	P
	Состоит в браке	Не состоит в браке		
Значимость морали, нравственности для общества	3,72	3,56	1,74	0,08
Абсолютность/относительность нравственности	3,00	2,74	2,46	0,01
Нравственность личности – проявление ее силы или слабости	3,83	3,66	1,71	0,09
Когнитивный компонент обязательности/необязательности соблюдения нравственных норм	3,11	2,92	1,82	0,07
Эмоциональный компонент обязательности/необязательности соблюдения нравственных норм	3,6	3,41	1,84	0,07
Гуманистическая ориентация	3,61	3,42	2,42	0,02
Оценки неэтичных рекламных роликов в целом				
Современная–Несовременная	2,21	2,49	-2,16	0,03
Запоминается рекламируемый продукт – Не запоминается рекламируемый продукт	2,95	2,72	2,02	0,04
Хочется повторять слова и действия – Не хочется повторять слова и действия	3,87	3,57	2,31	0,02
Ролик понравится моим друзьям – Ролик не понравится моим друзьям	3,00	2,73	2,09	0,04
Ролик понравится моим родителям – Ролик не понравится моим родителям	3,59	3,27	2,36	0,02
Оценки неэтичных газетных заголовков в целом				
Современный–Несовременный	2,31	2,53	-2,00	0,05
Раздражающий–Успокаивающий	2,39	2,58	-1,66	0,1
Тема близка – Тема не близка	3,77	3,44	1,84	0,07
Заголовок понравится моим друзьям – Заголовок не понравится моим друзьям	3,36	3,03	1,72	0,09

ваться мнения о значимости морали, нравственности для общества и о нравственности как показателе силы личности. У них более выражена приверженность стратегии обязательности соблюдения нравственных норм на эмоциональном уровне и гуманистической ориентации. Вызывающе-сексуальные рекламные ролики оцениваются респондентами, состоящими в зарегистрированном или гражданском браке, противоречиво. В целом неэтичные ролики оцениваются противоречиво по когнитивным характеристикам и негативно – по конативным, идентификационным, этическим характеристикам. В свою очередь, неэтичные газетные заголовки оцениваются положительно по когнитивным характеристикам и негативно – по конативным и идентификационным.

Респонденты, не состоящие в браке, в целом оценивают неэтичные ролики противоречиво по когнитивным и идентификационным характеристикам и негативно по конативным и этическим характеристикам. Неэтичные газетные заголовки в целом оцениваются положительно по когнитивным и конативным характеристикам и негативно – по идентификационным.

Можно подвести некоторый итог: с образованием семейной пары снижается убежденность в относительности нравственности, повышается приверженность к мнению о значимости морали, нравственности для общества, о нравственности как показателе силы личности, а также к стратегии обязательности соблюдения нравственных норм на эмоциональном уровне и гуманистической ориентации. Приверженность к необязательности соблюдения нравственных норм на когнитивном уровне сменяется приверженностью к обязательности, а уверенность в относительности нравственности сменяется неопределенностью представлений. Отношение к неэтичным роликам и заголовкам у респондентов, состоящих в браке, негативно по всем показателям, кроме когнитивных. Респонденты, не состоящие в браке, зачастую дают неэтичным роликам амбивалентные оценки по этическим и эмоциональным показателям. Отношение к неэтичным газетным заголовкам – негативное.

Такие результаты могут объясняться тем, что молодежь, состоящая в зарегистрированном или гражданском браке, ощущает ответственность не только за себя, но и за партнера, и, возможно, за планируемое (или уже имеющееся) потомство. Полученные данные согласуются с известными нам результатами исследований, показавшими, что люди, которые никогда не состояли в браке, демонстрируют более низкие значения по показателю альтруизм (нравственная характеристика), чем состоящие, либо состоявшие когда-либо в браке (Подольский, 2006).

Особенности нравственного самоопределения, связанные с наличием детей. Появление детей – еще одно жизненное событие, способное оказать влияние на нравственное самоопределение личности. Результаты исследования подтверждают это предположение (таблица 4).

Таблица 4

Особенности нравственного самоопределения у респондентов, имеющих и не имеющих детей (статистически значимые различия по критерию Манна–Уитни)

Шкала	Наличие детей		Z	P
	есть	нет		
Значимость морали, нравственности для общества	3,75	3,59	1,8	0,07
Абсолютность/относительность нравственности	3,03	2,78	2,15	0,03
Нравственность личности – проявление ее силы или слабости	3,94	3,65	2,66	0,008
Когнитивный компонент обязательности/необязательности соблюдения нравственных норм	3,15	2,96	1,96	0,05
Эмоциональный компонент обязательности/необязательности соблюдения нравственных норм	3,67	3,43	2,28	0,02
Гуманистическая ориентация	3,65	3,47	1,9	0,06
Оценки неэтичных рекламных роликов в целом				
Реалистичная–Нереальная	3,65	3,28	2,00	0,05
Современная–Несовременная	2,06	2,45	-2,38	0,02
Привлекает внимание – Не привлекает внимание	2,14	2,51	-2,03	0,04
Хочется повторять слова и действия – Не хочется повторять слова и действия	3,95	3,63	1,72	0,09
Оценки неэтичных газетных заголовков в целом				
Непонятный–Понятный	3,04	3,29	-1,77	0,08
Заголовок понравится моим друзьям – Заголовок не понравится моим друзьям	3,37	3,09	1,69	0,09
Такая формулировка противоречит нравственным нормам – Такая формулировка не противоречит нравственным нормам	2,61	2,91	-1,67	0,09

Как видно из таблицы 4, респонденты, не имеющие детей, придерживаются, в отличие от респондентов, имеющих детей, мнения

об относительности нравственности. Те, у кого есть дети, в большей мере согласны с тем, что мораль значима для общества, что нравственность личности – показатель ее силы. Также они более привержены стратегии обязательности соблюдения нравственных норм (на когнитивном и эмоциональном уровне) и гуманистической ориентации. В целом по сравнению с респондентами, не имеющими детей, неэтичная реклама кажется им более нереальной, современной, привлекающей внимание, но не побуждающей повторять демонстрируемые в ней слова и действия. Выявлены различия и в отношении к неэтичным газетным заголовкам. Теми, у кого есть дети, неэтичные заголовки в целом оцениваются неопределенно по когнитивным характеристикам и негативно – по идентификационным. Респондентами, не имеющими детей, неэтичные заголовки в целом оцениваются положительно по когнитивным характеристикам и негативно по идентификационным.

Можно проследить некоторые закономерности, сходные с закономерностями, выявленными у респондентов, состоящих и не состоящих в браке: с появлением детей повышается 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 переходит в убежденность в ее абсолютности, приверженность стратегии необязательности соблюдения нравственных норм на когнитивном уровне переходит в обязательность. Отношение к неэтичным роликам и заголовкам у респондентов, имеющих детей, различно в зависимости от вида этих роликов и заголовков. Так, вызывающе-сексуальные и циничные заголовки получают негативные оценки, а агрессивные оцениваются позитивно по когнитивным показателям. Одновременно вызывающе-сексуальные ролики оцениваются негативно, а агрессивные и циничные – противоречиво. Респонденты, не имеющие детей, вызывающе-сексуальные заголовки оценивают негативно по этическим показателям, агрессивные – положительно по когнитивным показателям, циничные – негативно по эмоциональным показателям. Оценки роликов такие же, как и у респондентов, имеющих детей, но менее выраженные.

Такие результаты могут объясняться тем, что молодежь, имеющая детей, начинает иначе воспринимать существующие нормы и по-новому понимать их назначение. Вероятно, она осознает, что мир, в котором нормы соблюдаются, более безопасен для потомства, еще не обладающего достаточными навыками для борьбы

за свои интересы. Родительство требует выполнения новых обязанностей (Психология человека от рождения до смерти, 2002). Молодежь, не имеющая детей, имеет достаточный жизненный опыт, чтобы постоять за себя лично, и еще не обременена заботой о тех, кто более слаб и зависим от нее.

Особенности нравственного самоопределения, связанные с разным типом занятости. Тип занятости молодежи (учеба, работа или их сочетание) является еще одним включенным в исследование фактором нравственного самоопределения. Результаты позволили выявить следующие его особенности у представителей трех групп молодежи (таблица 5).

На уровне тенденции учащиеся респонденты больше, чем работающие, склонны перекладывать ответственность за нравственный облик и этичность поведения на саму личность (таблица 5). 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 (на уровне тенденции) склонны к представлению об относительности нравственности. У работающих респондентов наименьшая (на уровне тенденции) эмоциональная приверженность стратегии взаимности в нравственном поведении.

Учащиеся респонденты в целом оценивают неэтичные ролики негативно по конативным, идентификационным, этическим показателям; неэтичные заголовки – противоречиво по эмоциональным показателям, негативно по идентификационным и этическим показателям.

Респондентами, совмещающими работу и учебу, неэтичные ролики в целом оцениваются негативно по конативным, идентификационным, этическим показателям. Однако неэтичные газетные заголовки оцениваются позитивно по когнитивным показателям, противоречиво – по эмоциональным и этическим показателям, негативно – по идентификационным показателям.

Работающие респонденты в целом оценивают неэтичные ролики негативно по конативным, идентификационным и этическим показателям; неэтичные заголовки – неопределенно по когнитивным показателям, противоречиво по эмоциональным показателям, негативно по идентификационным и этическим показателям.

Таким образом, можно сделать следующие обобщения: при переходе от статуса учащегося к статусу работающего у молодого человека происходит снижение убежденности в преобладании внутреннего нравственного контроля личности, а также снижение эмоциональ-

Таблица 5

Особенности нравственного самоопределения у респондентов с разным типом занятости (статистически значимые различия по критерию Манна-Уитни)

Шкала	Занятость			Типы занятости, различия между которыми значимы
	Учеба (1)	Совмещенные учебы и работы (2)	Работа (3)	
Абсолютность/относительность нравственности	2,9	2,74	2,91	1-2*, 2-3*
Природа нравственности личности	3,71	3,59	3,53	1-3*
Конативный компонент активности/пассивности нравственного поведения	3,01	3,43	3,4	1-2, 1-3
Эмоциональный компонент взаимности/невзаимности нравственного поведения	3,49	3,46	3,25	1-3, 2-3*
Конативный компонент взаимности/невзаимности нравственного поведения	3,09	3,31	3,17	1-2
Оценки неэтичных рекламных роликов в целом				
Непонятная-Понятная	3,18	3,14	3,53	1-3*, 2-3
Оригинальная-Неоригинальная	2,5	2,71	2,36	2-3
Привлекает внимание - Не привлекает внимание	2,48	2,57	2,28	2-3*
Хочется повторять слова и действия - Не хочется повторять слова и действия	3,46	3,83	3,69	1-2
Понимаю чувства героев - Не понимаю чувства героев	3,17	3,31	3,01	2-3*
Приличная-Неприличная	3,16	3,17	2,64	1-3, 2-3
Одобрю поведение героев - Осуждаю поведение героев	3,27	3,5	3,08	1-2*, 2-3
Ролик понравится моим родителям - Ролик не понравится моим родителям	3,25	3,52	3,37	1-2*
Оценки неэтичных газетных заголовков в целом				
Непонятный-Понятный	3,42	3,11	3,08	1-2*, -3
Притягивающий-Отталкивающий	3,13	3,11	3,39	1-3*, 2-3
Раздражающий-Успокаивающий	2,48	2,57	2,31	2-3
Заголовок понравится моим друзьям - Заголовок не понравится моим друзьям	3,01	3,14	3,42	1-3
Пошлый - Порядочный	2,57	2,94	2,63	1-2, 2-3*
Такая формулировка противоречит нравственным нормам - Такая формулировка не противоречит нравственным нормам	2,65	3,08	2,72	1-2, 2-3*

* на уровне тенденции (до $p=0,1$).

ной приверженности стратегии взаимности в нравственном поведении. В ситуации совмещения работы и учебы наблюдается повышение убежденности в относительности нравственности, следование стратегиям активности и взаимности в нравственном поведении на конативном уровне. Отношение к неэтичным роликам у учащихся респондентов дифференцировано в зависимости от вида ролика: вызывающе-сексуальные признаются неэтичными, агрессивные вызывают сомнения, а циничные вообще не признаются неэтичными. Вызывающе-сексуальные и циничные заголовки признаются неэтичными, агрессивные - таковыми не признаются. Респонденты, совмещающие работу и учебу, признают вызывающе-сексуальные и циничные ролики неэтичными, относительно агрессивных они уже не столь уверены. Вызывающе-сексуальные заголовки также признаются неэтичными, а агрессивные и циничные не признаются таковыми. Работающие респонденты оценивают вызывающе-сексуальные ролики противоречиво, агрессивные и циничные признают неэтичными. Вызывающе-сексуальные, агрессивные, циничные заголовки считают неэтичными.

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 поступаться одними нормами ради других. Так размываются границы допустимого. Во-вторых, ситуация совмещения работы и учебы может рассматриваться как этап перехода молодого человека 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 обширной картиной межличностных отношений, что может приводить к более терпимому восприятию отклонений от принятой большинством нормы.

Выводы

- 1 В ходе взросления от 18 до 35 лет нравственная позиция молодых людей становится более позитивной: представления (высокая значимость морали и нравственности для общества, абсолютность нравственности, существование воздаяния за добро и зло, нравственность - показатель силы личности), стратегии (обязательность соблюдения нравственных норм, активность) и ориентации (гуманистическая, миротворческая) более позитивны у старших возрастных групп молодежи. Оценка не-

этичных газетных заголовков и рекламы у молодежи 24–35 лет явно более негативна, чем у молодежи 18–23 лет.

- 2 Молодых респондентов, состоящих в зарегистрированном или гражданском браке, отличают более позитивные представления о нравственности (высокая значимость морали и нравственности для общества, абсолютность нравственности, нравственность – показатель силы личности), нравственные стратегии (обязательность соблюдения нравственных норм) и нравственные ориентации (гуманистическая). Отношение к неэтичным газетным заголовкам и рекламе у респондентов, состоящих в зарегистрированном или гражданском браке, более негативное, чем у не состоящих в браке.
- 3 Респондентов, имеющих детей, отличает более позитивный результат нравственного самоопределения: представления (высокая значимость морали и нравственности для общества, абсолютность нравственности, нравственность – показатель силы личности), стратегии (обязательность соблюдения нравственных норм), ориентации (гуманистическая). Отношение к неэтичным газетным заголовкам и рекламе у респондентов, имеющих детей, более негативное, чем у респондентов, их не имеющих. Сильное сходство особенностей нравственного самоопределения респондентов, состоящих в браке, и респондентов, имеющих детей, объясняется наличием у них объектов заботы и ответственности (супруг, ребенок), приводящим их к пониманию важности морали и соблюдения нравственных норм.
- 4 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 некоторые стратегии (взаимность в нравственном поведении) оказываются более негативными, другие же стратегии (активность в нравственном поведении) – более позитивными. Отношение к неэтичным объектам у работающих респондентов более негативное, чем у учащихся и у совмещающих учебу и работу.

Заключение. В данной работе осуществлен теоретический анализ возрастной динамики нравственности личности на протяжении всей жизни человека. Высказано предположение, что стадии нравственного самоопределения соотносятся с прохождением через

нормативные жизненные события, определяющие социальную зрелость личности. Результаты выполненного исследования показали, что молодежь, прошедшая через эти стадии, характеризуется более позитивной нравственной позицией. Так, для молодых респондентов, имеющих объекты заботы и ответственности (супруг, ребенок), характерно большее понимание назначения морали, важности нравственных норм. Менее позитивная нравственная позиция молодых респондентов, совмещающих два вида занятости (работа и учеба), объясняется необходимостью «переключаться» с норм учебной группы на нормы профессионального сообщества, разрешать возникающие при этом противоречия, что может приводить к развитию морального плюрализма. В дальнейших исследованиях в этом направлении интересно было бы сопоставить нравственное самоопределение детей, молодежи и людей зрелого или старшего возраста, респондентов разных профессий.

Литература

- 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.
- Битянова Н. Р. Проблема саморазвития личности в психологии: Аналитический обзор. М.: МПСИ–Флинта, 1998.
- 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.
- Держач А. А., Зызыкин В. Г., Синягин Ю. В. Мониторинг личностно-профессионального развития в системе подготовки и переподготовки государственных служащих. М.: РАГС, 1999.
- Журавлев А. Л., Купрейченко А. Б. Экономическое самоопределение: Теория и эмпирические исследования. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007.
- Зотов Н. Д. Личность как субъект нравственной активности: природа и становление. Томск: Изд-во Томск. ун-та, 1984.
- Калашникова С. А. Адекватность профессионального самоопределения и ее проявление в развитии синдрома «профессиональное выгорание» в особых условиях деятельности: Дис. ... канд. психол. наук. Барнаул, 2004.
- Климов Е. А. Образ мира в разнотипных профессиях. М.: Изд-во МГУ, 1995.
- 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.
- 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. / Отв. ред. А. В. Капцов. Самара: Самарская гуманит. акад., 2008. С. 10–15.
- Мантонина О. И. Нравственно-этические характеристики в структуре формирующейся личности: Дис. ... канд. психол. наук. Казань, 1998.
- 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., Анисеева Т. Я., Мочалова Ю. В. Психология телевизионной коммуникации. М.: РИП-холдинг, 2002.
- Николаичев Б. О. Осознаваемое и неосознаваемое в нравственном поведении личности. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1976.
- Овчарова Р. В., Мельникова Н. В. Развитие нравственной сферы личности дошкольника. СПб.: Амалтея, 2008.
- Орехова Ю. В. Формирование нравственных понятий у студентов в учебно-речевой деятельности (неязыковой вуз): Дис. ... канд. психол. наук. Тамбов, 2006.
- Подольский Д. А. Особенности альтруистической позиции в подростковом возрасте: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2006.
- Попов Л. М., Голубева О. Ю., Устин П. Н. Добро и зло в этической психологии личности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008.
- Психологическое обеспечение профессиональной деятельности / Под ред. Г. С. Никифорова. СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 1991.
- Психология человека от рождения до смерти / Под общ. ред. А. А. Реана. СПб.: Прайм-Еврознак, 2002.
- 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.
- Сахарова Т. Н. Особенности эмоционально-нравственной сферы личности на поздних этапах онтогенеза: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2004.
- Субботский Е. В. Некоторые особенности представлений ребенка о психике человека // Вопросы психологии. 1986. № 5. С. 45–53.
- Токарева В. А. Психология нравственного развития личности студента: феноменология, закономерности, типология: Дис. ... докт. психол. наук. Ташкент, 1991.
- Фельдштейн Д. И. Социально-психологическое пространство отношений и самоопределение субъекта в них // Мир психологии. 1996. № 3. С. 56–73.
- Хвостов А. А. Структура и детерминанты морального сознания личности: Дис. ... докт. психол. наук. М., 2005.
- Blasi A. What Should Count as Moral Behavior? The Nature of "Early Morality" in Children's Development // *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. 119–140.
- Labouvie-Vief G. Logic and self-regulation from youth to maturity: A model // *Beyond formal operations: Late adolescent and adult cognitive development* / Ed. by M. L. Commons, F. A. Richards, C. Armon. N. Y.: Praeger, 1984. P. 158–179.
- Kohlberg L. Moral development and identification // *Child psychology*. Chicago: University of Chicago Press, 1963. P. 277–332.
- 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.