

ISSN 2222-8330

УЧЕНЫЕ ЗАПИСКИ ИМЭИ
НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ЖУРНАЛ

Том 5 №3 2015

Москва
2015

РАЗДЕЛ 3. СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ SOCIAL PSYCHOLOGY

УДК 159.9.072.592

Сюжетные рисунки как прием оценки нравственного самоопределения по отношению к неэтичным явлениям окружающего мира¹

Воробьева А.Е.

Аннотация. Целью данной работы является апробация нового методического приема для оценки нравственного самоопределения по отношению к неэтичным явлениям окружающего мира, реализованного в форме вызывающе-сексуальных, агрессивных и циничных сюжетных рисунков. Предложенный стимульный материал релевантен актуальным условиям жизни взрослых респондентов широкого возрастного диапазона, он признается неэтичным и оценивается дифференцированно в зависимости от конкретного сюжета и пола респондента. Он также лишен недостатков предыдущих приемов для оценки нравственного самоопределения по отношению к неэтичным рекламным роликам и заголовкам и может применяться совместно с методикой «Нравственное самоопределение личности».

Ключевые слова: нравственное самоопределение; отношение к неэтичным явлениям; рисуночные методы; методический инструментарий.

Story pictures as the method of moral self-determination assessment in relation to unethical phenomena of the world

Vorobieva A.E.

Abstract. The aim of this work is the testing of a new methodological technique for the evaluation of the moral self-determination to the unethical phenomenon of the world, sold in the form provocatively sexy, aggressive and cynical story pictures. The proposed stimulus material is relevant to the actual living conditions of adult respondents a wide age range, it is recognized and valued unethical differentiated depending on the subject and gender. It also avoids the disadvantages of previous methods for the assessment of moral self-determination to unethical commercials and titles, and can be used in conjunction with the technique of «Personal moral self-determination».

Key words: moral self-determination, attitude to unethical phenomena, pictures' methods, methodical instruments.

¹ Работа выполняется в ФГБУН «Институт психологии РАН» при финансовой поддержке РФФИ в рамках научно-исследовательского проекта №14-18-03271 «Макропсихологический анализ социальных явлений».

Постановка проблемы. Анализ существующих методик, направленных на измерение нравственности, программ эмпирических исследований феномена самоопределения показывает наличие потребности в методическом инструментарии, направленном на оценку нравственного самоопределения личности. Необходима многомерная методика, доступная для широкого применения, охватывающая всю нравственную сферу, использующая реалистичные ситуации морального выбора. Приемы исследования самоопределения, существующие на данный момент, не стандартизированы (по используемым показателям и процедуре измерения) и несопоставимы.

В исследованиях нравственного самоопределения мы опираемся на уровневую модель самоопределения субъекта А.Л. Журавлева и А.Б. Купрейченко [2] и на концепцию нравственного самоопределения А.Б. Купрейченко [3], на основе которых нами были созданы два дополняющих друг друга методических приема: методика «Нравственное самоопределение личности», в которую заложена оценка представлений о нравственности, нравственных стратегий и ориентаций, и методики оценки отношения к неэтичным феноменам СМИ, которые позволяют оценить самоопределение в отношении явлений окружающего мира. Применение последнего методического приема показало ряд его недостатков, которые будут изложены ниже, и побудило к разработке нового методического приема, предназначенного для оценки нравственного самоопределения в отношении неэтичных явлений окружающего мира.

Цель исследования: апробация авторского методического приема сюжетных рисунков для исследования нравственного самоопределения по отношению к неэтичным явлениям окружающего мира.

Задачи настоящего исследования:

1. Разработка и апробация авторского методического приема оценки нравственного самоопределения по отношению к неэтичным явлениям.
2. Анализ оценок респондентами неэтичных сюжетных рисунков.
3. Оценка перспектив применения сюжетных рисунков для оценки нравственного самоопределения личности.

Поиск подхода к исследованию отношения к неэтичным явлениям.

Большинство методик для изучения нравственной сферы личности являются опросниками, также популярным методическим приемом является использование моральных дилемм, реже используются рисунки, беседа, экспертная оценка, и совсем редко – моделирование реальных ситуаций.

Как правило, для оценки уровня нравственности личности используются сюжеты (текстовые или визуальные), содержащие в себе ситуации моральных дилемм (столкновения разных норм) или нарушения норм. Эти сюжеты должны быть релевантны индивидуальному опыту и современному состоянию общества, иначе они воспринимаются участниками исследования как примитивные и архаичные. Поэтому в современных исследованиях [5; 6] используются новые авторские сюжеты моральных дилемм, релевантные социальной ситуации участников исследования. В известных нам исследованиях обосновано, что использование ви-

деоматериалов для оценки нравственной сферы личности обладает рядом преимуществ по сравнению с использованием описания моральных дилемм, а именно: обеспечивает включенность участников исследования в задачу и отображает весь контекст ситуации, включая эмоциональные состояния героев [6].

Перед нами стояла задача использовать в исследовании неэтичные объекты/явления окружающего мира, но с учетом большого объема применяемого методического инструментария, поэтому стимульный материал должен был быть кратким и емким.

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 наших исследованиях было решено использовать неэтичные формулировки газетных заголовков 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. Однако, ролики весьма вариативны по своим формально-динамическим характеристикам, а заголовки могут быть представлены единообразно и в этом смысле являются более строгим стимульным материалом.

Наиболее универсальными стимулами, используемыми СМИ для привлечения внимания, вызывания эмоциональной реакции, улучшения запоминаемости и обсуждаемости какого-либо материала, являются секс, агрессия и цинизм. В наших исследованиях использовались ролики и заголовки с такой тематикой [1]. Следует отметить, что, по нашему мнению, сексуальная реклама в целом не является заведомо неэтичной, она может быть эстетичной и романтической, но может быть и грубой или вызывающей, нарушающей общественные нормы морали. В соответствии с нашими научными интересами была отображена вызывающе-сексуальная реклама, представляющая собой безвкусно-грубую интерпретацию отношений двух полов. Циничные рекламные ролики – подрывающие наиболее значимые отношения и общечеловеческие ценности, в частности доверие к окружающим людям. Отбор неэтичной рекламы и заголовков производился экспертами, специализирующимися в области психологии рекламы и психологии этики.

Использование этих типов неэтичных явлений на разных возрастных группах даст специфичные результаты в связи с тем, что нормы меняются как в сторону смягчения, так и в сторону ужесточения от поколения к поколению, о чем свидетельствует проведенное Г. Наннер-Винклер исследование, в котором 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 та-

кой 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) [8].

В процессе сбора эмпирического материала мы столкнулись с тем, что просмотр 9 рекламных роликов (в исследовании было использовано по 3 ролика с вызывающе-сексуальным, агрессивным, циничным сюжетом) утомителен для респондентов, вдобавок сюжеты имеют свойство устаревать с течением времени (например, сейчас рекламным законодательством запрещено использование образа человека в рекламе алкоголя), что неоднозначно оценивается некоторыми респондентами («зачем вы нам показываете старую рекламу?») и может повлиять на их оценки роликов. Заголовки газет воспринимаются респондентами мужского пола отстраненно. В связи с этим, а также учитывая рекомендации коллег, полученные нами в период работы над диссертационным исследованием, было решено попробовать создать собственные сюжетные рисунки.

Рисуночных методик, предназначенных для оценки нравственной сферы личности, нами было обнаружено немного: методика «Сюжетные картинки» для детей дошкольного возраста (оценивается эмоциональный компонент нравственного сознания) [7], рисуночный тест для детей В.С. Мухиной «Доброе – злое» [4]. Эти методики не предназначены для взрослых респондентов, что является дополнительным аргументом в пользу разработки авторского методического приема для оценки нравственного самоопределения по отношению к неэтичным явлениям окружающего мира при помощи сюжетных рисунков.

В качестве образца психологических рисуночных методик художнику были даны рисунки из теста Розенцвейга. Тематика сюжетов должна была повторять те виды неэтичных феноменов СМИ, которые мы уже привыкли использовать в своих исследованиях по нравственно-психологической проблематике. В приложении можно познакомиться с рисунками: рис. 1 – публичное вызывающе-сексуальное поведение персонажей, рис. 2 – агрессивное, жестокое поведение персонажа, рис. 3 – циничное поведение персонажа, неуважение к чужому труду. Для оценки отношения респондентов к данным сюжетам из повседневной жизни был создан авторский методический прием, включающий в себя 31 биполярную шкалу и состоящий из 5 компонентов: когнитивного, эмоционального, конативного, идентификации, этичности. Структура авторского методического приема:

Когнитивный компонент: Непонятная – Понятная, Неактуальная – Актуальная, Реалистичная – Нереальная, Современная – Несовременная, Привлекает внимание – Не привлекает внимание, Интимная – Публичная, Запоминается – Не запоминается (7 шкал).

Эмоциональный компонент: Оптимистичная – Пессимистичная, Враждебная – Дружественная, Притягивающая – Отталкивающая, Огорчающая – Радующая, Раздражающая – Успокаивающая, Сексуальная – Асексуальная, Смешная –

Несмешная, Вызывает страх – Не вызывает страх, Вызывает сочувствие – Не вызывает сочувствие (9 шкал).

Конативный компонент: Хочется повторять действия – Не хочется повторять действия, Вызывает желание обсудить с другими – Не вызывает желание обсудить с другими, Вызывает желание вмешаться и прекратить – Не вызывает желание вмешаться и прекратить, Вызывает желание привлечь полицию – Не вызывает желание привлечь полицию (4 шкалы).

Идентификация: Герои близки – Не близки, Герои вызывают симпатию – Герои вызывают антипатию, Понравится моим друзьям – Не понравится моим друзьям, Понимаю чувства героев – Не понимаю чувства героев (4 шкалы).

Этичность: Приличная – Неприличная, Одобряю поведение героев – Осуждаю поведение героев, Поведение героев неприемлемо в обществе – Поведение героев приемлемо в обществе, Понравится моим родителям – Не понравится моим родителям, Противоречит нравственным нормам – Не противоречит нравственным нормам, Хорошая – Плохая, Приемлемая – Неприемлемая (7 шкал).

Выборка исследования различного семейного и профессионального статуса: мужчины – 23 чел., женщины – 36 чел. Возраст от 17 до 69 лет (средний возраст 28 лет).

Результаты применения рисуночного метода и их обсуждение.

Чтобы понять дифференцирующую способность нового инструментария, было проведено сравнение оценок респондентами вызывающе-сексуального, агрессивного и циничного сюжетов (табл. 1). Не было выявлено различий по понятности, реалистичности, современности между использованными сюжетными рисунками, все они являются понятными, реалистичными и современными для респондентов, т.е. предложенный нами стимульный материал является релевантным актуальным условиям жизни. Респонденты в равной мере затрудняются ответить, вызывают или не вызывают желание обсудить с другими людьми все эти рисунки. Это может объясняться как эффектом усреднения мнений в выборке, так и невысокой важностью ситуации тестирования. Все рисунки оцениваются респондентами как в той или иной мере актуальные, привлекающие внимание и при этом отталкивающие, огорчающие, раздражающие, несмешные, не вызывающие желания повторять слова и действия персонажей, запоминающиеся, неприличные. Персонажи всех рисунков в той или иной мере не близки респондентам и вызывают антипатию, их поведение осуждается и оценивается как неприемлемое в обществе. Они, скорее всего, не понравятся друзьям и родителям респондентов. Все сюжеты в той или иной мере противоречат нравственным нормам и являются неприемлемыми, по мнению респондентов. Ни один из рисунков не кажется респондентам хорошим. Т.е. задача, которая ставилась при создании данного стимульного материала, была выполнена. Изображенные сюжеты не оставляют респондентов равнодушными и признаются неэтичными.

Были обнаружены следующие различия. Рисунок с вызывающе-сексуальным поведением персонажей оценивается как более актуальный. При этом данный сюжет оценивается как интимный, сексуальный и в некоторой степени дружест-

венный, в отличие от двух других. Также респондентам понятны чувства героев данного сюжета, в отличие от двух прочих, однако сочувствия этот сюжет не вызывает. В отличие от агрессивного и циничного сюжетов, данный сюжет не вызывает желания вмешаться и прекратить. Такие результаты можно объяснить тем, что поведение персонажей не несет угрозы для окружающих, вести себя таким образом скорее всего случалось большинству наших респондентов, публичное порицание такого поведения характерно лишь для представителей старшего поколения, у остальных оно вызывает только желание отвернуться и не замечать.

Агрессивное поведение персонажей на рисунке привлекает внимание в наибольшей мере, в наибольшей мере отталкивает, огорчает, раздражает и не побуждает к подражанию. Также этот сюжет в наибольшей мере запоминается респондентам. Только он вызывает страх и желание привлечь полицию. Герои этого сюжета вызывают антипатию в наибольшей мере, их поведение в максимальной степени неприемлемо в обществе. Такие результаты могут объясняться тем, что из всех представленных сюжетов этот демонстрирует наиболее угрожающее поведение.

Картинки с агрессивным и циничным поведением оцениваются как в высокой мере пессимистичные и враждебные. Также они вызывают сочувствие. Герои циничного рисунка не близки респондентам в наибольшей мере.

Таблица 1

Различия между сюжетными рисунками (критерий знаков)

| Шкалы | Рисунки | | | Значимые различия |
|--|--------------------------------------|--------------|------------|-------------------|
| | Вызывающее сексуальное поведение (1) | Агрессия (2) | Цинизм (3) | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Непонятная – Понятная | 4,29 | 3,97 | 4,1 | – |
| Неактуальная – Актуальная | 4,06 | 3,7 | 3,84 | 1-2 |
| Реалистичная – Нереальная | 1,71 | 1,62 | 1,56 | – |
| Современная – Несовременная | 1,65 | 1,79 | 1,74 | – |
| Привлекает внимание – Не привлекает внимание | 2,02 | 1,63 | 2,32 | 1-2, 2-3 |
| Интимная – Публичная | 2,63 | 3,81 | 4,42 | 1-2, 1-3, 2-3 |
| Оптимистичная – Пессимистичная | 2,9 | 4,37 | 4,13 | 1-2, 1-3 |
| Враждебная – Дружественная | 3,35 | 1,3 | 2,19 | 1-2, 1-3, 2-3 |
| Притягивающая – Отталкивающая | 3,29 | 4,13 | 3,76 | 1-2, 1-3, 2-3 |
| Огорчающая – Радующая | 2,83 | 1,38 | 1,76 | 1-2, 1-3, 2-3 |
| Раздражающая – Успокаивающая | 2,27 | 1,83 | 2,02 | 1-2 |
| Сексуальная – Асексуальная | 2,37 | 4,49 | 4,29 | 1-2, 1-3 |
| Смешная – Несмешная | 3,8 | 4,67 | 4,55 | 1-2, 1-3 |
| Хочется повторять действия – Не хочется повторять действия | 3,76 | 4,73 | 4,52 | 1-2, 1-3 |

Таблица 1. Окончание

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|------|------|------|---------------|
| Запоминается – Не запоминается | 2,63 | 1,94 | 2,73 | 1-2, 2-3 |
| Вызывает страх – Не вызывает страх | 4,4 | 2,4 | 3,87 | 1-2, 1-3, 2-3 |
| Герои близки – Не близки | 3 | 4,27 | 4,34 | 1-2, 1-3 |
| Герои вызываю симпатию – Герои вызывают антипатию | 3,32 | 4,4 | 3,95 | 1-2, 1-3, 2-3 |
| Понравится моим друзьям – Не понравится моим друзьям | 3,25 | 4,4 | 4 | 1-2, 1-3, 2-3 |
| Понимаю чувства героев – Не понимаю чувства героев | 2,24 | 3,37 | 3,39 | 1-2, 1-3 |
| Приличная – Неприличная | 4,13 | 4,13 | 3,69 | 1-3, 2-3 |
| Одобрю поведение героев – Осуждаю поведение героев | 3,63 | 4,51 | 4,21 | 1-2, 1-3, 2-3 |
| Поведение героев неприемлемо в обществе – Поведение героев приемлемо в обществе | 2,4 | 1,86 | 2,39 | 1-2, 2-3 |
| Понравится моим родителям – Не понравится моим родителям | 4,43 | 4,81 | 4,56 | 1-2, 2-3 |
| Вызывает сочувствие – Не вызывает сочувствие | 3,44 | 2,89 | 2,82 | 1-2 |
| Вызывает желание обсудить с другими – Не вызывает желание обсудить с другими | 3,32 | 3,03 | 3,02 | – |
| Противоречит нравственным нормам – Не противоречит нравственным нормам | 2,06 | 1,41 | 1,82 | 1-2, 2-3 |
| Хорошая – Плохая | 3,27 | 4,54 | 4,11 | 1-2, 1-3, 2-3 |
| Приемлемая – Неприемлемая | 3,33 | 4,4 | 4,05 | 1-2, 1-3, 2-3 |
| Вызывает желание вмешаться и прекратить – Не вызывает желание вмешаться и прекратить | 3,51 | 1,98 | 2,45 | 1-2, 1-3, 2-3 |
| Вызывает желание привлечь полицию – Не вызывает желание привлечь полицию | 4,38 | 1,74 | 3,27 | 1-2, 1-3, 2-3 |

Был выполнен факторный анализ методом Varimax normalized для вызывающе-сексуального, агрессивного и циничного сюжета. Факторные структуры содержат одинаковое число факторов – 8 (табл. 2, 3, 4) и объясняют около 70% дисперсии.

Первый фактор отношения к вызывающе-сексуальному сюжету может быть назван «Личная оценка приемлемости», второй – «Реалистичность», третий – «Степень опасности», четвертый – «Соответствие нормам морали», пятый – «Способность вызывать эмоциональный отклик», шестой – «Когнитивная доступность», седьмой – «Юмористическая составляющая», восьмой – «Интимность сюжета».

Первый фактор отношения к агрессивному сюжету может быть назван «Личная эмоциональная оценка», второй – «Соответствие нравственным нормам»,

третий – «Релевантность», четвертый – «Соответствие нормам окружения», пятый – «Заметность», шестой – «Побудительность к предотвращению», седьмой – «Сопереживание», восьмой – «Понятность».

Первый фактор отношения к циничному сюжету может быть назван «Личное одобрение», второй – «Побудительность к предотвращению», третий – «Эмоциональная память», четвертый – «Сопереживания», пятый – «Реалистичность и заразительность», шестой – «Понятность и юмор», седьмой – «Актуальность опасности», восьмой – «Социальное одобрение».

Обращает на себя внимание то, что в факторных структурах вызывающе-сексуального и циничного сюжетов присутствует фактор оценки опасности происходящего, а в случае агрессивного сюжета, он не выделяется как самостоятельный фактор, а является частью главного фактора «Личная эмоциональная оценка». Вероятно, это связано с тем, что первый и третий сюжеты идентифицируются респондентами как не представляющие опасности. Во всех факторных структурах заметны факторы, предполагающие и личную оценку изображенного, и оценку с точки зрения норм социума, что согласуется с принятым делением: нравственное – это то, что относится к личности, а моральное – к обществу, при этом эти нормы могут как совпадать, так и входить в противоречие. Также всем выделенным структурам присущ фактор, предполагающий оценку реалистичности и релевантности актуальным условиям жизни, а также фактор, предполагающий оценку понятности происходящего на рисунке, и фактор юмора. Наличие или отсутствие юмора влияет на отношение к сюжету: юмор способствует более позитивной оценке неэтичной ситуации. Поэтому при создании данного стимульного материала мы стремились избежать присутствия юмора в сюжетах. Отличительной особенностью факторной структуры отношения к вызывающе-сексуальному сюжету стал фактор интимности, т.к. неэтичность поведения персонажей состоит не в том, что именно они делают, а в неуместности этого поведения в общественном месте, в выносе интимного в сферу публичного. Для агрессивного и циничного сюжетов характерны факторы сопереживания, что может объясняться нанесением реального вреда разной степени тяжести одним персонажем другому.

Таблица 2

Факторная структура оценки вызывающе-сексуального сюжета (объясняет 69,65% дисперсии)

| Шкала | Фактор 1 | Фактор 2 | Фактор 3 | Фактор 4 | Фактор 5 | Фактор 6 | Фактор 7 | Фактор 8 |
|-----------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| Непонятная – Понятная | | | | | | -0,62 | | |
| Неактуальная – Актуальная | | | | | -0,56 | | | |
| Реалистичная – Нереальная | | 0,8 | | | | | | |
| Современная – Несовременная | | 0,79 | | | | | | |

Таблица 2. Окончание

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
|--|-------|------|------|-------|------|------|------|------|
| Привлекает внимание – Не привлекает внимание | | 0,73 | | | | | | |
| Интимная – Публичная | | | | | | | | 0,9 |
| Оптимистичная – Пессимистичная | 0,49 | | | | | | | |
| Враждебная – Дружественная | | | 0,57 | | | | | |
| Притягивающая – Отталкивающая | 0,73 | | | | | | | |
| Огорчающая – Радующая | -0,75 | | | | | | | |
| Раздражающая – Успокаивающая | -0,57 | | | | | | | |
| Сексуальная – Асексуальная | | | | | | | | 0,41 |
| Смешная – Несмешная | | | | | | | 0,76 | |
| Хочется повторять действия – Не хочется повторять действия | 0,6 | | | | | | | |
| Запоминается – Не запоминается | | | | | | 0,82 | | |
| Вызывает страх – Не вызывает страх | | | 0,68 | | | | | |
| Герои близки – Не близки | | 0,51 | | | | | | |
| Герои вызывают симпатию – Герои вызывают антипатию | 0,81 | | | | | | | |
| Понравится моим друзьям – Не понравится моим друзьям | 0,63 | | | | | | | |
| Понимаю чувства героев – Не понимаю чувства героев | | | | | 0,57 | | | |
| Приличная – Неприличная | | | | 0,81 | | | | |
| Одобрю поведение героев – Осуждаю поведение героев | 0,67 | | | | | | | |
| Поведение героев неприемлемо в обществе – Поведение героев приемлемо в обществе | | | | -0,56 | | | | |
| Понравится моим родителям – Не понравится моим родителям | | | | 0,79 | | | | |
| Вызывает сочувствие – Не вызывает сочувствие | | | | | 0,74 | | | |
| Вызывает желание обсудить с другими – Не вызывает желание обсудить с другими | | | | | 0,61 | | | |
| Противоречит нравственным нормам – Не противоречит нравственным нормам | | | | -0,71 | | | | |
| Хорошая – Плохая | 0,56 | | | | | | | |
| Приемлемая – Неприемлемая | 0,54 | | | | | | | |
| Вызывает желание вмешаться и прекратить – Не вызывает желание вмешаться и прекратить | -0,79 | | | | | | | |
| Вызывает желание привлечь полицию – Не вызывает желание привлечь полицию | -0,72 | | | | | | | |

Факторная структура оценки агрессивного сюжета (объясняет 68,07% дисперсии)

| Шкала | Фактор 1 | Фактор 2 | Фактор 3 | Фактор 4 | Фактор 5 | Фактор 6 | Фактор 7 | Фактор 8 |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| Непонятная – Понятная | | | | | | | | 0,81 |
| Неактуальная – Актуальная | | | | | | 0,75 | | |
| Реалистичная – Нереальная | | | 0,83 | | | | | |
| Современная – Несовременная | | | 0,81 | | | | | |
| Привлекает внимание – Не привлекает внимание | | | | | 0,74 | | | |
| Интимная – Публичная | | 0,71 | | | | | | |
| Оптимистичная – Пессимистичная | 0,48 | | | | | | | |
| Враждебная – Дружественная | -0,58 | | | | | | | |
| Притягивающая – Отталкивающая | 0,72 | | | | | | | |
| Огорчающая – Радующая | -0,45 | | | | | | | |
| Раздражающая – Успокаивающая | -0,55 | | | | | | | |
| Сексуальная – Асексуальная | 0,54 | | | | | | | |
| Смешная – Несмешная | 0,62 | | | | | | | |
| Хочется повторять действия – Не хочется повторять действия | 0,79 | | | | | | | |
| Запоминается – Не запоминается | | | | | 0,75 | | | |
| Вызывает страх – Не вызывает страх | -0,49 | | | | | | | |
| Герои близки – Не близки | | | | 0,69 | | | | |
| Герои вызывают симпатию – Герои вызывают антипатию | 0,81 | | | | | | | |
| Понравится моим друзьям – Не понравится моим друзьям | 0,82 | | | | | | | |
| Понимаю чувства героев – Не понимаю чувства героев | | | | | | | 0,84 | |
| Приличная – Неприличная | | 0,64 | | | | | | |
| Одобрять поведение героев – Осуждать поведение героев | | 0,77 | | | | | | |
| Поведение героев неприемлемо в обществе – Поведение героев приемлемо в обществе | | | | | 0,44 | | | |
| Понравится моим родителям – Не понравится моим родителям | | | | 0,66 | | | | |
| Вызывает сочувствие – Не вызывает сочувствие | | | 0,4 | | | | | |
| Вызывает желание обсудить с другими – Не вызывает желание обсудить с другими | | | | | | -0,4 | | |

Таблица 3. Окончание

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
|---|---|-------|---|------|---|-------|---|---|
| Противоречит нравственным нормам – Не противоречит нравственным нормам | | -0,51 | | | | | | |
| Хорошая – Плохая | | | | 0,49 | | | | |
| Приемлемая – Неприемлемая | | 0,74 | | | | | | |
| Вызывает желание вмешаться и прекратить – Не вызывает желание вмешаться и прекратить | | | | | | -0,67 | | |
| Вызывает желание привлечь полицию – Не вызывает желание привлечь полицию | | | | | | -0,84 | | |

Таблица 4

Факторная структура оценки циничного сюжета (объясняет 69,09% дисперсии)

| Шкала | Фактор 1 | Фактор 2 | Фактор 3 | Фактор 4 | Фактор 5 | Фактор 6 | Фактор 7 | Фактор 8 |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| Непонятная – Понятная | | | | | | 0,78 | | |
| Неактуальная – Актуальная | | | | | | | -0,54 | |
| Реалистичная – Нереальная | | | | | -0,67 | | | |
| Современная – Несовременная | | | | | -0,53 | | | |
| Привлекает внимание – Не привлекает внимание | | | | 0,54 | | | | |
| Интимная – Публичная | | | | | 0,74 | | | |
| Оптимистичная – Пессимистичная | | | | | 0,59 | | | |
| Враждебная – Дружественная | | 0,44 | | | | | | |
| Притягивающая – Отталкивающая | | 0,53 | | | | | | |
| Огорчающая – Радующая | | | 0,83 | | | | | |
| Раздражающая – Успокаивающая | | | 0,75 | | | | | |
| Сексуальная – Асексуальная | | | | | | | | 0,83 |
| Смешная – Несмешная | | | | | | -0,42 | | |
| Хочется повторять действия – Не хочется повторять действия | | | | | 0,51 | | | |
| Запоминается – Не запоминается | | | 0,47 | | | | | |
| Вызывает страх – Не вызывает страх | | | | | | | 0,76 | |
| Герои близки – Не близки | | 0,87 | | | | | | |
| Герои вызывают симпатию – Герои вызывают антипатию | -0,78 | | | | | | | |
| Понравится моим друзьям – Не понравится моим друзьям | | | | | | | | 0,62 |
| Понимаю чувства героев – Не понимаю чувства героев | | | | 0,56 | | | | |
| Приличная – неприличная | -0,59 | | | | | | | |

Таблица 4. Окончание

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
|--|-------|------|---|------|---|---|---|-------|
| Одобрять поведение героев – Осуждать поведение героев | -0,87 | | | | | | | |
| Поведение героев неприемлемо в обществе – Поведение героев приемлемо в обществе | 0,66 | | | | | | | |
| Понравится моим родителям – Не понравится моим родителям | | | | | | | | 0,45 |
| Вызывает сочувствие – Не вызывает сочувствие | | | | 0,74 | | | | |
| Вызывает желание обсудить с другими – Не вызывает желание обсудить с другими | 0,55 | | | | | | | |
| Противоречит нравственным нормам – Не противоречит нравственным нормам | | | | | | | | -0,49 |
| Хорошая – Плохая | -0,69 | | | | | | | |
| Приемлемая – Неприемлемая | | | | | | | | 0,73 |
| Вызывает желание вмешаться и прекратить – Не вызывает желание вмешаться и прекратить | | | | | | | | -0,5 |
| Вызывает желание привлечь полицию – Не вызывает желание привлечь полицию | | 0,41 | | | | | | |

Также были выявлены межполовые различия в оценках неэтичных явлений, изображенных на предложенном нами стимульном материале (табл. 5).

Женщинам запоминается вызывающе-сексуальный сюжет, в отличие от мужчин. Такой сюжет не понравится в большей мере родителям женщин, чем мужчин. Вероятно, это можно объяснить более строгими нормами поведения для женщин в межполовых отношениях по сравнению с мужчинами.

Агрессивный сюжет женщинам кажется более пессимистичным и с большей вероятностью не понравится их друзьям, чем в случае мужской выборки. У женщин этот рисунок вызывает страх, в отличие от мужчин. По-видимому, это объясняется большей впечатлительностью женщин, их меньшей физической силой и меньшим опытом в драках.

Циничные сюжеты с точки зрения женщин гораздо более актуальны и отталкивающи, оценки мужчин близки к нейтральным по этому параметру. Также женщины считают эти рисунки более современными. Однако, мужчин они раздражают больше, чем женщин. При этом они больше понимают чувства героев, чем женщины.

Выводы.

1. Предложенный методический прием для оценки нравственной сферы личности представляет собой рисованные сюжеты трех категорий (вызывающе-сексуальные, агрессивные, циничные), релевантных опыту респондентов, признава-

Различия в оценках мужчинами и женщинами сюжетных рисунков

| Шкала | Пол | | z | p |
|--|------|------|-------|-------|
| | м | ж | | |
| Вызывающе-сексуальное поведение | | | | |
| Запоминается – Не запоминается | 3,04 | 2,33 | 1,79 | 0,07* |
| Понравится моим родителям – Не понравится моим родителям | 4,09 | 4,67 | -2,29 | 0,02 |
| Агрессия | | | | |
| Оптимистичная – Пессимистичная | 4,09 | 4,69 | -2,1 | 0,04 |
| Вызывает страх – Не вызывает страх | 3,00 | 1,92 | 2,97 | 0,003 |
| Понравится моим друзьям – Не понравится моим друзьям | 4,13 | 4,61 | -1,95 | 0,05 |
| Цинизм | | | | |
| Неактуальная – Актуальная | 3,3 | 4,14 | -2,18 | 0,03 |
| Современная – Несовременная | 1,96 | 1,49 | 1,75 | 0,08* |
| Притягивающая – Отталкивающая | 3,3 | 4,03 | -2,22 | 0,03 |
| Раздражающая – Успокаивающая | 1,61 | 2,29 | -1,77 | 0,08* |
| Понимаю чувства героев – Не понимаю чувства героев | 3,74 | 3,09 | 1,77 | 0,08* |

*Различия значимы на уровне тенденции

емых неэтичными и при этом имеющих свою специфику в оценках (интимность, опасность).

2. Были выявлены половые различия в оценках неэтичных сюжетов: агрессивные больше пугают женщин, вызывающе-сексуальные не соответствуют нормам их окружения.

3. Рисунки с сюжетами, изображающими неэтичные явления окружающего мира, могут применяться в исследованиях нравственной сферы личности совместно с методикой «Нравственное самоопределение личности» А.Е. Воробьевой и А.Б. Купрейченко. Они не подвержены быстрому устареванию в отличие от неэтичной рекламы и не воспринимаются мужчинами отстраненно в отличие от заголовков.

Литература

1. Воробьева А.Е. Личностные и групповые факторы нравственного самоопределения молодежи. Дисс... канд. психол. наук. М., 2010. 214 с.
2. Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Экономическое самоопределение: Теория и эмпирические исследования. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. 480 с.
3. 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. гуманитар. акад., 2008. С. 10-15.

4. Овчарова Р.В., Мельникова Н.В. Развитие нравственной сферы личности дошкольника. СПб.: Изд-во «Амалтея», 2008. 336 с.

5. Подольский Д.А. Особенности альтруистической позиции в подростковом возрасте. Дисс... канд. психол. наук. М., 2006. 181 с.

6. Подольский О.А. Моральная компетентность современных подростков: психологическое содержание и методы оценки. Дисс... канд. психол. наук. М., 2007. 189 с.

7. Практикум по возрастной психологии / под ред. Л.А. Головей, Е.Ф. Рыбалко. СПб.: Речь, 2006. – 688 с.

8. 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, pp. 273-291.

Приложения

Авторский методический прием для оценки нравственного самоопределения по отношению к неэтичным явлениям окружающего мира

Уважаемые господа, приглашаем Вас принять участие в исследовании. Оцените, пожалуйста, представленные на рисунках ситуации по следующим шкалам. 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 рисунка.

| | | Полюса шкал | | | | | Номер рисунка | | |
|---------------------|---|------------------------|---|---|--|---|---------------|---|--|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | 1 | 2 | 3 | |
| Непонятная | | Понятная | | | | | | | |
| Неактуальная | | Актуальная | | | | | | | |
| Реалистичная | | Нереальная | | | | | | | |
| Современная | | Несовременная | | | | | | | |
| Привлекает внимание | | Не привлекает внимание | | | | | | | |
| Интимная | | Публичная | | | | | | | |
| Оптимистичная | | Пессимистичная | | | | | | | |
| Враждебная | | Дружественная | | | | | | | |
| Притягивающая | | Отталкивающая | | | | | | | |
| Огорчающая | | Радующая | | | | | | | |
| Раздражающая | | Успокаивающая | | | | | | | |
| Сексуальная | | Асексуальная | | | | | | | |
| Смешная | | Несмешная | | | | | | | |

| | | | | |
|---|--|--|--|--|
| Хочется повторять действия | Не хочется повторять действия | | | |
| Запоминается | Не запоминается | | | |
| Вызывает страх | Не вызывает страх | | | |
| Герои близки | Не близки | | | |
| Герои вызываю симпатию | Герои вызывают антипатию | | | |
| Понравится моим друзьям | Не понравится моим друзьям | | | |
| Понимаю чувства героев | Не понимаю чувства героев | | | |
| Приличная | Неприличная | | | |
| Одобрю поведение героев | Осуждаю поведение героев | | | |
| Поведение героев неприемлемо в обществе | Поведение героев приемлемо в обществе | | | |
| Понравится моим родителям | Не понравится моим родителям | | | |
| Вызывает сочувствие | Не вызывает сочувствие | | | |
| Вызывает желание обсудить с другими | Не вызывает желание обсудить с другими | | | |
| Противоречит нравственным нормам | Не противоречит нравственным нормам | | | |
| Хорошая | Плохая | | | |
| Приемлемая | Неприемлемая | | | |
| Вызывает желание вмешаться и прекратить | Не вызывает желание вмешаться и прекратить | | | |
| Вызывает желание привлечь полицию | Не вызывает желание привлечь полицию | | | |

Рисунки



Рис. 1. Вызывающе-сексуальное поведение

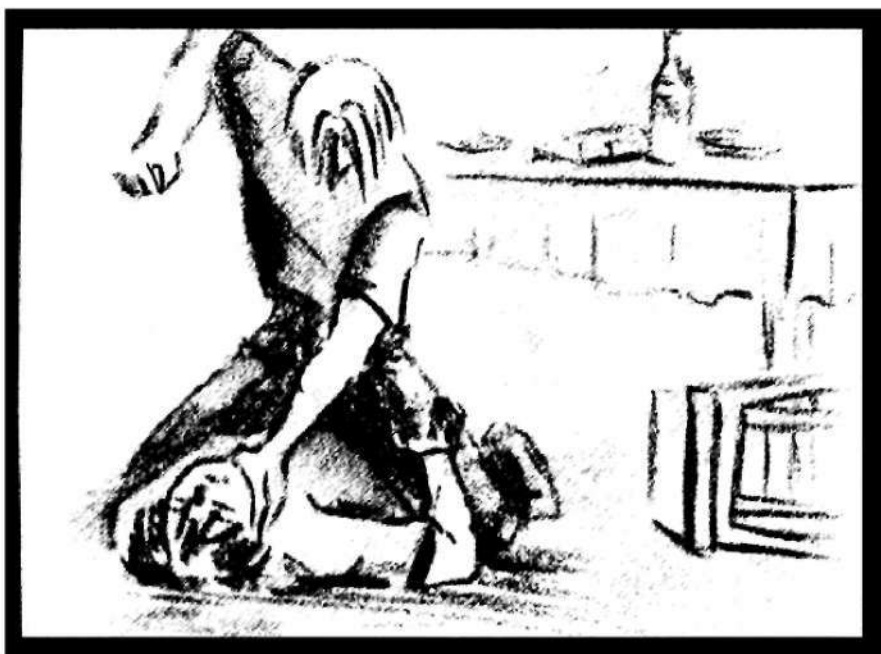


Рис. 2. Агрессивное поведение

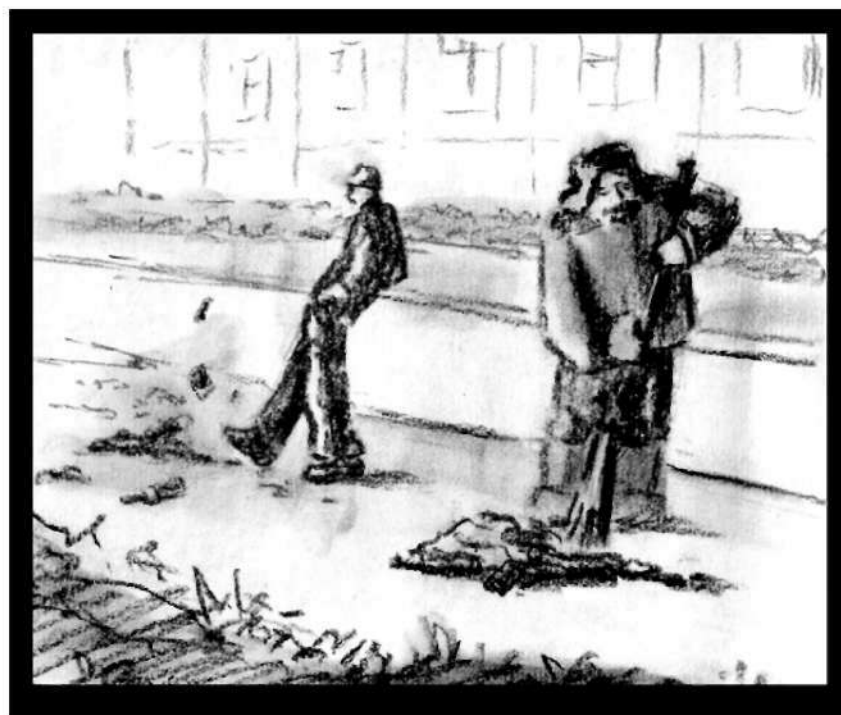


Рис. 3. Циничное поведение