

*На правах рукописи*



004605321

**КУПРЕЙЧЕНКО Алла Борисовна**

**НРАВСТВЕННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ДЕТЕРМИНАЦИЯ  
ЭКОНОМИЧЕСКОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ  
ЛИЧНОСТИ И ГРУППЫ**

Специальность 19.00.05 – социальная психология  
(психологические науки)

**Автореферат**  
диссертации на соискание ученой степени  
доктора психологических наук

**17 ИЮН 2010**

Москва – 2010

Работа выполнена в лаборатории социальной и экономической психологии  
Учреждения Российской академии наук Института психологии РАН

**Официальные оппоненты:**

доктор психологических наук, профессор

**Воловикова Маргарита Иосифовна**

доктор психологических наук, профессор

**Чернышев Алексей Сергеевич**

доктор психологических наук, профессор

**Гриценко Валентина Васильевна**

**Ведущая организация:** Российская академия государственной службы при  
Президенте РФ

Защита состоится «07» июня 2010 г. в 15 час. 00 мин. на заседании  
диссертационного совета Д 002.016.01 по защите диссертаций на соискание  
ученой степени доктора психологических наук при Учреждении Российской  
академии наук Института психологии РАН по адресу: 129366, Москва, ул.  
Ярославская, 13.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Учреждения Российской  
академии наук Института психологии РАН

Автореферат разослан «30» апреля 2010 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,  
кандидат психологических наук



Андреева Е.А.

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Постановка проблемы и актуальность исследования.** Поликультурная природа России, ее исторический путь, а также череда социально-экономических, политических и иных общественных трансформаций одного только 20-го века, сформировали особый тип менталитета значительной части населения нашей страны, для которого характерен высокий уровень рефлексии происходящих изменений, жизнестойкость и готовность к переменам в сочетании со способностью отстаивать собственные принципы и убеждения, ценности и идеалы, нормы и образ жизни. Перечисленные свойства являются важными основаниями гражданского, этнического, религиозного, политического, экономического и в целом социального, нравственного, духовного и жизненного самоопределения нынешнего поколения россиян. Последнее десятилетие прошлого века характеризуется также 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. Так, ослабление государственного и правового регулирования привело к росту теневого сектора, в котором особое влияние приобрели силовые методы. В этих условиях особую значимость приобретают неформальные регуляторы, такие как личные и групповые кодексы социальных, в том числе нравственных норм. Это положение было подтверждено в ходе изучения представлений современных российских руководителей об этических проблемах экономической активности. Поиск и выбор нравственных эталонов, формирование нравственных кодексов и стратегий, их рефлексия и соответствующий дискурс становятся важной частью общественной, корпоративной и частной жизни. Анализ этих процессов представляет важную научную задачу, обладающую также высочайшей социальной релевантностью.

Результаты исследований в области экономической психологии позволяют сделать вывод о том, что «субъекты», а именно активно действующие индивиды или группы, преобразующие окружающий мир, принимающие готовые или формирующие собственные социальные нормы и правила, эталоны и стандарты и т.п., действительно существуют и реально выявляются. Исследования экономического поведения различных социальных групп современной России показывают, что оно детерминировано далеко не только требованиями и условиями сложившейся социально-экономической ситуации. Традиционные объяснения, обычно сопровождающиеся обвинениями основных массовых групп населения в косности, неадаптивности, приверженности стереотипам, низкой мобильности, неготовности к рыночным отношениям и т.д., фактически не раскрывают основных объяснительных

социально-психологических механизмов экономического поведения. Понять экономическое поведение личности или группы, особенно противоречащее экономическому интересу, можно, лишь встав на их позиции как субъектов жизнедеятельности в целом, поскольку в ряде ситуаций субъект преследует не сиюминутные экономические интересы, а защищает жизненные смыслы, ценности и идеалы, принципы и нормы наиболее значимые для него или для его 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 с целью достижения единства или согласованности общественных, групповых и личных интересов. Поэтому нравственные факторы нельзя рассматривать как рядоположенные экономическим, политическим и т.д. Многие экономико-психологические феномены (мотивы, притязания, принципы, стратегии, отношения и т.д.) имеют нравственную природу, поскольку определяются базовыми отношениями субъекта к окружающему миру, людям, самому себе. Как нравственно допустимые и недопустимые воспринимаются различные цели, виды и способы производства, распределения, обмена и потребления, а также уровни дохода и благосостояния. В категориях добра и зла оцениваются экономические объекты и явления (деньги и собственность, бедность и богатство, деловой мир, кризисы, безработица, реклама и т.д.). Нравственными или безнравственными считаются те или иные виды отношений между людьми в экономической сфере (партнерство, конкуренция, конфликты, долговые обязательства и т.д.). На этой основе субъекты экономической активности определяют приемлемые или неприемлемые виды экономической деятельности, а также стратегии поведения в различных условиях и ситуациях.

Отечественными психологами достаточно глубоко изучены культурно и исторически обусловленные представления россиян о добре и зле, нравственном идеале, порядочном человеке и другие составляющие нравственного сознания также как и детерминация их становления. Однако исследования этического аспекта экономического сознания субъекта ранее в отдельное научное направление не выделялись. Вместе с тем, выполненные эмпирические исследования таких феноменов как нравственная оценка денег и разных форм экономического поведения, отношение к соблюдению нравственных норм и доверие/недоверие в деловом взаимодействии, отношение к незтичной рекламе и др. позволяют сделать заключение о наличии специфических закономерностей их формирования, существовании взаимосвязи между ними и об их влиянии на экономическое поведение субъекта. Этим

определяется необходимость системного социально-психологического анализа детерминации, механизмов и динамики нравственно-психологических факторов экономического поведения.

Экономическое поведение представляет трудность для изучения методами психологической науки (за исключением естественного эксперимента или наблюдения). Но и наблюдаемое экономическое поведение не позволяет прогнозировать дальнейшую активность субъекта в других условиях, с другими партнерами или на другом этапе его жизни. Для этого необходим анализ ценностно-смысловой основы *экономической активности*, под которой понимается деятельностное или бездеятельностное состояния субъекта в системе экономических отношений, обусловленное внутренней мотивацией и преломленным через нее влиянием внешних факторов. Еще Адам Смит утверждал, что скупость и бережливость одинаково проявляются в поведении и отличаются лишь своими побудительными мотивами. В выполненном эмпирическом исследовании установлено, что нравственно-психологические факторы экономической активности довольно тесно взаимосвязаны, например, нравственная оценка мира бизнеса оказывает влияние на выбор способа материального самообеспечения и формирование стратегий поведения личности в деловом взаимодействии с другими людьми. Поэтому наиболее перспективным для изучения целостной системы нравственно-психологических факторов является анализ комплексных феноменов, одним из которых и выступает экономическое самоопределение субъекта. Этот теоретический конструкт и феномен самосознания, фокусирующий внимание на самодетерминации, включает в числе других элементов также феномены «предповедения» - готовность субъекта к различным видам и формам активности, предпочтение тех или иных стратегий поведения. Поэтому его анализ способен дать достаточно полное и глубокое понимание мотивов, целей и направлений движения личности или группы в экономической сфере, социуме и собственной жизни. Самоопределение в достаточной степени удовлетворяет требованиям доступности для изучения большинством психологических методов, системности анализа, учета ценностно-смысловых основ поведения а, следовательно, прогностичности и надежности.

Таким образом, важная научная проблема состоит в выявлении механизмов и закономерностей взаимодействия нравственно-психологических факторов и экономической активности. Перспективным является новое научное направление «изучение нравственно-психологической детерминации экономического самоопределения личности и группы», предполагающее системный анализ элементов экономического самоопределения личности и группы, имеющих нравственную природу;

их взаимосвязей, структуры, детерминации и динамики в различных, в том числе, кризисных условиях; а также функций на разных этапах жизнедеятельности.

**Предмет** предлагаемого научного направления – внутренние и внешние детерминанты экономического самоопределения личности и группы. Под внутренними детерминантами понимаются следующие нравственно-психологические компоненты экономического самоопределения: представления субъекта о нравственных регуляторах в экономической сфере, нравственная оценка экономических объектов и явлений, отношение к соблюдению нравственных норм в деловых отношениях и др. Наиболее значимыми детерминантами нравственно-психологической составляющей экономического самоопределения являются такие комплексные феномены как нравственное самоопределение субъекта, его социально-психологическое пространство, особенности доверия и недоверия субъекта миру, себе, другим людям.

**Цель исследования** заключается в разработке нового научного направления – изучение нравственно-психологической детерминации экономического самоопределения личности и группы – ее структуры и механизмов.

**Задачи исследования:**

1. Провести теоретический анализ концептуальных, методологических основ и очертить возможные направления исследований нравственно-психологической детерминации экономического самоопределения личности и группы.
2. В рамках нового научного направления провести системный социально-психологический анализ детерминации, механизмов и динамики нравственно-психологических факторов экономического сознания и поведения субъекта.
3. Разработать комплекс методических приемов для изучения нравственного аспекта экономического самоопределения личности и группы.
4. Выделить нравственно-психологические компоненты экономического самоопределения, раскрыть их взаимосвязи и взаимовлияние, описать функции на различных этапах жизнедеятельности, а также особенности структуры, детерминации и динамики в различных, в том числе, кризисных условиях.
5. Показать особую роль нравственного самоопределения субъекта в детерминации его экономического самоопределения.
6. Выявить механизмы разрешения личностью нравственных противоречий в экономической сфере и продемонстрировать особую значимость механизма дифференцированного соблюдения субъектом нравственных норм делового поведения в отношении различных категорий его социально-психологического пространства.

7. Разработать концептуальную модель и выполнить анализ взаимосвязи нравственно-психологических компонентов экономического самоопределения с групповыми психологическими феноменами на базе современных организаций.

**Основная теоретическая гипотеза.** Взаимодетерминация нравственно-психологических феноменов и экономической активности многоаспектна, многоуровневая и носит циклический характер.

Нравственно-психологические компоненты и детерминанты экономического самоопределения тесно взаимосвязаны и иерархически организованы, они оказывают как непосредственное, так и опосредствованное, как осознаваемое, так и неосознаваемое влияние на экономическое сознание и поведение субъектов. В частности, на глубинном уровне нравственно-психологические феномены составляют смысловую и ценностную основу экономической сферы жизнедеятельности субъекта (экономических смыслов, мотивов, притязаний и т.д.). Нравственное сознание субъекта также определяет выбор форм и стратегий экономического поведения, соблюдение нравственных норм делового поведения. Кроме того, содержательные и формально-динамические характеристики нравственно-психологических составляющих экономического самоопределения влияют на удовлетворенность результатами экономической деятельности и определяют динамику экономического поведения субъекта. В свою очередь, успешность, безопасность и комфортность экономической активности и деловых отношений определяют нравственные оценки субъектом экономических явлений, а также его отношение к нормам деловой этики.

#### **Эмпирические гипотезы исследования:**

1. В сознании респондентов экономические объекты и явления (мир бизнеса, деньги, способы материального самообеспечения, реклама) тесно связаны с нравственными ценностями. Нравственные оценки экономических объектов и явлений нередко являются амбивалентными и противоречивыми.

2. Нравственно-психологические компоненты экономического самоопределения (нравственные оценки экономических объектов и явлений, а также самоотношение и отношение к другим людям по поводу соблюдения нравственных норм) связаны между собой и с другими характеристиками экономической активности субъекта. Эти взаимосвязи могут быть как непосредственными, так и опосредствованными, как осознаваемыми, так и неосознаваемыми.

3. Личностные особенности индивидуального субъекта или членов группы, специфика их экономической активности и профессиональной деятельности, а также организационные и групповые психологические феномены взаимосвязаны с нравственно-психологическими компонентами экономического самоопределения.

4. Значимыми детерминантами нравственно-психологической составляющей экономического самоопределения являются комплексные нравственно- и социально-психологические феномены (нравственное самоопределение, доверие и недоверие, психологическая дистанция).

**Теоретико-методологическую основу исследования** составили комплексный и системный подходы в психологической науке (К.А. Абульханова, Б.Г. Ананьев, Л.И. Анцыферова, В.Г. Асеев, В.А. Барабанщиков, В.А. Бодров, А.В. Брушлинский, А.А. Деркач, В.Н. Дружинин, А.Л. Журавлев, В.П. Зинченко, В.В. Знаков, В.А. Кольцова, А.Н. Леонтьев, Б.Ф. Ломов, С.Л. Рубинштейн, Е.В. Шорохова, А.В. Юревич, М.Г. Ярошевский и др.); психосоциальный подход (К.А. Абульханова, А.Л. Журавлев, С.Л. Рубинштейн); субъектный подход (Б.Г. Ананьев, К.А. Абульханова, А.В. Брушлинский, А.Л. Журавлев, В.В. Знаков, Т.П. Емельянова, С.Л. Рубинштейн, Е.А. Сергиенко и др.); теория психологического отношения (А.Л. Журавлев, А.Ф. Лазурский, Б.Ф. Ломов, В.Н. Мясищев, К.К. Платонов, В.П. Позняков, И.Р. Сушков, П.Н. Шихирев, Е.В. Шорохова и др.); теория социального познания (Г.М. Андреева, Дж. Брунер, А.И. Донцов, У. Найсер, В.Ф. Петренко, П.Н. Шихирев, А.В. Юревич и др.); теории самоопределения субъекта (К.А. Абульханова, Л.И. Божович, Э. Деси, М.Р. Гинзбург, Е.А. Климов, Р. Райан, С.Л. Рубинштейн, В.Ф. Сафин, Д.И. Фельдштейн, А.С. Чернышев и др.), концептуальные положения психологии нравственности (К.А. Абульханова, В.В. Аншакова, Л.И. Божович, Б.С. Братусь, М.И. Воловикова, Ж. Пиаже, Л.М. Попов, С.Л. Рубинштейн, А.А. Хвостов, В.Э. Чудновский и др.); психологии доверия и недоверия (И.В. Антоненко, А. Байер, Р. Крамер, Р. Левицки, Б.Ф. Поршнев, Т.П. Скрипкина, А. Селигмен, Ф. Фукуяма, Р. Хардин, Л. Хосмер, Р. Шо, Э. Эриксон и др.); положения о нравственной и духовной обусловленности социального, трудового, экономического, профессионального и организационного поведения как в классических работах (М. Вебер, И.А. Ильин, А. Смит, М.И. Туган-Барановский, З. Фрейд, Э. Фромм), так и современных (Л.Н. Аксеновская, Т.Ю. Базаров, М.И. Бобнева, В.А. Бодров, Ю.Я. Голиков, О.С. Дейнека, А.А. Деркач, Л.Г. Дикая, Г.Г. Дилигенский, А.И. Донцов, Е.П. Ермолаева, А.Л. Журавлев, А.Н. Занковский, А.Д. Карнышев, А.Н. Костин, М.В. Муконина, А.А. Обознов, В.П. Позняков, В.А. Пономаренко, Е.Н. Резников, Ю.К. Стрелков, В.А. Хащенко, В.Д. Шадриков, Е.Б. Шестопал, П.Н. Шихирев и др.), концептуальные положения исследований российского менталитета (К.А. Абульханова, А.В. Брушлинский, М.И. Воловикова, В.В. Гриценко, Г.Г. Дилигенский, И.А. Джидарьян, В.А. Кольцова, Н.М. Лебедева, В.Ф. Петренко, Е.Н. Резников, В.Е. Семенов и др.); методологические основания исследований социальных и психологических пространств, миров, дистанции и т.п. (А. Адлер, Е. Богардус, Ю.М. Забродин, Г. Зиммель, В.Е. Ключко, К.

Левин, О.И. Муравьева, С.К. Нартова-Бочавер, А.В. Петровский, Н.Р. Салихова, П. Сорокин, Д.И. Фельдштейн и др.); концептуальные положения психологии дискурса, коммуникаций и дискурсивной психологии (В.В. Латынов, А.Н. Лебедев, В.П. Морозов, Н.Д. Павлова, Дж. Поттер, М. Уззерелл, Т.Н. Ушакова и др.).

**Методы исследования** включают номотетический и идеографический методы исследования, основанные на системном, субъектном и психосоциальном подходах. Основными методами эмпирического исследования выступали фокус-группы, ассоциативный метод, анализ сочинений, анкетный опрос, структурированное интервью, психологическое тестирование, наблюдение в ходе тренинга, включенное наблюдение, психологический анализ деятельности организаций.

Разработан комплекс методических приемов для анализа нравственного аспекта экономического самоопределения. В их числе методики: оценки доверия и недоверия личности (3 вида методик и их модификации для различных групп респондентов и задач исследования); отношения к соблюдению нравственных норм делового поведения (3 методических приема и их модификации); нравственной оценки денег; отношения к неэтичной рекламе и газетным заголовкам; нравственного самоопределения.

Для обработки данных использовались контент-анализ и методы математической статистики: описательная статистика, корреляционный, факторный, кластерный анализ, параметрические и непараметрические методы анализа различий между зависимыми и независимыми переменными с применением программы Статистика.

**Эмпирическая база исследования.** В исследовании, которое проводилось с 1996 по 2009 годы, приняло участие в общей сложности более 3500 человек, представляющих преимущественно московский регион. На отдельных этапах исследования, программы которых частично совпадали, приняло участие следующее количество респондентов. В исследовании факторов социально-психологического пространства и психологической дистанции субъекта – 779 человек различных видов деятельности и возрастов. В исследовании доверия/недоверия личности - 1378 респондентов от 13 до 60 лет, из которых 809 принимали участие в исследовании на этапе разработки и психометрической проверки методики. В исследовании отношения личности к соблюдению нравственных норм, которое включало 4 этапа, приняло участие 700 предпринимателей, менеджеров и наемных работников. В исследовании доверия/недоверия в организации – 457 человек, отношения к соблюдению нравственных норм в организации - 257 человек. Общее число организаций различных сфер деятельности – 37. Нравственная оценка денег изучалась на выборке 396

человек, принадлежащих к различным экономическим и социально-демографическим группам. В исследовании нравственного самоопределения приняли участие 121 человек в возрасте от 17 до 35 лет.

### **Положения, выносимые на защиту**

1. Важной задачей современной социальной и экономической психологии является изучение нравственно-психологической регуляции экономической активности личности, группы, общества. Обоснование и развитие нового научного направления «изучение нравственно-психологической детерминации экономического самоопределения личности и группы» включает системный анализ элементов экономического самоопределения личности и группы, имеющих нравственную природу; их взаимосвязей, структуры, детерминации и динамики в различных, в том числе, кризисных условиях; а также функций на разных этапах жизнедеятельности. Под экономическим самоопределением понимается поиск субъектом своего способа жизнедеятельности в системе экономических отношений (трудовых, обменных, имущественных, распределительных, потребительских и др.) на основе его представлений о социально-экономических условиях и их динамике, собственных притязаниях, ожиданиях и потенциальных возможностях как динамично развивающихся во времени психологических образованиях, а также на основе жизненных смыслов, целей, идеалов и принципов.

2. Нравственно-психологические компоненты экономического самоопределения детерминируют экономическую активность как непосредственно - ограничивая выбор допустимых ее форм (через оценки этичности или неэтичности тех или иных способов экономического самообеспечения, делового поведения и т.д.), так 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.

3. Экономическое самоопределение включает следующие нравственно-психологические компоненты: 1) самоопределение в отношении морали и нравственности как части экономического сознания и социального института, регулирующего экономические отношения; т.е. самоопределение в системе мировоззрений, концепций нравственности, моральных ценностей различных эпох и культур как регуляторов экономической активности, в том числе стратегии разрешения

противоречий между ними и т.д.; 2) самоопределение в отношении экономических явлений, в частности нравственная оценка разных видов экономических объектов, отношений и активности (мира бизнеса и делового мира, бедности и богатства, собственности и денег, налогов и сбережений, разных способов самообеспечения, потребления, инвестирования, сбережения и т.д., безработицы и кризисов, конкуренции и партнерства, рекламы и т.д.), а также стратегии поведения в случаях столкновения эгоцентрических и просоциальных экономических мотивов и др.; 3) нравственное самоопределение в отношении нравственности других субъектов экономической активности, этические стратегии взаимодействия с различными их категориями и в различных ситуациях и др.; 4) самоопределение субъекта в отношении собственной нравственности в экономических отношениях, в том числе принципы и механизмы ее саморегуляции, в частности представления о нравственном идеале и эталоне, способах и критериях их достижения. Нравственно-психологические компоненты экономического самоопределения субъекта тесно взаимосвязаны.

4. Динамика экономического самоопределения носит нелинейный характер и определяется закономерностями, в которых отчетливо прослеживается влияние нравственных факторов: феномен «качественного экономического скачка» в условиях относительно устойчивого экономического развития; рассогласование социально-психологической и экономической детерминации в условиях экономического кризиса; изменение в процессе самоопределения психологических функций отдельных компонентов экономического сознания субъекта; механизмы стимулирования или сдерживания экономической активности, а также обуславливания противоречивого, или «колебательного» экономического поведения.

5. Нравственно-психологическими основаниями и детерминантами экономического самоопределения выступают такие комплексные феномены как нравственная зрелость, нравственная культура, нравственное самоопределение субъекта, а также отдельные их составляющие: представления о нравственности и морали, нравственные ориентации и стратегии, доверие и недоверие себе, другим людям, миру и др. *Нравственное самоопределение* понимается как процесс поиска субъектом своего способа жизнедеятельности в 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).

6. Система нравственно-психологических составляющих экономического самоопределения может характеризоваться противоречивостью и неоднородностью. В настоящее время у значительных групп населения имеет место негативная оценка денег, собственности, богатства. Для большей части респондентов характерна амбивалентность нравственных оценок экономических благ, что является результатом неоднократных радикальных изменений российского общества и социальных норм, признаком несформированности этических кодексов экономического взаимодействия. Амбивалентность и несформированность нравственно-психологических компонентов экономического самоопределения определяют особенности экономической активности субъекта и ее динамики (непоследовательную экономическую активности или активность, противоречащую реальным экономическим условиям).

7. Для разрешения или устранения нравственных противоречий субъектами экономической активности используются различные психологические механизмы, в т.ч. разные формы психологической защиты. Ключевым механизмом нравственно-психологической регуляции экономической активности и разрешения нравственных противоречий является дифференцированное соблюдение нравственных норм делового поведения в отношении представителей различных социальных категорий. Существуют нравственные качества, зависящие от этих факторов, в большей степени (ответственность, терпимость) или в меньшей - (правдивость).

8. Соблюдение субъектом нравственных норм выступает регулятором его взаимоотношений с различными категориями людей, способствует их стабилизации, преодолению недоверия и формированию доверия и т.д. Соблюдая или не соблюдая нравственные нормы делового поведения, субъект самоопределяется в социально-психологическом пространстве и опосредствованно – в экономических отношениях. Психологическое пространство человека есть сформированная субъектом система позитивно, нейтрально или негативно значимых объектов или явлений (включая его самого), занимающих конкретные позиции в структуре, находящихся в специфических связях и отношениях друг с другом и выполняющих некоторые функции или роли в соответствии с определенными закономерностями. Социально-психологическое пространство образовано объектами, имеющими социальную природу.

9. Факторы социально-психологического пространства и, соответственно, основания категоризации субъектом социального окружения - иерархически организованы. В их ряду можно выделить комплексные отношения или «мета-отношения»: психологическая дистанция с объектом, различной модальности значимость его для субъекта, доверие и недоверие взаимодействующих сторон, а также уважение и неуважение и др. Результат категоризации субъектом окружающего

мира по одному из этих критериев является частным случаем одномерного психологического пространства. Доверие и недоверие выполняют особую роль в нравственной регуляции социального и экономического поведения: во-первых, их уровень во многом определяется степенью нравственности взаимодействующих сторон, а, во-вторых, уровень доверия и недоверия определяет степень соблюдения партнерами нравственных норм в отношении друг друга.

10. Детерминантами нравственно-психологических компонентов и в целом экономического самоопределения личности и группы выступают личностные и групповые особенности субъекта, специфика экономической активности и профессиональной деятельности, а также организационно- и экономико-психологические феномены. Существуют выраженные различия нравственно-психологических компонентов экономического самоопределения у представителей различных социальных и демографических групп: мужчин и женщин, менеджеров и предпринимателей, руководителей государственных и негосударственных предприятий, работников различного возраста и стажа. Отношение работников предприятия к соблюдению нравственных норм и доверие во многом определяются содержательными и формально-динамическими особенностями организационной культуры (ее однородностью, сформированностью, силой). Существует также ряд высоко значимых, но непосредственно не связанных с культурой факторов (например, личностные особенности сотрудников, условия жизнедеятельности организации и отдельных подразделений и т.п.), оказывающих влияние на нравственную и социально-психологическую атмосферу организации.

**Научная новизна исследования.** Интегративный подход к теоретико-методологическим основаниям и результатам отечественных и зарубежных исследований в области социальной, экономической психологии, а также психологии нравственности, в сочетании с комплексным эмпирическим исследованием позволил разработать новое научное направление – изучение нравственно-психологической детерминации экономического самоопределения. Впервые обоснована перспективность использования для анализа нравственного аспекта экономического сознания и поведения субъекта комплексного психологического феномена – самоопределения. Предложен авторский подход к содержанию, признакам, структуре самоопределения и принципам организации его исследования.

Описаны некоторые специфические закономерности динамики экономического самоопределения, имеющие нравственную основу и механизмы нравственно-психологической регуляции экономического сознания и поведения субъекта. Впервые продемонстрировано в теоретическом анализе и подтверждено в эмпирическом

исследовании, что взаимодетерминация экономической активности и нравственно-психологических феноменов на различных уровнях и этапах самоопределения субъекта осуществляется системой взаимосвязанных факторов.

Продемонстрирована особая значимость комплексных нравственно- и социально психологических феноменов как факторов нравственной составляющей экономического самоопределения субъекта. В их числе нравственное самоопределение, социально-психологическое пространство, психологическая дистанция, доверие и недоверие. Представлена теоретическая модель взаимосвязи этих феноменов. Выполнено эмпирическое исследование, подтвердившее концептуальные представления об этих феноменах как факторах экономического самоопределения.

Предложено авторское понимание содержания и отличительных особенностей нравственного самоопределения. Обосновано авторское определение термина «психологическое пространство», описаны различные его основания, виды и измерения, в частности психологическая дистанция, доверие и недоверие. Рассмотрено соотношение доверия и недоверия, а также различных видов доверия личности (себе, миру, другим людям). В результате эмпирического исследования выявлена как их относительная независимость, так и взаимообусловленность.

Выполнена работа по созданию и валидации методических приемов для анализа нравственно-психологических факторов экономического самоопределения. В их числе методики: оценки доверия и недоверия личности; измерения отношения к соблюдению нравственных норм делового поведения; нравственной оценки денег; изучения отношения к неэтичной рекламе; исследования нравственного самоопределения. На их основе разработаны программы эмпирических исследований.

Впервые проведено исследование самоотношения личности к себе как к субъекту нравственности в деловых отношениях. Выявлены внутриличностные нравственные конфликты и описаны механизмы их устранения и разрешения. Предложен подход, позволяющий выявлять нравственную составляющую отношения личности к деньгам, а также оценивать амбивалентность и противоречивость этого отношения. Впервые в эмпирическом исследовании установлены связи между содержанием и структурой нравственной оценки денег и характеристиками экономической активности личности.

Сформулированы концептуальные представления о взаимосвязи отношений нравственности с организационными психологическими феноменами (организационной культурой, психологическим климатом и атмосферой).

**Теоретическая значимость.** Результаты разработки нового научного направления вносят вклад в становление и развитие актуальных отраслей психологической науки – социальной психологии и психологии нравственности, экономической и организационной психологии. Они также вносят вклад в разработку современных научных направлений: социальное, экономическое, нравственное самоопределение; нравственно-психологическая регуляция социального поведения; исследования социально-психологического пространства личности и группы и др. В рамках этих направлений разработаны подходы к анализу нравственно-психологических механизмов и детерминант экономического самоопределения.

**Практическая значимость результатов исследования.** Полученные в исследовании результаты позволяют выявлять причины и прогнозировать некоторые особенности экономического поведения личности, группы и общества. Результаты исследования представляют интерес для психологической, педагогической, консультационной и социальной работы, а также полезны при разработке учебных курсов и практикумов по социальной, экономической, организационной психологии.

Разработанные методические приемы могут быть использованы в ходе диагностики направлений и перспектив самоопределения различных групп населения в новых социально-экономических условиях, а также при профориентации, профотборе, адаптации новых сотрудников организации.

Полученные результаты могут быть использованы при разработке программ оценки и сопровождения организационных изменений, программ диагностики доверия и недоверия, а также формирования организационной культуры, в том числе ее нравственного компонента.

**Надежность, достоверность результатов и обоснованность выводов** определяются опорой на теоретико-методологические принципы, системной организацией эмпирического исследования, комплексностью используемых в нем программ, методов сбора, обработки и анализа данных, большим объемом выборки,

**Апробация и внедрение результатов исследования.** Результаты, полученные в диссертационном исследовании, обсуждались на следующих конференциях:

1. 6-я всероссийская научно-техническая конференция "Состояние и проблемы измерений" (Москва, 1999);
2. 1-я всероссийская научно-практическая конференция РПО «Психология и экономика» (Калуга, 2000);
3. III-я и IV-я всероссийская научно-практическая конференция «Современные проблемы экономической психологии и этики делового общения в трудовой управленческой и предпринимательской деятельности» (СПб., 2000, 2001);

4. IV, V, VI всероссийская научно-практическая конференция «Психология бизнеса: управление персоналом в государственных организациях и коммерческих структурах» (СПб., 2001, 2002, 2003);

5. Всероссийская научно-практическая конференция «Экономическая психология: современные проблемы и перспективы развития» (СПб., 2002, 2003, 2009);

6. Третий всероссийский съезд психологов (СПб., 2003);

7. 1-я международная научно-практическая конференция «Стратегии динамического развития России: единство самоорганизации и управления» (Москва, 2004);

8. II-й международный конгресс конфликтологов «Современная конфликтология: пути и средства содействия развитию демократии, культуры мира и согласия» (СПб., 2004);

9. Международная научно-практическая конференция «Зависимость, ответственность, доверие: в поисках субъектности» (Ижевск, 2004);

10. 1-я – 5-я Национальная научно-практическая конференция «Психология образования» (М., 2004-2010);

11. 30-й ежегодный конгресс по экономической психологии (IAREP) (Прага, 2005); Всероссийский съезд Российского психологического общества (Ростов-на-Дону, 2007);

12. 2-я всероссийская научная конференция «Национальная идентичность России и демографический кризис» (М., 2007);

13. 2-я всероссийская научно-практическая конференция «Профессиональное и личностное самоопределение молодежи в период социально-экономической стабилизации России» (Самара, 2008);

14. 14-й европейский конгресс по психологии труда и организационной психологии (EAWOP) (Santiago de Compostela, 2009);

15. 10-я международная научно-практическая конференция «Экономическая психология: актуальные исследования и инновационные тенденции» (Иркутск, 2009).

Основные положения диссертации обсуждались на заседаниях лаборатории социальной и экономической психологии, а также на методологических семинарах Учреждения Российской академии наук Института психологии РАН. Результаты диссертационного исследования внедрялись в учебный процесс в ходе преподавания курсов «Экономическая психология», «Психология рекламы», «Психология PR», «Психология управления персоналом», «Деловая этика» в Московском гуманитарном университете, Академии народного хозяйства при Правительстве РФ.

**Структура диссертации** включает введение, 4 раздела (14 глав), заключение и список литературы, содержащий 447 источников.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во Введении выделяется научная проблема и обосновывается актуальность исследования, раскрываются его теоретико-методологические основы, определяются объект, предмет, цели, задачи, гипотезы и методы. Формулируются положения, выносимые на защиту, показывается научная новизна и практическая значимость исследования, описывается его выборка. Определяются основные проблемы исследований в рамках нового научного направления.

**Раздел I. «Теоретический анализ нравственно-психологических компонентов и детерминант экономического самоопределения»** состоит из трех глав.

**Глава 1. «Проблема экономического самоопределения в современной психологии»** включает анализ содержания и характеристик самоопределения (параграф 1), структуры самоопределения субъекта (параграф 2), некоторых феноменов и закономерностей экономического самоопределения (параграф 3). Феномен самоопределения личности, выделенный философами, главным образом экзистенциального направления (Н. Аббаньяно, Н.А. Бердяев, Н. Гартман, С. Кьеркегор, Х. Ортега, Ж.П. Сартр, М. Хайдеггер, К. Ясперс и др.), разрабатывался также выдающимися отечественными психологами (К.А. Абульханова, Л.И. Божович, С.Л. Рубинштейн и др.). До начала XXI в. предметом научного анализа выступали коллективистическое, личностное и этническое самоопределение. Наиболее представительными остаются исследования профессионального самоопределения. В настоящее время исследователи все чаще обращают внимание на малоизученные виды социального самоопределения – гражданское, политическое, правовое, нравственное, культурное и др. Новым направлением является экономическое самоопределение.

Анализ современного состояния исследований различных видов самоопределения, его структуры, места в системе понятий (социализация, адаптация, самоутверждение, самореализация, самоактуализация, самопознание, саморегуляция, идентичность и др.) позволил сформулировать следующее определение. Под *самоопределением* понимается 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. В наиболее общем виде *цель экономического самоопределения* есть достижение субъектом оптимальной (с точки зрения достижения

текущих и стратегических целей) позиции в системе экономических отношений (трудовых, обменных, имущественных, распределительных, потребительских и др.) на основе его отношения к социально-экономическим условиям и их динамике, а также представлений о смысле и целях жизни, жизненных принципах, ценностных идеалах и запретах, собственных притязаниях, ожиданиях и потенциальных возможностях как динамично развивающихся во времени психологических образованиях.

Сформулированы *основные преимущества* предлагаемого подхода к изучению социально-психологических и экономико-психологических феноменов с позиции самоопределения. Во-первых, он позволяет дать конкретное понимание места и роли различных феноменов экономического сознания в общей психологической структуре регуляции социального (в частности экономического) поведения личности и группы. Во-вторых, подход к исследованиям экономической активности субъекта с позиции самоопределения может показать реальную значимость такого фактора как стадийность его развития. В-третьих, использование феномена и понятия самоопределения предполагает, как очевидное, учет субъектных свойств человека в качестве значимых детерминант экономической активности. В-четвертых, предлагаемый подход позволяет привлечь внимание исследователей к *смысло-жизненным и ценностно-нравственным составляющим самоопределения как феноменам и факторам экономического сознания и поведения*, что особо важно в контексте представляемого исследования.

Следует отметить, что современные экономико-психологические исследования привносят реальную *новизну* в понимание самого феномена самоопределения личности и группы. Во-первых, они способствуют пониманию функций, выполняемых различными компонентами самоопределения в регуляции экономической активности и основных социально-психологических механизмов этой регуляции. Во-вторых, исследования самоопределения ранее чаще всего ограничивались изучением детей и молодежи. Предложенный анализ детерминации экономической активности различных социально-экономических и социально-демографических групп современной России позволит существенно восполнить этот пробел. В-третьих, на сегодняшний день практически отсутствуют исследования самоопределения группы в целом. В настоящее время – период интенсивных изменений в системе общественных ценностей и идеалов, социальных норм и правил жизнедеятельности – большое значение приобретает изучение процесса самоопределения социальных групп в динамичной среде, например, самоопределения работников при изменении формы собственности предприятия, формы организации трудовой деятельности,

организационно-управленческой структуры или типа корпоративной культуры организации и т.п.

Сопоставление, систематизация и обобщение результатов исследований позволили рассмотреть ряд типичных для российской социальной действительности экономико-психологических феноменов, выявить и кратко описать некоторые закономерности, для которых особо значимы нравственно-психологические факторы. Один из них - *феномен ценностно-смысловой рациональности экономической активности субъекта*. Этот вид рациональности заключается в том, что субъект считает разумным принимать решения и поступать в экономической среде сообразно наиболее значимым для него жизненным принципам и смыслам, ценностям и идеалам, целям и притязаниям. «Экономический интерес» является частным случаем такой рациональности, т.е. тем случаем, когда основные жизненные цели и ценности субъекта тесно связаны в его сознании с материальными благами и экономическими ресурсами. Кроме того, сделано предположение о существовании феномена «качественного экономического скачка» в условиях относительно устойчивого экономического развития, который заключается в резком изменении мотивации и активности, норм и правил поведения, в том числе нравственных, при приближении к «зоне перехода» субъекта в другую социально-экономическую группу или слой общества, в самой этой «зоне», а также непосредственно сразу после перехода. Еще одной отмеченной закономерностью экономического самоопределения является *рассогласование социально-психологической и экономической детерминации в условиях экономического кризиса* – парадоксальное снижение значимости для субъекта материальных ценностей. Для экономического самоопределения как процесса характерно также *изменение психологических функций отдельных компонентов экономического сознания субъекта*. Так, и низкие, и высокие показатели ключевых элементов экономического самоопределения (субъективного экономического статуса, социально-экономической идентичности, удовлетворенности различными сторонами экономической активности, оценки успешности экономической деятельности и т.д.), в зависимости от выраженности других элементов экономического сознания (значимости материальных благ и экономической активности, самооценки возможностей и потребностей на данном этапе жизни и др.), могут поочередно выполнять функции временного сдерживания, торможения, ограничения или, наоборот, стимулирования экономической активности. Данный психологический механизм выполняет функцию гармонизации самоопределения субъекта. Интерес представляют предложенные объяснения такого феномена как *противоречивое, или «колебательное» экономическое поведение*. Оно в первую очередь характерно для

личности с противоречивой, конфликтной системой ценностей. Непоследовательное экономическое поведение субъекта может также являться следствием латентного влияния некоторых факторов, в том числе нравственных, на конкретных этапах его жизненного самоопределения. Еще одной причиной выступает такой тип самоопределения субъекта, при котором резкое изменение системы ценностей, целей и форм экономической активности является специально запланированным элементом жизненной стратегии.

**Глава 2. «Теоретические проблемы психологических исследований нравственности»** посвящена анализу предмета и перспектив психологических исследований нравственности (параграф 1), авторской модели оснований и детерминации нравственно-психологических феноменов (параграф 2), современному состоянию исследований нравственно-психологических феноменов (параграф 3).

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 по своей проблематике являются *позитивная*, а также *вершинная психология* (Б.С. Братусь, М.И. Воловикова, Л.М. Попов, В. Франкл и др.). Ведутся постоянные дискуссии о предмете этих отраслей, их структуре, основных направлениях и соотношении с различными отраслями психологической науки и философии. *Предметом психологии нравственности* выступают психологические феномены и закономерности, связанные с формированием и функционированием целостной системы воззрений на должную социальную жизнь, сущность человека и его бытия, оцениваемых в категориях добра и зла. Проблематика современных исследований психологии нравственности или этической психологии должна включать нравственно-психологические феномены взаимодействия субъекта с другими людьми, группами, обществом, а также его отношение к мирозданию, объектам и явлениям окружающей действительности, своему психологическому пространству, к самому себе, своей жизни, собственным способностям, потребностям и состояниям.

Анализ теоретических подходов к зарождению и формированию нравственности личности и общества позволил обосновать авторскую модель оснований и детерминации нравственно-психологических феноменов, представляющую собой систему *четырёх оснований нравственности* и, соответственно, оснований нравственно-психологических феноменов: *природного* (биологического, инстинктивного), *духовного*, *социально-нормативного* и *прагматического*. Определены основные направленности каждого основания,

психологические механизмы функционирования, нравственно-созидающие и нравственно-разрушающие свойства (чувства, состояния, отношения и т.д.), выступающие регуляторами поведения. Описаны 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. Кроме того, представлены формы воздействия на сознание и поведение субъекта, а также изложены основные проблемы воздействия на соответствующую сферу нравственности личности и общества.

Анализ современного состояния исследований нравственно-психологических феноменов показал, что наиболее разработанными направлениями является анализ: стадий нравственного развития, уровня развития моральных суждений, моральной компетентности; духовно-нравственных феноменов; нравственных ориентаций и направленности; нравственного самоопределения; представлений о нравственности; нравственных мотивов; способности к самооценке нравственности; моральных, нравственных отношений, установок и аттитюдов; эмоционального компонента нравственного сознания; групповых нравственно-психологических феноменов. Кроме того, исследователями разрабатываются некоторые специальные вопросы: этический стиль; нравственный потенциал; нравственная воспитанность; взаимосвязь нравственного и правового сознания; самооценка нравственности и гражданственности; роль дискурса в интерпретации этически неоднозначных ситуаций. Наиболее значимыми и перспективными являются комплексные исследования нравственного сознания.

**Глава 3. «Психология нравственной регуляции экономического сознания и поведения»** посвящена анализу научных представлений о нравственной регуляции экономического поведения (параграф 1), современному состоянию психологических исследований нравственной детерминации экономического сознания и поведения (параграф 2) и авторской концептуальной модели изучения нравственно-психологических компонентов и детерминант экономического самоопределения (параграф 3).

Исследования отечественных и зарубежных авторов, показывают, что нравственность выступает важной детерминантой экономической активности - в значительной степени определяет выбор вида экономической активности, методы и средства достижения целей, а также специфику отношений с партнерами по деловому взаимодействию. Вместе с тем, мы считаем, что значимость нравственно-психологической регуляции экономического сознания и поведения остается недооцененной современными исследователями. Она не ограничивается

регулированием отношений между экономическими агентами и выбором средств и форм экономической деятельности. Нравственные ценности определяют, часто неосознаваемо, те смыслы, которыми субъект наделяет экономическую сферу своей жизнедеятельности и жизни общества, его материальные потребности и притязания. Нравственную ценность различной модальности имеют для субъекта отдельные виды социальных и материальных благ, экономических отношений и др. Все эти формы нравственно-психологической детерминации экономического поведения нуждаются в обобщении и системном изучении. Основы понимания высокой значимости нравственных факторов для экономической сферы жизнедеятельности человека и общества заложены в классических работах С.Н. Булгакова, М. Вебера, И.А. Ильина, А. Смита, Э. Фромма и др.

В настоящее время экономическими психологами, специалистами в области поведенческой экономики, организационными психологами и психологами труда исследуется широкий спектр вопросов нравственной детерминации экономического сознания и поведения. Можно выделить несколько наиболее крупных направлений: место этических переменных в теоретических моделях экономического поведения; процессы принятия этических решений личностью и организацией; протестантская трудовая этика; социальная психология материального имущества (отношение к бедности и богатству, ориентация на материальные ценности, место материальных ценностей в структуре ценностных ориентаций, взаимосвязь ориентации на материальные ценности и представлений о благополучии личности; типы собственников, различающихся этической мотивацией и способами приобретения собственности и т.д.); специфические виды потребления, имеющие негативный этический оттенок, а также социально ответственное, этическое инвестирование и потребление. Целый спектр направлений можно выделить в психологических исследованиях такого феномена как этика бизнеса: социальная ответственность бизнеса, гуманность фирм; моральное лидерство, этический менеджмент; альтруизм как один из мотивов экономического поведения; проблемы справедливости, правдивости, компетентности и кооперации экономических агентов; отношение предпринимателей к партнерству и конкуренции; практические вопросы формирования этического бизнеса, подготовки менеджеров, развития этического сознания и т.д. Отдельно следует выделить объемное и хорошо оформленное направление - доверие и недоверие в деловом взаимодействии и в организации, а также менее развитое направление - доверие различным экономическим объектам и явлениям.

Определены основные *особенности взаимодействия нравственно-психологических феноменов и экономической активности*, которые определили *концептуальную модель и содержание представленных эмпирических исследований*.

*Во-первых*, нравственно-психологические факторы могут выступать как формальные и неформальные детерминанты экономической активности субъекта. Формальная регуляция осуществляется посредством этических кодексов и декларируемых норм - нередко воспринимается как ограничивающая свободу субъекта. Неформальная регуляция - наиболее значимые ценности и идеалы - не ограничивает свободу, а сохраняет целостность субъекта и способствует его развитию.

*Во-вторых*, нравственно-психологическая регуляция осуществляется в неявном, часто - неосознаваемом виде. В этически сложных ситуациях личность может испытывать противоречивые чувства, связанные с борьбой мотивов, как следствие возникает внутренний нравственный конфликт, который проявляется как чувство вины, угрызания совести. Для его разрешения субъект использует различные модели поведения и защитные механизмы. Большая роль в этом принадлежит саморегуляции.

*В-третьих*, воздействие нравственно-психологических факторов может проявляться через формирование отношения к различным социально-экономическим феноменам - к труду, собственности, деньгам. Отношения к этим феноменам имеют ярко выраженную нравственную окраску и могут характеризоваться конфликтностью.

*В-четвертых*, влияние нравственно-психологических факторов на экономическую активность часто носит отсроченный характер. Однако в долгосрочной перспективе воздействие социально-психологических и личностных факторов накапливается (кумулятивный эффект) и оказывает значимое влияние на жизнедеятельность субъекта, в том числе и на его экономическую эффективность через формирование отношений с социальным окружением, репутации, самооффективности и т.д.

*В-пятых*, экономическая активность субъекта также оказывает влияние на нравственно-психологические феномены. Так, степень удовлетворенности результатами и динамикой экономической активности, комфортностью и безопасностью условий, сложившимися деловыми отношениями определяют нравственные оценки субъектом экономических явлений, а также его отношение к нормам деловой этики.

*В-шестых*, взаимодействие нравственно-психологических феноменов и экономической активности субъекта характеризуется цикличностью, в ходе которой чередуется преобладающее влияние то нравственных, то социальных, то экономических факторов. Связующими звеньями между экономическими, социальными

и нравственными факторами выступают психологические феномены. Существуют и другие виды циклических процессов нравственно-психологического компонента экономического самоопределения: смена ведущей функции различных его элементов (критериев доверия и недоверия, субъективного экономического статуса, нравственной оценки экономических явлений) как результат неизбежного чередования стадий жизненного самоопределения, колебательная динамика экономического поведения как результат нравственных противоречий в экономическом сознании или латентного влияния различных факторов.

*В-седьмых*, для нравственной регуляции как для нормативной регуляции особое значение стратегии и правила поведения субъекта по отношению к различным категориям людей и объектов. Поэтому особое место в концептуальной модели отводится таким комплексным феноменам как социально-психологические пространство, дистанция, доверие и недоверие различным группам людей и экономическим объектам.

*В-восьмых*, нравственно-психологическая составляющая экономического самоопределения является частью нравственного самоопределения субъекта. Базовые элементы нравственного самоопределения (нравственные нормы, принципы, стратегии и др.) определяют нравственные оценки экономических феноменов и отношение к соблюдению нравственных норм в деловой сфере.

Определены *основные проблемы исследований нового научного направления* «изучение нравственно-психологической детерминации экономического самоопределения личности и группы»:

1. Анализ системы нравственно-психологических компонентов экономического самоопределения, их взаимосвязей, детерминации и динамики в разных условиях;
2. Изучение особенностей нравственно-психологического аспекта экономического самоопределения у разных индивидуальных и коллективных субъектов с целью построения психологической типологии экономического самоопределения;
3. Выявление общего и специфичного в нравственно-психологической детерминации различных видов экономических отношений (трудовых, обменных, имущественных, распределительных, потребительских и др.);
4. Изучение взаимосвязи нравственно-психологических компонентов экономического самоопределения с другими видами самоопределения – профессиональным, нравственным, гражданским и др., а также с другими феноменами самосознания – самоактуализацией, самореализацией, самоутверждением и др. у различных субъектов.

Концептуальная модель нравственно-психологической детерминации экономического самоопределения представлена на схеме 1.



Схема 1. Концептуальная модель нравственно-психологической детерминации экономического самоопределения

В наших эмпирических исследованиях изучались следующие нравственно-психологические компоненты экономического самоопределения: представления современных руководителей об этических проблемах экономической активности; образ делового мира и бизнеса; нравственная оценка различных видов экономического самообеспечения; нравственная оценка денег; отношение к неэтичной рекламе; доверие рекламе и рекламным персонажам; критерии доверия и недоверия в деловых отношениях; доверие и недоверие в организации; отношение к соблюдению нравственных норм делового поведения; представления о себе, как о субъекте нравственности в деловых отношениях. Анализировалась также большая совокупность личностных и групповых детерминант этих феноменов, в том числе нравственно-психологических.

**Раздел 2. «Нравственная оценка экономических феноменов субъектами экономической активности»** включает 5 глав.

**Глава 4. «Нравственная оценка делового мира и различных видов экономического самообеспечения»** посвящена эмпирическим исследованиям образа делового мира и бизнеса у субъектов экономической активности (параграф 1), представлений современных руководителей об этических проблемах деловой

активности (параграф 2), нравственной оценки различных видов экономического самообеспечения (параграф 3).

Анализ работ отечественных исследователей и собственные эмпирические исследования показывают, что у наших современников, представляющих различные социально-экономические группы, присутствует негативный образ делового мира и бизнеса. Эмпирическое исследование, выполненное совместно с Е.И. Горбачевой, показало, что для современных российских руководителей (N 195) характерно осознание высокой значимости нравственности и нравственных регуляторов в деловом мире. По числу упоминаний этические характеристики занимают первое место при оценке реального мира бизнеса (как безнравственного), идеального мира бизнеса (как нравственного) и мира бизнеса глазами иностранных партнеров (чаще – безнравственного, реже – нравственного). У значительной части руководителей в нравственных оценках мира бизнеса присутствуют амбивалентность и противоречия.

Образы реального мира бизнеса и взгляда со стороны – это в основном негатив, безнравственность в отношениях всех со всеми. По мнению многих респондентов, мир бизнеса – это легализованная в обществе возможность помериться силами, поэтому тема конкуренции в образах мира бизнеса занимает 2-3 места. Можно сделать вывод о том, что такое рассогласование порождает внутриличностные конфликты участников бизнес-процессов и хотя, вероятно, служит развитию и разворачиванию деловой активности у одной категории руководителей, но одновременно может приводить к снижению самооценки, использованию психологических защит и снижению активности у другой.

В результате исследования, которому посвящен параграф 2, представлений современных российских предпринимателей и менеджеров коммерческих предприятий (N150) об этических проблемах экономической активности установлено, что наиболее значимыми являются проблемы связанные с внутриорганизационным взаимодействием и взаимодействием с деловыми партнерами. Этические проблемы, которые возникают при взаимодействии бизнеса и общества, бизнеса и окружающей среды, бизнеса и местного сообщества, бизнеса и СМИ являются на сегодняшний день малозначимыми для российских представителей бизнеса. Важной особенностью наших руководителей является то, что они считают нравственной проблемой любое увольнение, в т.ч. и увольнение справедливое. Предприниматели и менеджеры осознают слабость социальных гарантий для неработающих людей в современной России и чувствуют большую ответственность перед ними.

В параграфе 3 представлены результаты исследования нравственной оценки молодежью (N 94) различных способов материального самообеспечения. 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 и торговля эротической продукцией); финансовые пирамиды; брак по расчету; гадание, магия, деятельность экстрасенсов) (Табл. 1).

**Таблица 1.** Отношение к незтичным способам материального самообеспечения (%).

Способ материального самообеспечения	Вполне этичный способ	Не приемлемо для меня потому, что безнравственно	Допустимо для меня только в критической ситуации	Допустимо, если моя роль в этом деле вполне законна и нравственна
Развлекательный бизнес, эксплуатирующий сексуальность	14	48	15	23
Финансовые пирамиды	13	56	13	18
Брак по расчету	15	50	29	6
Гадание, магия	15	52	20	13
Экстрасенсы	20	44	23	14
Деятельность в религиозных сектах	-	92	3	5
Производство и торговля вредными для экологии и людей продуктами	2	71	17	10

В то же время сложная жизненная и экономическая ситуация повышает готовность к некоторым незтичным видам самообеспечения. В ходе исследования установлено также, что для женщин более неприемлемы чем для мужчин - торговля оружием; развлекательный бизнес, эксплуатирующий сексуальность (стриптиз, производство и торговля эротической продукцией); игорный бизнес ( $p < 0,05$ ). Для мужчин менее приемлем, чем для женщин – брак по расчету.

**Глава 5. «Нравственная оценка денег»** посвящена изложению концептуальных основ и программы исследования (параграф 1), анализу ассоциаций с понятием «деньги» (параграф 2), описанию психологических типов нравственной оценки денег (параграф 3), характеристике особенностей их экономической активности (параграф 4).

В результате теоретического анализа выделены *основные противоречия* в системе ценностей и норм поведения личности, которые могут вызывать нравственный конфликт в ее отношении к деньгам: между существующими в общественном сознании социальными представлениями о деньгах и реальной ценностью денег для личности; противоречие самой системы значений и смыслов, которыми личность наделяет деньги; между смыслами, приписываемыми деньгам и функциональными возможностями денег; между значимостью денег и субъективной оценкой их доступности; между отношениями личности к разным уровням благосостояния; между субъективной значимостью денег и аморальностью целей их использования; между

высокой значимостью денег и неприемлемостью доступных способов их получения; между субъективными издержками получения денег и ценностью приобретенных за их счет благ и др.

В эмпирическом исследовании (N202) установлено, что в сознании большинства респондентов понятие «деньги» тесно связано со многими этическими категориями, а весьма распространенным является нравственно-противоречивое отношение к деньгам - оценка денег одновременно и как добра, и как зла. Выделены семь *типов нравственной оценки денег*. В отношении к деньгам представителей типа «Деньги – добро и свобода» (18% выборки) преобладает их позитивная нравственная оценка. У типа «Деньги - зло, свобода и зависимость» (18%), типа «Деньги - несправедливость, нетерпимость и зависимость» (5%) и типа «Деньги – зло и свобода» (16%) выражена негативная нравственная оценка денег, особенно больших (богатства). Для типов «Нравственно-конфликтная оценка денег» (20%), «Нравственно-неопределенная оценка. Деньги – терпимость и ответственность» (13%) и «Нравственно-индифферентная оценка денег» (10%) характерна амбивалентность в их оценке.

Определены *психологические характеристики экономической активности* представителей различных выделенных типов. В частности, отношение к деньгам представителей типа «Деньги – добро и свобода» можно характеризовать как уважительное и ответственное. В то же время, их преобладающая ориентация в жизни - на развитие, независимость и достижения. У типа «Деньги - зло, свобода и зависимость» позитивное отношение к труду и экономическому благополучию сочетается с негативным отношением к деньгам. Результатом этого часто является пассивность в экономическом поведении и неудовлетворенность уровнем материального благосостояния. У представителей типа «Нравственно-конфликтная оценка денег» имеет место низкая компетентность в финансовых вопросах, которая вызывает тревогу и склонность к накопительству. Для них характерны вызывающие чувство вины конфликтные отношения с людьми по поводу денег и трата денег на удовольствия. Таким образом, данные о типе нравственной оценки денег позволяют делать некоторый прогноз экономической активности индивидуального и группового субъекта.

Выявлены особенности отношения к деньгам *мужчин и женщин* различных возрастов. Отношение женщин к деньгам более насыщено как позитивными, так и негативными смыслами, что объясняется спецификой женских и мужских социальных ролей. С одной стороны, почти 30% женщин относится к типу 1 «Деньги - добро и свобода», с другой - одновременное присутствие в отношении к деньгам нравственных категорий противоположной валентности является для значительной части женской

выборки источником внутриличностного конфликта. У мужчин преобладает противоречивое, негативное, а также неопределенное и индифферентное нравственное отношение к деньгам. С возрастом у обоих полов снижается выраженность негативной нравственной оценки денег, возрастает доля типов с позитивным (у женщин) и амбивалентным нравственным (у мужчин и женщин) отношением к деньгам. Это может быть связано как с ростом финансовой компетентности, так и с осознанием моральной противоречивости разных форм экономического поведения.

**Глава 6. «Доверие и недоверие рекламе»** посвящена актуальным проблемам психологических исследований доверия рекламе и рекламным персонажам (параграф 1), эмпирическим исследованиям взаимосвязи доверия рекламе и доверия/недоверия личности миру, себе, другим людям (параграф 2), взаимосвязи доверия/недоверия личности другим людям и доверия/недоверия рекламным персонажам (параграф 3), роли доверия в отношении потребителей к женскому и мужскому рекламному образу (параграф 4).

Одним из основных показателей успешности коммуникации является доверие аудитории сообщению и его источнику. Стремясь повысить эффективность коммуникативных сообщений (в том числе и рекламных) СМИ создают и постоянно совершенствуют приемы психологического воздействия, используя при этом образы, символы и способы подачи информации, соответствующие особенностям аудитории. В ряду последних особое место занимают жизненные принципы, нормы и ценности присущие традиционной культуре и субкультуре потребителя. Эта проблема приобретает особое значение в современных условиях, когда в обществе идет процесс коренного пересмотра сложившихся ценностей и норм, и от деятельности СМИ в значительной степени зависит формирование нового видения социальной действительности у значительной части аудитории.

Выделенные в монографическом исследовании (Купрейченко, 2008) особенности доверия/недоверия личности миру, себе, окружающим людям проявляются в доверии рекламе и другим источникам маркетинговой информации. Значимой является позиция, которую осознанно занимает личность по отношению к ним. Так, частота использования близкого окружения в качестве источника информации о товарах отрицательно связана с уровнем недоверия другим людям. Личность, убежденная в отсутствии у других взаимной ответственности, чаще считает, что современная реклама предлагает потребителю совсем не нужные ему продукцию и услуги.

Анализ показал, что для персонажей, вызывающих доверие участников исследования, наиболее значимыми являются следующие личностные черты:

жизнерадостность, доброта и взаимопомощь, хорошие манеры, внешний вид и естественность поведения, а также нравственность. У персонажей, вызывающих недоверие участников исследования, прежде всего, отмечаются низкая нравственность, интеллект, плохие манеры, внешний вид и неестественность поведения. Выявлена асимметрия критериев доверия и недоверия, в частности, жизнерадостность выступает наиболее частым критерием доверия рекламному персонажу, в то время как мрачность и угрюмость (полярные качества) не являются высоко значимыми для возникновения недоверия ему. Наибольшие различия оценок персонажей, вызывающих доверие и недоверие, обнаружены по следующим шкалам: Отталкивающий–Располагающий; Неприятный–Приятный; Чужой–Свой; Далекий–Близкий; Противник–Сторонник; Инакомыслящий–Единомышленник; Безнравственный–Нравственный; Лживый–Правдивый; Враждебный–Дружественный; Без чувства юмора–С чувством юмора. Эти критерии доверия/недоверия рекламным персонажам имеют много общего с выделенными ранее критериями доверия/недоверия личности другим людям.

Подтверждено предположение о существовании взаимосвязи характеристик доверия и недоверия личности рекламным персонажам с ее особенностями доверия/недоверия другим людям. Можно сказать, что отношение личности к рекламным персонажам имеет схожие черты с ее отношением к другим людям. В частности, представители типа «Сильно дифференцирующий людей» довольно требовательны к другим (как к реальным людям, так и к вымышленным персонажам) и нетерпимы к их качествам, осложняющим взаимодействие.

Исследование показало, что в восприятии респондентов реклама и рекламные образы выполняют различные социально-психологические функции. Рекламные женские персонажи могут восприниматься как объект развлечения или переживания эстетического удовольствия, партнер по взаимодействию и общению, источник достоверной информации, объект идентификации и т.д. Для значительной части выборки они одновременно выполняют несколько функций. В зависимости от реализуемых рекламой и рекламными персонажами функций меняется значимость доверия рекламному образу и основные его критерии. Доверие наименее значимо для тех респондентов, которые воспринимают рекламу, в первую очередь, как развлечение. Если рекламный персонаж оценивается одновременно как источник информации, партнер по взаимодействию, образ близкий к «Я» респондента, то доверие становится высоко значимым в отношении к нему. Для большей части мужской выборки наиболее значима развлекательная функция рекламы, содержащей

женские образы. Для женщин доверие является важным фактором отношения к такой рекламе.

**Глава 7. «Психологическое отношение молодежи с разным типом нравственного самоопределения к неэтичной телевизионной рекламе»** посвящена изложению концептуальных основ и программы исследования (параграф 1) и эмпирическим исследованиям психологического отношения к разным видам неэтичной рекламы (параграф 2), особенностям этого отношения у представителей разных типов нравственного самоопределения (параграф 3), отношению к неэтичной рекламе мужчин и женщин (параграф 4), а также психологической структуре отношения личности к разным видам неэтичной рекламы (параграф 5).

*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 собственных нравственных эталонов и идеалов, а затем на их основе – принципов, ценностей, норм, правил и т.п. Элементами нравственного самоопределения могут выступать нравственные ценности и идеалы; потребности и способности; представления о нравственности, морали, конкретных нравственных нормах; отношение к себе как субъекту этических отношений; нравственные стратегии личности; нравственная оценка различных социальных явлений и т.д. При создании методики изучения нравственного самоопределения на основании теоретического анализа «уровневых» и многофакторных моделей нравственности личности в качестве структурных элементов методики были выбраны три блока утверждений: представления личности о нравственности и морали, нравственные стратегии, нравственные ориентации личности.

Нередко воздействие нравственно-психологических регуляторов, особенно внутренних, не осознается личностью, однако результаты влияния могут быть выявлены в ходе анализа психологической готовности к тому или иному виду экономического поведения. Этот вывод подтверждается в ходе исследования отношения молодежи к неэтичной рекламе, которому посвящена глава. В когнитивном компоненте отношения молодежи к неэтичной рекламе преобладают позитивные оценки, эмоциональный компонент оценивается противоречиво, а этический и поведенческий компонент – в большей мере негативно, не наблюдается также идентификации респондентов с рекламными персонажами. Т.е. в целом неэтичная реклама оценивается респондентами скорее отрицательно. Наиболее негативное отношение у молодежи вызывает циничная реклама, к агрессивному ее виду респонденты относятся наиболее отстраненно, вызывающе-сексуальная реклама

привлекает, но оценивается как неприемлемая в обществе. Факторный анализ подтвердил высокую значимость оценки респондентами этичности рекламы. Соответствующий фактор занимает 2-е место в 3-х моделях, построенных отдельно для сексуальной, агрессивной и циничной рекламы. В таблице 2. представлена факторная структура отношения к агрессивной рекламе.

**Таблица 2. Факторная структура отношения личности к агрессивной рекламе**

Название фактора	% объясняемой дисперсии
Фактор 1 - Привлекательность – Непривлекательность	35
Фактор 2 - Этичность – Неэтичность	8
Фактор 3 - Идентификация – Отсутствие идентификации	5,3
Фактор 4 - Качественное исполнение – Некачественное исполнение	4,8
Фактор 5 - Спокойность – Волнительность	4,2
Фактор 6 - Эмоциональность – Рациональность	3,5

Выявлены половые различия в восприятии неэтичной рекламы. Девушки более склонны осуждать неэтичную рекламу. Вызывающе-сексуальная реклама больше привлекает девушек, но одобрение вызывает у юношей. Агрессивная реклама, по мнению юношей, может понравиться их друзьям. Таким образом, юноши более терпимы к отдельным видам неэтичной рекламы.

В результате математико-статистического анализа построена эмпирическая типология нравственного самоопределения личности, включающая 6 типов. Выявлены наиболее характерные особенности отношения представителей этих типов к отдельным видам неэтичной рекламы. Респонденты типа «Приверженный нравственности» оценивают как неэтичную вызывающе-сексуальную рекламу, и как достаточно этичную – агрессивную, но при этом демонстрируют низкую готовность приобрести рекламируемый товар. Их отношение к циничной рекламе довольно противоречиво. Для представителей «Социально-нормативного» типа оценка качества товара и готовность его приобрести в высокой степени определяются этичностью рекламы. Для респондентов «Релятивистско-эгоцентрического» типа характерны довольно позитивные или противоречивые (при восприятии циничной рекламы) оценки эмоционального и когнитивного компонентов отношения к предъявляемой рекламе. Нравственная оценка неэтичной рекламы не выражена, однако, конативный компонент отношения к ней и товару – негативный. Судя по всему, у этого типа имеет место неосознаваемое влияние *этического фактора* при восприятии рекламы. Для представителей «Отстраненного» типа нравственного самоопределения при оценке рекламы и рекламируемого товара не значима этичность или неэтичность рекламного сообщения. Для «Пассивно-конформистского» типа характерны позитивные или невыраженные эмоциональные и когнитивные оценки вызывающе-сексуальной и

агрессивной рекламы, а также неуверенные оценки ее этичности и качества товара. В отношении же к циничной рекламе у его представителей выявлено много противоречий, в частности, в оценках ее этичности. Негативные собственные оценки сочетаются с предполагаемыми позитивными оценками близкого окружения. У респондентов, относящихся к типу «Поборник нравственности», выявлено противоречие между позитивными эмоциональным, когнитивным и этическим компонентами их отношения к рекламе, с одной стороны, и нейтральным (при восприятии вызывающе-сексуальной рекламы) или негативным (агрессивной и циничной рекламы) конативным его компонентом, с другой. Однако высокая степень неэтичности рекламного сообщения, например, крайняя форма цинизма, оказывает негативное влияние на оценки рекламы и товара даже у респондентов с неискренней нравственной позицией.

**Раздел 3. «Отношение субъектов экономической активности к соблюдению нравственных норм делового поведения»** включает 4 главы.

**Глава 8. «Разработка методических подходов к измерению отношения личности к соблюдению нравственных норм»** посвящена изложению концептуальных основ методик (параграф 1), этапам разработки шкал отношения личности к соблюдению нравственных норм (параграф 2), некоторым методическим подходам с использованием этих шкал (параграф 3), анализу психологического пространства как фактора отношения личности к соблюдению нравственных норм (параграф 4).

В главе проанализирована необходимость и возможность создания измерительного инструмента для оценки отношения личности к соблюдению нравственных норм. Учитывая многообразие детерминант морального поведения, определен ряд условий, которые необходимо выполнить при разработке шкал отношения к соблюдению нравственных норм (шкал ОСНН). В результате проделанной работы созданы шкалы, которые учитывают не только современные российские культурно-исторические особенности, но и особенности социальных групп предпринимателей и менеджеров, а также влияние ситуации и психологической дистанции с представителями различных социальных категорий. Всего было разработано пять шкал: правдивости, справедливости, ответственности, терпимости и принципиальности. Применение шкал ОСНН рассмотрено на базе трех методических подходов: 1) деловые игры, 2) экспресс-методики, 3) подход к психологическому отношению, как многомерному, динамическому явлению. Для его реализации на основе оригинального методического принципа создана «трехмерная методика

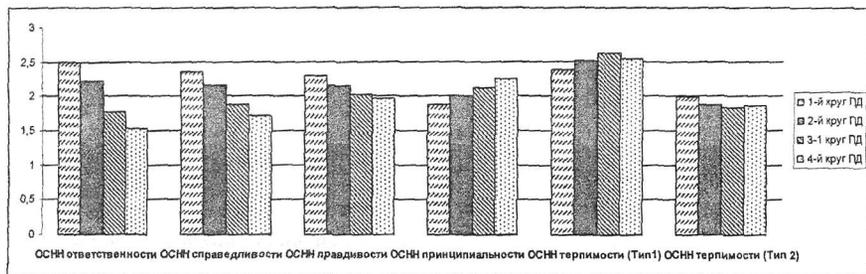
ОСНН», измеряющая одновременно три параметра отношения: уровень выраженности, социально-ролевую гибкость и устойчивость во времени.

Обосновывая выбор психологической дистанции в качестве основного критерия гибкости отношения к соблюдению нравственных норм можно отметить в ряду других аргументов, что для нравственной регуляции как для нормативной регуляции особое значение имеют стратегии и правила поведения субъекта по отношению к различным категориям людей и объектов. *Психологическая дистанция* есть особый вид одномерного психологического пространства, где все многообразие содержательных и формально-динамических характеристик отношений между субъектом и объектом «свернуто», редуцировано к одному измерению – психологически «близко-далеко». В общем виде, психологическое пространство человека есть сформированная субъектом система позитивно, нейтрально или негативно значимых объектов или явлений (включая его самого), занимающих конкретные позиции в структуре, находящихся в специфических связях и отношениях друг с другом и выполняющих некоторые функции или роли в соответствии с определенными нормами и закономерностями. Значимые объекты или явления могут, как существовать, так и не существовать в реальном окружающем мире, могут восприниматься разными людьми принципиально различным образом и выполнять в их жизни совершенно особые функции.

**Глава 9. «Отношение современных российских предпринимателей и менеджеров к соблюдению нравственных норм делового поведения в зависимости от психологической дистанции»** посвящена программе эмпирического исследования (параграф 1), результатам исследований следующих феноменов: особенности категоризации социального окружения современными российскими предпринимателями и менеджерами (параграф 2), изменение уровня отношения личности к соблюдению нравственных норм делового поведения в зависимости от психологической дистанции (параграф 3), влияние фактора групповой принадлежности на отношение к соблюдению нравственных норм делового поведения в зависимости от психологической дистанции (параграф 4).

Измерение отношения к соблюдению нравственных норм предпринимателей и менеджеров (N161) проводилось по трехмерной методике ОСНН, описанной в предыдущей главе. Анализ особенностей категоризации социального окружения показал, что различие в уровне деловой активности определяет особенности категоризации предпринимателями и менеджерами своего социального окружения. Предприниматели по сравнению с менеджерами воспринимают как более близкие те группы, от которых зависит благополучие бизнеса (клиенты, потребители, поставщики).

В результате эмпирического исследования установлено, что существуют значимые различия в уровне отношения к соблюдению нравственных норм при взаимодействии с людьми, находящимися на различной психологической дистанции. Подтверждена гипотеза о том, что психологическая дистанция с представителями различных социальных категорий на выборке предпринимателей и менеджеров является основным критерием гибкости отношения к соблюдению нравственных норм. Отношение к соблюдению нравственных норм для отдельных нравственных качеств (терпимости, принципиальности, справедливости, правдивости, ответственности) имеет особенности, которые выражаются в различном характере динамики отношения. В частности, в отличие от справедливости, правдивости и ответственности, уровень ОСНН принципиальности возрастает с увеличением психологической дистанции. Существуют два различных типа ОСНН терпимости, нехарактерные для других нравственных качеств (гистогр. 1).



**Гистограмма 1.** Изменение уровня отношения к соблюдению нравственных норм (ОСНН) в зависимости от психологической дистанции (круга ПД).

Выявлены различия в отношении к соблюдению нравственных норм у предпринимателей и менеджеров (табл. 3). По качествам правдивости и принципиальности менеджеры гибче предпринимателей, а по справедливости и ответственности предприниматели гибче менеджеров. Эти различия являются отражением различной структуры ответственности, степени риска, степени вовлеченности в деятельность предпринимателей и менеджеров. Обнаружены различия в отношении к соблюдению нравственных норм у мужчин и женщин. У женщин гибкость отношения выше и имеет иной характер динамики, особенно в отношении к соблюдению норм правдивости. Уровень ОСНН правдивости резко снижается в отношении второго круга психологической дистанции (друзья, сподвижники, сотрудники). Несмотря на то, что женщины гибче мужчин, около 30% женщин имеют низкую гибкость ОСНН терпимости, справедливости и ответственности.

**Таблица 3.** Сравнительный анализ отношения предпринимателей и менеджеров к соблюдению нравственных норм ( $m$  - среднее значение переменной,  $t$  - значение Т-критерия,  $p$  - уровень значимости)

Показатели	$m$		$t$	$p$
	предприниматели	менеджеры		
Уровень ОСНН терпимости	2,34	2,26	1,42	0,15
Гибкость ОСНН терпимости	0,34	0,34	-	-
Устойчивость ОСНН терпимости	0,60	0,59	-	-
Уровень ОСНН принципиальности	2,06	2,06	-	-
Гибкость ОСНН принципиальности	0,40	0,46	-1,88	0,06
Устойчивость ОСНН принципиальности	0,53	0,56	-	-
Уровень ОСНН справедливости	1,97	2,06	-2,08	0,03
Гибкость ОСНН справедливости	0,52	0,45	2,20	0,02
Устойчивость ОСНН справедливости	0,57	0,53	-	-
Уровень ОСНН правдивости	2,12	2,09	-	-
Гибкость ОСНН правдивости	0,36	0,44	-2,59	0,01
Устойчивость ОСНН правдивости	0,54	0,53	-	-
Уровень ОСНН ответственности	2,00	2,00	-	-
Гибкость ОСНН ответственности	0,55	0,51	1,15	0,05
Устойчивость ОСНН ответственности	0,59	0,57	-	-

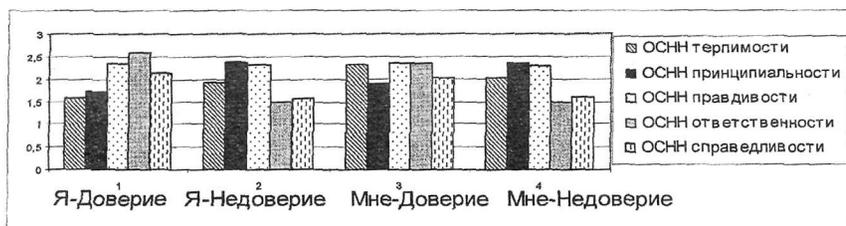
Обнаружены связи показателей отношения к соблюдению нравственных норм и доверия с чертами личности. В частности, высокий уровень терпимости связан с радикализмом (Q1) и неконформизмом (Q2). Уровень терпимости положительно связан с показателями доверия личности (доверие чужим). Общая гибкость отношения личности имеет положительную связь с напряженностью, вызванной повышенной мотивацией (Q4) и отрицательную - с доверием личности чужим людям. Выделены факторы психологического отношения к соблюдению нравственных норм, которые подтвердили трехмерную модель психологического отношения и позволили выявить индивидуально-психологические детерминанты отношения к соблюдению нравственных норм.

**Глава 10. «Взаимосвязь отношения руководителей и наемных работников к соблюдению нравственных норм делового поведения с доверием и недоверием»** посвящена описанию концептуальных основ и программы исследования (параграф 1) и эмпирическим исследованиям следующих феноменов: критерии доверия и недоверия в деловых отношениях (параграф 2), изменение уровня отношения личности к соблюдению нравственных норм делового поведения в зависимости от направленности доверия и недоверия (параграф 3), индивидуально-психологические особенности отношения к соблюдению нравственных норм делового поведения в зависимости от направленности доверия и недоверия (параграф 4) и их групповые особенности (параграф 5).

Одной из задач выполненного исследования являлся теоретико-эмпирический анализ содержания, функций и места в системе понятий и соотношения доверия и недоверия. Выделены основные характеристики, по которым доверие и недоверие

различаются в наибольшей степени. Основные функции доверия – познание, обмен и обеспечение взаимодействия субъекта с миром. Основная функция недоверия – самосохранение и обособление. Выделенные факторы доверия другому человеку можно разделить на две группы: факторы оценки позитивных перспектив потенциального взаимодействия (заинтересованность в доверии, ценность доверия, ожидание блага в результате доверия); а также факторы прогноза успешности построения доверительных отношений (прогнозирование возможности и легкости/трудности процесса построения доверия). Аналогично факторы недоверия делятся на факторы оценки негативных последствий взаимодействия (риски открытости) и факторы прогноза успешности защиты от них (прогнозирование возможности и легкости/трудности защиты). Факторы доверия и недоверия подразделяются на факторы субъектных свойств, свойств партнера и характеристик процесса межличностного или межгруппового взаимодействия.

Эмпирическое исследование, выполненное на выборке из 145 руководителей и наемных работников, показало, что доверие и недоверие и их направленность дифференцируют уровень отношения к соблюдению нравственных норм делового поведения (гистогр. 2). При этом отношение к соблюдению нравственных норм больше дифференцируется в зависимости от направленности доверия, чем от недоверия. В этом проявляется асимметричность феноменов доверия и недоверия. В ситуации собственного доверия (Я-Доверие) определен высокий уровень отношения к соблюдению норм правдивости, ответственности, справедливости и самый низкий уровень отношения к соблюдению норм терпимости и принципиальности.



**Гистограмма 2.** Уровень отношения к соблюдению нравственных норм делового поведения в зависимости от собственного (Я) и воспринимаемого (Мне) доверия (Д) и недоверия (НД).

В ситуации воспринимаемого доверия (Мне-Доверие) наблюдается самый высокий уровень отношения к соблюдению норм терпимости и ответственности. В ситуации недоверия (Я-Недоверие и Мне-Недоверие) уровень отношения к соблюдению норм принципиальности самый высокий. Отношение к соблюдению норм правдивости детерминируются отношениями доверия и недоверия в меньшей

степени, нежели отношение к соблюдению других нравственных норм (что согласуется с данными, полученными в ходе исследования отношения к соблюдению нравственных норм делового поведения в зависимости от психологической дистанции). В целом можно сказать, что отношение к соблюдению нравственных норм выше в ситуации собственного доверия, но равномернее по большинству нравственных качеств в ситуации воспринимаемого доверия (в частности, за счет высокого уровня терпимости). То есть люди склонны к большей нравственности в отношении тех, кому доверяют и кто доверяет им, нежели в отношении тех, кому не доверяют, и кто не доверяет им.

Выделены пять типов отношения к соблюдению нравственных норм делового поведения в зависимости от направленности доверия и недоверия. 1-й тип «высокоправдивый независимо от доверия и недоверия, требовательный к окружающим» более характерен для руководителей, в частности для женщин-руководителей 20-25 лет и мужчин-руководителей 26-35 лет. 2-й тип «нетерпимый, принципиальный, сильно дифференцирующий отношение к соблюдению нравственных норм в зависимости от доверия и недоверия - защищающий себя от негативных/нежелательных последствий взаимодействия» в наибольшей степени характерен для мужчин-руководителей 36-50 лет. 3-й тип «терпимый, но малосправедливый и малоправдивый, недооценивающий отношения доверия, не стремящийся преодолеть недоверие» характерен для возрастной группы 26-35 лет. 4-й тип «со средним уровнем отношения к соблюдению нравственных норм, зависящим от доверия и недоверия - поддерживающий сложившийся баланс доверия и недоверия» наиболее характерен для девушек-рядовых сотрудников 20-25 лет. 5-й тип «терпимый, ответственный и справедливый, стремящийся оправдать доверие и преодолеть недоверие» 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.

Обнаружены различия в отношении к соблюдению нравственных норм делового поведения у представителей различных социальных и демографических групп. Руководители достоверно чаще, чем рядовые сотрудники, готовы к проявлению правдивости в отношениях собственного доверия и недоверия. Различие в отношении к соблюдению нравственных норм делового поведения у руководителей и рядовых сотрудников обусловлено спецификой этих типов деловой активности. Возможно, это связано с большими заинтересованностью руководителей в результатах деятельности и степенью их ответственности за недостоверность информации и нарушение

процессов коммуникации. Женщины в отличие от мужчин достоверно чаще готовы проявлять высокий уровень терпимости и ответственности с теми, кому сами не доверяют. А мужчины чаще, чем женщины готовы проявлять высокий уровень принципиальности в отношении человека, который им не доверяет.

**Глава 11. «Взаимосвязь нравственно-психологических факторов экономического самоопределения руководителей»** посвящена программе эмпирического исследования (параграф 1), анализу отношения руководителей к нравственности и себе, как субъекту нравственности (параграф 2) и взаимосвязи нравственно-психологических компонентов экономического самоопределения (параграф 3).

Выборка исследования включала 244 руководителя малых и средних предприятий различной формы собственности (54% мужчин, 46% женщин). Выявлено наличие у значительной части руководителей амбивалентности и противоречий в отношении к нравственности и соблюдению нравственных норм делового поведения. С использованием специальной модификации методики ОСНН выявлены следующие особенности отношения руководителей к соблюдению нравственных норм (самооценка собственного отношения, а также уровней отношения идеального и типичного современного руководителя). По всем нравственным качествам, кроме правдивости, «Я-идеальное» превосходит «Я-реальное». Это свидетельствует о наличии в сознании руководителей высокой «планки» соблюдения норм. Наиболее высокие расхождения показателей «Я-реального» и «Я-идеального» не в пользу личности - по ответственности и терпимости. Видимо, условия деятельности предъявляют руководителям высокие требования к уровню личной ответственности и терпимости, и понимание того, что этот уровень в реальности недостаточно высок, может приводить к недовольству собой, снижению самооценки, внутренним конфликтам. В целом руководители считают, что другие (типичные) руководители соблюдают нравственные нормы хуже, чем они сами. Такая позиция свидетельствует о конкурентности, приводит к возникновению сложностей при принятии решений о соблюдении нравственных норм в деловом поведении.

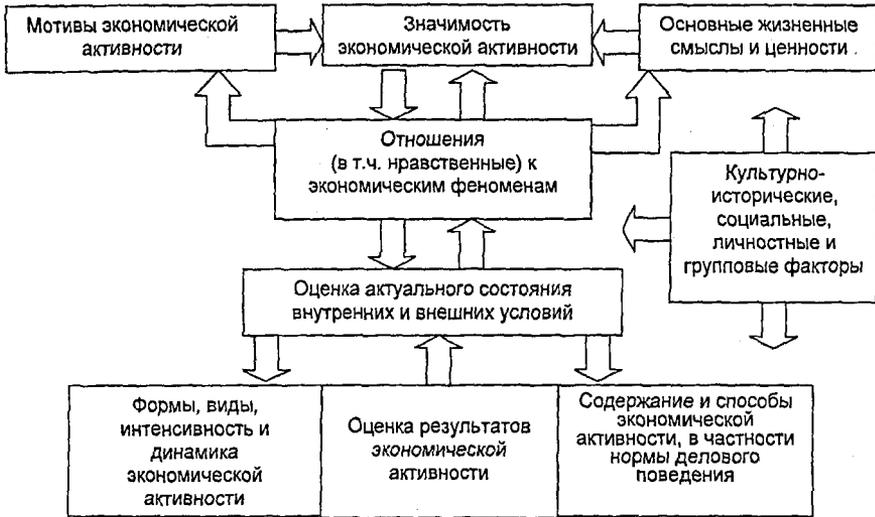
У руководителей частных предприятиях выше самооценка уровня экономической активности, они в большей степени доверяют собственным деловым возможностям, у них также выше удовлетворенность материальным благосостоянием. Деньги для тех и других групп руководителей в высокой степени есть лживость, беспринципность, несправедливость, ответственность, терпимость. Т.е можно говорить о том, что форма собственности не влияет на отношение к нравственной ценности денег. В то же время, для руководителей государственных предприятий деньги в большей степени –

свобода. У руководителей частных предприятий отмечается противоречие в оценке денег как свободы или как зависимости, а также выше связь денег с такими понятиями как: конфликт, цинизм, зависимость, комфорт, развлечения, здоровье. У руководителей государственных предприятий значимо выше связь понятий деньги и любовь.

Установлены взаимосвязи отношения к деньгам, представлениями о мире бизнеса, отношением к соблюдению нравственных норм делового поведения и другими показателями экономического самоопределения. У руководителей, наращивающих экономическую активность, имеет место позитивное, конструктивное отношение к деловому миру, как миру самореализации, профессионального роста, достижения социального статуса и здоровой конкуренции при этом нравственная оценка денег может быть позитивной, негативной и конфликтной. Для руководителей, снижающих экономическую активность, чаще характерны негативные, категоричные, амбивалентные оценки мира бизнеса и чаще встречается негативное отношение к деньгам. Исключением являются типы с позитивным отношением к деньгам, которые оценивают мир бизнеса по деловому, без эмоций как работу, место для реализации амбиций, мир прогресса и т.п. Интересно, также, что тенденции изменения экономической активности не связана с такими экономико-психологические характеристиками руководителей как удовлетворенность материальным благосостоянием и субъективный экономический статус. Как высокая, так и низкая удовлетворенность материальным благосостоянием имеет место как у снижающих, так и наращивающих экономическую активность.

На схеме 2 представлены некоторые наиболее значимые взаимосвязи нравственно- и экономико-психологических составляющих экономического самоопределения. Расположение элементов и стрелки позволяют описать в наиболее обобщенном виде некоторые *нравственно-психологические процессы и механизмы экономического самоопределения*. В описанных выше эмпирических исследованиях мы проследили действие некоторых из этих механизмов, в частности механизмов стимулирования и сдерживания экономической активности руководителей. Одновременное встречное протекание некоторых процессов (как это показано на схеме 2 стрелками) вызывает дополнительные противоречия в сознании личности и определяет специфические этапы ее экономического самоопределения. В частности противоречивое и конфликтное отношение к экономическим феноменам и внутриличностный нравственный конфликт по поводу соблюдения нравственных норм делового поведения. Анализ показывает, что внутриличностный нравственный конфликт является как следствием разинтеграции личности, так и закономерным этапом ее экономического самоопределения. 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.



**Схема 2.** Взаимосвязи нравственно- и экономико-психологических составляющих экономического самоопределения

Таким образом, модальность и противоречивость субъективной нравственной оценки денег, мира бизнеса, отношения к соблюдению нравственных норм тесно связаны с психологической готовностью личности к тем или иным формам и стратегиям экономического поведения. Отношения нравственности руководителей в значительной степени определяют выбор ими формы деятельности, методов и средств достижения целей, взаимодействие с подчиненными, партнерами и конкурентами по деловому взаимодействию, а также направленность и динамику экономической активности. В то же время, удовлетворенность результатами и динамикой экономической активности, восприятие комфортности и безопасности условий, удовлетворенность сложившимися деловыми отношениями определяют нравственные оценки субъектом экономических явлений, а также его отношение к нормам деловой этики.

**Раздел 4. Нравственно-психологические компоненты и детерминанты экономического самоопределения в современной организации** включает три главы.

**Глава 12. «Доверие и недоверие в организациях с различной организационной культурой и психологической атмосферой»** посвящена концептуальной модели взаимосвязи доверия и недоверия с организационно-психологическими феноменами (параграф 1), эмпирическим исследованиям особенностей организационной культуры и психологической атмосферы в организациях с разным уровнем доверия/недоверия (параграф 2), взаимосвязь доверия/недоверия личности другим людям с оценками корпоративной культуры и психологического климата в организации (параграф 3).

На основании теоретического анализа и результатов исследования сделан вывод о том, что доверие и недоверие, как и психологическая атмосфера, организационная культура и др. являются не только значимыми факторами экономической эффективности предприятия, но и основными показателями психологической эффективности организации. Под *психологической эффективностью организации* понимается разной степени психологическая способность и готовность персонала выполнять возложенные на него задачи, в том числе готовность к необходимым или неизбежным изменениям внешней и внутренней среды организации. Корпоративная культура и доверие/недоверие являются интегративными показателями психологической эффективности организации, так как, помимо психологических отношений, включают в себя также нормативную систему принятия решений и организационного поведения.

В результате исследований, выполненных на базе 5-ти предприятий, установлены взаимосвязи доверия/недоверия в организации с корпоративной культурой, психологической атмосферой, климатом и групповой сплоченностью. В ходе исследования получены данные о том, что результативность и порядочность – более значимые императивы доверия в организации по сравнению с заботой. Важно, что значимое влияние на уровень доверия рядовых работников организации оказывают не только отношения в системе персонал – руководство, но и взаимоотношения организации и руководства с деловыми партнерами и клиентами. Это подтверждает принятую точку зрения о том, что репутация и деловой имидж являются важными основаниями для построения доверия показывая, в то же время, что «внешний» имидж значим для и внутриорганизационных отношений.

Результаты исследования также подтверждают гипотезу о том, что оценки организационной культуры и социально-психологического климата связаны с

личностными особенностями доверия/недоверия сотрудников другим людям. Особенности доверия личности другим людям при выборе места работы оказывают влияние на предпочтение того или иного типа культуры организации. Кроме того, человек формирует отношения с коллегами наиболее соответствующие его личностным особенностям. В свою очередь, преобладающая на предприятии корпоративная культура формирует установку на определенное отношение к другим людям, развивает навыки взаимодействия с ними в соответствии с правилами и нормами организации и создает условия для проявления определенных личностных качеств, в частности, доверия определенного типа и уровня.

**Глава 13. «Взаимосвязь доверия работников коллегам и руководителям с психологической атмосферой, климатом и групповой сплоченностью в организации»** посвящена взаимосвязи доверия работников разным категориям сотрудников с организационно-психологическими феноменами (параграф 1), личностным детерминантам доверия работников разным категориям сотрудников организации (параграф 2), гендерным особенностям доверия коллегам и руководителям (параграф 3).

В ходе исследования, выполненного на базе 6-ти организаций установлено, что психологическая атмосфера в большей степени связана с доверием к коллегам, чем к руководителям. Это относится в первую очередь к таким показателям как сотрудничество-несогласованность, взаимоподдержка-недоброжелательность, увлеченность-равнодушие, занимательность-скука, успешность-безуспешность, продуктивность-непродуктивность. Однако на значения показателей успешность-безуспешность и продуктивность-непродуктивность также оказывает влияние оценка руководителя как надежного. Кроме того, высокая оценка единства с руководителем способствует повышению воспринимаемого уровня сотрудничества и увлеченности. Доверие связано как с содержательными, так и с формально-динамическими характеристиками психологической атмосферы, климата и организационной культуры. Т.е. уровень доверия/недоверия в организации связан не только с выраженностью показателей этих феноменов, но также со степенью их однородности, сформированности, силы и т.д.

Проведенный анализ позволил выявить взаимосвязи доверия в организации и некоторых личностных свойств работников предприятия. На доверие коллегам и руководителям организации оказывают значимое влияние личностная агрессивность, тревожность, гендерная идентичность и особенности доверия/недоверия личности другим людям. В результате корреляционного анализа обнаружены значимые отрицательные связи личностной тревожности и оценок работниками их единства с

коллегами и руководителями. Полученные данные свидетельствуют о том, что высокая личностная агрессивность практически неизбежно снижает доверие к психологически далеким категориями людей (в нашем случае – к руководителям). В отношениях с психологически близкими людьми (коллегами) существуют неоднозначные связи между доверием им и отдельными показателями агрессивности личности. В ходе анализа установлено, что гендерная идентичность является высоко значимым фактором доверия к руководителю. Получены предварительные данные о том, что перечисленные свойства личности могут также влиять на оценки психологической атмосферы, климата и культуры организации.

**Глава 14. «Взаимосвязь отношения к соблюдению нравственных норм делового поведения с организационной культурой»** посвящена программе эмпирического исследования (параграф 1), результатам эмпирического исследования оценок реальной и предпочитаемой сотрудниками организационной культуры (параграф 2), взаимосвязи отношения к соблюдению нравственных норм делового поведения с оценками организационной культурой (параграф 3).

В ходе анализа литературы и эмпирических исследований показано, что психологический климат, отношение сотрудников к соблюдению нравственных норм и организационная культура, хотя и взаимосвязанные, но, в то же время, довольно независимые феномены, имеющие каждый свою особую систему детерминант. Разделяемые этические ценности, отношение сотрудников к нравственным нормам и их соблюдению при взаимодействии с разными категориями людей являются составляющими *этического компонента организационной культуры*. В свою очередь, психологический климат, несомненно, отражает *эмоциональный компонент организационной культуры* (в частности, клановая культура создает более дружелюбную атмосферу, чем другие). В то же время, взаимосвязь отношения к соблюдению нравственных норм, типологических особенностей организационной культуры и социально-психологического климата носит сложный и опосредованный характер. Так, отношение к соблюдению нравственных норм и психологический климат могут определяться *степенью сформированности, силой и мощностью организационной культуры*.

Слабая культура или отсутствие единой культуры будет приводить к непониманию, разногласиям и конфликтам, ухудшая тем самым психологическую атмосферу, снижая доверие, взаимопомощь и готовность к справедливому, ответственному и честному поведению в организации. Важным фактором социально-психологического климата является *соответствие актуализированного и предпочитаемого работником типов организационной культуры*. Например,

сотрудник не склонный к работе в условиях соперничества и конкуренции (рыночный тип культуры), может испытывать негативные эмоции и отрицательно оценивать своих коллег.

Непринятие существующей культуры значительным процентом работников будет приводить к «размыванию», «дрейфу» организационной культуры. Вероятно также, что отношение к соблюдению нравственных норм, являясь относительно устойчивой характеристикой личности, в большей степени связано, не с существующим, а с предпочитаемым типом культуры. И, наконец, *имеются не связанные с организационной культурой факторы психологического климата и отношения к соблюдению нравственных норм*, такие, в частности, как социальные и экономические особенности жизнедеятельности организации. Например, успешность и эффективность деятельности, уровень и условия конкуренции, стабильность или кризисность внешней среды могут в высокой степени определять психологическую атмосферу, климат и уровень нравственности в организации не зависимо от типа ее культуры. Эти факторы также могут приводить к эволюционному или радикальному изменению ценностей, базовых представлений, норм и правил поведения различных групп работников организации и, соответственно, к динамике ее культуры.

Результаты эмпирического исследования, участниками которого были сотрудники восьми организаций различных сфер деятельности в количестве 257 чел., подтверждают наличие описанных выше сложных взаимосвязей и не позволяют сделать вывод о большей или меньшей «нравственности» какого-либо типа организационной культуры. Однако у каждого типа организационной культуры есть свои особенности построения организационных и управленческих отношений, определяющие особенности соблюдения тех или иных нравственных норм. Можно, например, сказать, что партиципативная и адхократическая культуры обеспечивает большую терпимость и гуманность по отношению к независимым и уникальным работникам. В свою очередь, в иерархической (бюрократической) культуре довольно «жесткие» управленческие отношения сочетаются с психологически комфортными отношениями в среде рядовых работников.

Установлено, что уровень отношения к соблюдению нравственных норм взаимосвязан с функционально-динамическими характеристиками культуры (силой и согласованностью). В частности, сочетание в одной организации ценностей типов культур, которые, по мнению многих исследователей, являются конкурирующими (рыночный и клановый тип), приводит к снижению уровня ОСНН терпимости, справедливости, правдивости и ответственности. Основными измерениями культуры, показавшими значимую корреляционную связь с уровнем ОСНН, являются стиль

управления и стратегические акценты организации, а именно: стиль управления, характерный для кланового типа культуры связан с более низким уровнем ОСНН ответственности, принципиальности, терпимости и правдивости; стратегические акценты рыночной культуры отрицательно связаны с уровнем ОСНН справедливости и правдивости; акцент иерархической культуры на рентабельность, четкие графики и надежность сочетается с более высоким уровнем ОСНН ответственности (табл. 4).

**Таблица 4.** Корреляции оценок отдельных измерений реальной организационной культуры и отношения к соблюдению нравственных норм (ОСНН) ( $p < 0,05$ ;  $*p < 0,01$ )

Измерения организационной культуры	ОСНН				
	Терпимости	Принципиальности	Справедливости	Правдивости	Ответственности
<b>Клановый тип организационной культуры</b>					
<i>управление наемными работниками, или стиль, который характеризует отношение к наемным работникам и определяет, что представляют собой условия труда;</i>	-0,19	-0,23*	-	-0,15	-0,22*
<i>стратегические акценты, которые определяют, какие сферы особого внимания приводят в движение стратегию организации</i>	-	-	-	-0,15	-
<b>Адхоратический тип организационной культуры</b>					
<i>стратегические акценты, которые показывают, как определяется победа и что именно вознаграждается и чувствуется</i>	-	-0,16	-	-	-
<b>Рыночный тип организационной культуры</b>					
<i>стратегические акценты, которые показывают, как определяется победа и что именно вознаграждается и чувствуется</i>	-	-	-0,16	-0,21*	-
<b>Иерархический тип организационной культуры</b>					
<i>управление наемными работниками, или стиль, который характеризует отношение к наемным работникам и определяет, что представляют собой условия труда;</i>	-	-	-	-	0,16

Субъективные представления об «идеальной» организационной культуре также взаимосвязаны с уровнем ОСНН. Сотрудники, предпочитающие стиль управления, характерный для рыночной культуры, и сотрудники, предпочитающие формальные правила и стабильность, имеют меньший уровень ОСНН ответственности. Предпочтение организационной культуры, главной стратегической ценностью которой будет являться победа на рынке и опережение конкурентов отрицательно взаимосвязано с уровнем ОСНН справедливости, правдивости и ответственности.

В **Заключении** подведены итоги проведенного исследования, намечены перспективы изучения нравственно-психологических факторов экономического самоопределения и сформулированы **выводы**:

1. Разработано новое научное направление – нравственно-психологической детерминации экономического самоопределения, учитывающее специфику нравственной регуляции экономического поведения и интегрирующее подходы экономической психологии и психологии нравственности.

1.1. Проведено теоретико-эмпирическое исследование содержания и структуры нравственно-психологических компонентов экономического самоопределения, их взаимосвязей и взаимовлияния, функций на различных этапах жизнедеятельности, а также динамики в различных, в том числе, кризисных условиях.

1.2. Определены принципы организации исследований нравственно-психологического аспекта экономического самоопределения. Описана система нравственно- и социально-психологической детерминации экономического самоопределения и некоторые ее механизмы. Разработаны методические приемы и программы исследований различных нравственно-психологических факторов.

2. В эмпирическом исследовании установлено, что в отношении к таким экономическим явлениям и объектам как мир бизнеса, деньги, способы материального самообеспечения, реклама и др. отчетливо выражен нравственный модус. Респонденты высоко оценивают роль нравственных детерминант в регуляции деловых взаимоотношений, в формировании организационной культуры и поддержании доверия в организации. Все это говорит о выраженности и значимости нравственно-психологической составляющей экономического самоопределения.

2.1. Содержание нравственно-психологических компонентов экономического самоопределения у значительной части респондентов является нравственно негативным или противоречивым. Так, весьма распространенным является нравственно-противоречивое отношение к деньгам - оценка денег одновременно и как добра, и как зла, которая нередко может приводить к возникновению внутриличностного конфликта. При этом разные виды противоречий сочетаются с типичными именно для них особенностями экономического поведения людей.

2.2. В исследовании подтвердилось, что нравственные регуляторы экономического поведения могут быть неосознаваемыми. В частности, некоторые виды незтичной рекламы воспринимаются респондентами эмоционально позитивно, но латентное влияние этического фактора приводит к снижению оценки качества товара и желания его приобрести.

2.3. Установлено, что нравственно-психологические компоненты экономического самоопределения тесно взаимосвязаны. На выборке руководителей предприятий разных форм собственности обнаружена взаимосвязь представлений об этичности мира бизнеса, нравственной оценки денег и самооценки соблюдения нравственных норм в деловых отношениях. Выделенные по этим показателям типы личности руководителей отличаются характеристиками экономической активности и ее динамики.

3. В эмпирических исследованиях подтверждена значимость в детерминации нравственно-психологической составляющей и в целом экономического самоопределения следующих факторов: личностных особенностей индивидуального субъекта или членов группы, специфики их экономической активности и профессиональной деятельности, а также организационных и групповых психологических феноменов.

3.1. Влияние на отношение личности к соблюдению нравственных норм в деловой сфере оказывают такие ее качества как неконформизм, самоконтроль, социальная смелость и др. Значимым фактором доверия к руководителям и коллегам в организации являются гендерная идентичность и агрессивность субъекта.

3.2. Существуют выраженные различия нравственно-психологических факторов экономического самоопределения у мужчин и женщин, менеджеров и предпринимателей, руководителей государственных и негосударственных предприятий, работников различного возраста и стажа. В целом руководители больше склонны к недоверию, чем доверию, а рядовые сотрудники наоборот – склонны больше доверять, чем не доверять. Количество и степень значимости критериев доверия и недоверия в деловых отношениях позволяет сделать вывод о большей склонности женщин к доверию и сотрудничеству с другими людьми, а мужчин - к недоверию и соперничеству.

3.3. Отношение работников предприятия к соблюдению нравственных норм и доверие/недоверие во многом определяются содержательными и формально-динамическими особенностями организационной культуры. В то же время, существует ряд высоко значимых и не связанных с культурой факторов (например, личностные особенности сотрудников, условия жизнедеятельности организации и отдельных подразделений и т.п.), оказывающих влияние на нравственную и социально-психологическую атмосферу организации.

Основными измерениями организационной культуры, показавшими значимую корреляционную связь с уровнем отношения к соблюдению нравственных норм (ОСНН), являются стиль управления и стратегические акценты организации, а именно:

стиль управления, характерный для кланового типа культуры связан с более низким уровнем ОСНН ответственности, принципиальности, терпимости и правдивости; стратегические акценты рыночной культуры отрицательно связаны с уровнем ОСНН справедливости и правдивости; акцент иерархической культуры на рентабельность, четкие графики и надежность сочетается с более высоким уровнем ОСНН ответственности.

4. Доказано, что значимыми детерминантами нравственно-психологической составляющей экономического самоопределения являются комплексные нравственно- и социально-психологические феномены (Нравственное самоопределение, доверие и недоверие, социально-психологическое пространство). Продемонстрирована значимость механизма дифференцированного соблюдения субъектом нравственных норм делового поведения в отношении представителей различных категорий его социально-психологического пространства. Наиболее высокая степень нравственности характерна для деловых отношений с теми партнерами, в которых субъект заинтересован, которыми он дорожит и перед кем считает себя ответственным и т.д. (психологически близкие, «свои», оказывающие и вызывающие доверие, или, напротив, не доверяющие и контролирующие его). В отношении психологически далеких, безразличных, враждебных партнеров субъект может злоупотреблять доверием и отсутствием контроля ради собственной выгоды.

4.1. Нравственное самоопределение выступает основанием нравственно-психологической составляющей экономического самоопределения. В частности, выявлена взаимосвязь представлений руководителей о нравственных качествах с характеристиками их экономической активности и отношением к деньгам. На выборке молодежи разных возрастов установлено, что нравственное самоопределение является фактором ее отношения к незетичной рекламе.

4.2. Подтверждена гипотеза о том, что психологическая дистанция с представителями различных социальных категорий на выборке предпринимателей и менеджеров является основным критерием гибкости отношения к соблюдению нравственных норм. Отношение к соблюдению нравственных норм для отдельных нравственных качеств (терпимости, принципиальности, справедливости, правдивости, ответственности) имеет особенности, которые выражаются в различном характере динамики отношения. В частности правдивость личности в наименьшей степени обусловлена ими.

4.3. Установлено, что доверие и недоверие и их направленность определяют уровень отношения к соблюдению нравственных норм делового поведения. При этом отношение к соблюдению нравственных норм больше дифференцируется в

зависимости от направленности доверия, чем от направленности недоверия. В целом респонденты склонны к большей нравственности в отношении тех, кому доверяют и кто доверяет им, нежели в отношении тех, кому не доверяют, и кто не доверяет им. Анализ позволяет выделить следующие функции отношения к соблюдению нравственных норм делового поведения в регуляции доверия и недоверия: поддержание доверия, завоевание доверия, преодоление недоверия, защита от прогнозируемых субъектом негативных последствий взаимодействия, эксплуатация доверия и злоупотребление им и др.

**Основное содержание и результаты диссертационного исследования отражены в следующих публикациях автора:**

**Монографии:**

1. Купрейченко А.Б. Нравственно-психологическая регуляция экономической активности / А.Л.Журавлев, А.Б.Купрейченко; —М.: Изд-во «Институт психологии РАН»,—2003.—436с. – 27 п.л.
2. Купрейченко А.Б. Экономическое самоопределение: Теория и эмпирические исследования / А.Л.Журавлев, А.Б.Купрейченко; — М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007.—480с. – 30 п.л.
3. Купрейченко А.Б. Психология доверия и недоверия / А.Б.Купрейченко; М.: Изд-во «Институт психологии РАН»,—2008.—571с. – 36 п.л.

**Статьи в научных журналах, рекомендованных ВАК:**

4. Купрейченко А.Б. Социально-психологические функции доверия и недоверия в жизнедеятельности человека / А.Б.Купрейченко // Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова. — 2005. —Т.11. —№3. —С.48-55. – 1 п.л.
5. Купрейченко А.Б. Отношение личности к деньгам: нравственные противоречия в оценках и ассоциациях / Е.И.Горбачева, А.Б.Купрейченко // Психол. журн.—2006. — Т.27. —№4.—С.26-37. – 1 п.л.
6. Купрейченко А.Б. Самоопределение личности и группы в изменяющихся экономических условиях / А.Л.Журавлев, А.Б.Купрейченко // Вестник Российского университета дружбы народов. —2006.—№1(3).—С.6-19. – 1 п.л.
7. Купрейченко А.Б. Критерии доверия и недоверия личности другим людям / А.Б.Купрейченко, С.П.Табхарова // Психол. журн.—2007.—Т.28.—№2.—С.55-67. – 1 п.л.
8. Купрейченко А.Б. Структура и личностные детерминанты экономического самоопределения субъекта / А.Л.Журавлев, А.Б.Купрейченко // Психол. журн. —2008. —Т.28. — №2.—С5-15. – 1,3 п.л.
9. Купрейченко А.Б. Доверие и недоверие – общие и дифференцирующие психологические характеристики / А.Б.Купрейченко // Вестник Российского университета дружбы народов.—2008.—№2.—С.46-53. – 0,5 п.л.
10. Купрейченко А.Б. Нравственно-психологические и эмоциональные факторы организационной культуры / А.Б.Купрейченко, Е.Н.Молодых // Вестник университета.—2008. —№8(46).—С.82-87. – 0,8 п.л.
11. Купрейченко А.Б. Отношение молодежи к неэтичным формулировкам газетных заголовков / А.Е.Воробьева, А.Б.Купрейченко // Знание. Понимание. Умение.—2008. —№4. —С.126-133. - 0,5 п.л.
12. Купрейченко А.Б. Основания, психологические механизмы и направления укрепления нравственности личности и общества / А.Б.Купрейченко // Психол. журн.—2009.—Т.30.— №4.—С.106-109. – 0,5 п.л.
13. Купрейченко А.Б. Тенденции социально-экономической жизни российского общества и развитие исследований отечественной экономической психологии / А.Л.Журавлев, А.Б.Купрейченко // Знание. Понимание. Умение.—2009.—№4.—С.27-35. – 0,5 п.л.

14. Купрейченко А.Б. Нравственное самоопределение личности: концептуальные основы и эмпирические типы / А.Е.Воробьева, А.Б.Купрейченко // Вестник университета.—2009.—№32.—С.60-63. — 0,5 п.л.
15. Купрейченко А.Б. Роль нравственной элиты в российском обществе: постановка проблемы и возможности исследования / А.Л.Журавлев, А.Б.Купрейченко // Психол. журн.—2010.—Т.31.—№2.—С.5-19. — 1, 5 п.л.

**Научные статьи и тезисы докладов:**

16. Купрейченко А.Б. Отношения современных российских предпринимателей к морально-этическим нормам делового поведения / А.Б.Купрейченко // Социально-психологические исследования руководства и предпринимательства.—М.: Из-во "Институт психологии РАН", 1999.—С.89-109. — 1 п.л.
17. Купрейченко А.Б. Измерение отношения к соблюдению нравственных норм / А.Б.Купрейченко // 6-я всероссийская научно-техническая конференция "Состояние и проблемы измерений". Тезисы докладов, I часть.—М., 1999. —С.79-80. — 0,1 п.л.
18. Купрейченко А.Б. Психологическая дистанция между личностью и представителями различных социальных категорий / А.Б.Купрейченко // Социальная психология - XXI век. Т.1.—Ярославль: "ДИА - Пресс",1999.—С.358-360. — 0,2 п.л.
19. Купрейченко А.Б. Методика измерения отношения к соблюдению нравственных норм / А.Б.Купрейченко // Ананьевские чтения: (Тезисы научно-практической конференции "Ананьевские чтения - 99". —СПб.: Из-во С.-ПБ ун-та, 1999.—С.355-357. — 0,2 п.л.
20. Купрейченко А.Б. Межличностное доверие как фактор психологической дистанции / А.Б.Купрейченко // Психология созидания. Ежегодник РПО, Том 7, вып.1. —Казань, 2000.—С.90-91. — 0,1 п.л.
21. Купрейченко А.Б. Совместная жизнедеятельность организации и критерии подбора персонала / А.Б.Купрейченко // Психология совместной жизнедеятельности малых групп и организаций. —М.: "Социум"; "ИП РАН", 2001.—С.233-251. — 1 п.л.
22. Купрейченко А.Б. Психологическая дистанция между личностью и представителями различных социальных категорий / А.Л.Журавлев, А.Б.Купрейченко // Психология совместной жизнедеятельности малых групп и организаций. —М.: "Социум"; "ИП РАН",2001.—С.36-59. — 1 п.л.
23. Купрейченко А.Б. Трехкомпонентная методика измерения межличностного доверия / А.Б.Купрейченко // Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции "Психология бизнеса: управление персоналом в государственных организациях и коммерческих структурах" Ч.1. —СПб.: ГП "ИМАТОН", 2001.—С.88-89. — 0,1 п.л.
24. Купрейченко А.Б. Индивидуальные особенности межличностного доверия / А.Б.Купрейченко // Психология управления в современной России: материалы научной конференции (17-18 мая 2001 года).—Тверь: Изд-во "Альба", 2001.—С.66-68. — 0,1 п.л.
25. Купрейченко А.Б. Изучение психологического отношения личности в русле системного подхода / А.Б.Купрейченко // Психология отношений: материалы региональной научно-практической конференции.—Владимир: ВГПУ, 2001. —С.18-21. — 0,2 п.л.
26. Купрейченко А.Б.Некоторые методические подходы к исследованию отношения личности к соблюдению нравственных норм / А.Б.Купрейченко // Современная психология: состояния и перспективы. Ч.2. Общая и социальная психология, психология личности и психофизиология, экономическая, организационная и политическая психология (материалы юбилейной научной конференции ИП РАН, 28-29 января 2002 года.—М.: Изд-во "Институт психологии РАН", 2002.—С.113-142. — 1 п.л.
27. Купрейченко А.Б. Психологические типы доверия личности людям – ключ к деперсонификации доверия / А.Б.Купрейченко // Становление рынка в постсоветской России: Институциональный анализ.—М.: Аспект Пресс, 2002.—С.57-88. — 1 п.л.
28. Купрейченко А.Б. Методика оценки доверия личности другим людям / А.Б.Купрейченко // Современная психология: Состояние и перспективы исследований.

- 4.5. Программы и методики психологического исследования личности и группы: Материалы юбилейной научной конференции ИП РАН, 28-29 января 2002г.—М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2002.—С.64-89. — 1 п.л.
29. Купрейченко А.Б. Введение в экономическую психологию / А.Б.Купрейченко // Методические материалы и программы к специализированным курсам по гуманитарным и социально-экономическим дисциплинам.—М.:Аспект Пресс, 2002.—С.377-402.—1 п.л.
30. Купрейченко А.Б. Интердисциплинарное исследование отношения к соблюдению нравственных норм российских предпринимателей и менеджеров / А.Б.Купрейченко // Психология в системе наук (междисциплинарные исследования). Ежегодник Российского психологического общества. Т.9. Вып. 1.—М., 2002.—С.184-185. -0,1 п.л.
31. Купрейченко А.Б. Психологическая типология межличностного доверия / А.Б.Купрейченко // Материалы V Ежегодной Всероссийской научно-практ. конференции «Психология бизнеса. Организационное консультирование: услуги и клиенты».—СПб.: ИМАТОН, 2002.—С.30-31. — 0,1 п.л.
32. Купрейченко А.Б. Типы психологического отношения личности к соблюдению норм толерантности / А.Б.Купрейченко // Толерантность и проблема идентичности: Мат. международной научно-практ. конференции. Ежегодник РГО. Т.9. Вып. 5.—Ижевск, 2002.—С.284-287. — 0,2 п.л.
33. Купрейченко А.Б. Психология нравственной регуляции экономической активности / А.Б.Купрейченко // Психология: современные направления междисциплинарных исследований: Материалы научной конференции, посвященной памяти члена-корреспондента РАН А.В.Брушлинского.—М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2003.—С.469-477. — 0,5 п.л.
34. Купрейченко А.Б. Психологическое отношение к соблюдению нравственных норм как многомерное динамическое явление / А.Б.Купрейченко // Психология отношений и психическая регуляция деятельности: Сборник материалов научно-практической конференции.—Владимир, 2003.—С.49-52. — 0,3 п.л.
35. Купрейченко А.Б. Восприятие психологической дистанции различными социальными группами / А.Б.Купрейченко // Ежегодник Российского психологического общества: Материалы 3-го Всероссийского съезда психологов. В 8т. —СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2003. Т.4.—С.565-567. — 0,1 п.л.
36. Купрейченко А.Б. Психологические проблемы этики в рекламе / А.Б.Купрейченко, А.Е.Воробьева // Экономическая психология: актуальные теоретические и прикладные проблемы: Материалы четвертой международной научно-практической конференции.—Иркутск: Изд-во БГУ ЭП, 2003.—С.154-155. — 0,1 п.л.
37. Купрейченко А.Б. Современное состояние исследований в отечественной экономической психологии / А.Б.Купрейченко // Проблемы экономической психологии. Т.1.—М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004.—С.58-82. — 1 п.л.
38. Купрейченко А.Б. Основные характеристики нравственно-психологической регуляции экономической активности / А.Б.Купрейченко // Личность. Культура. Общество. 2004. Вып. 4(24).—С.269-275. — 0,5 п.л.
39. Купрейченко А.Б. Проблемы нравственно-психологической регуляции экономической активности / А.Б.Купрейченко // Проблемы экономической психологии. Т.2.—М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005.—С.17-65. — 2 п.л.
40. Купрейченко А.Б. Психологическая эффективность рекламного воздействия / Е.Ю. Байкова, А.Б.Купрейченко // Проблемы экономической психологии. Т.2.—М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005.—С. 368-398. — 1,5 п.л.
41. Купрейченко А.Б. Восприятие юмористической рекламы молодыми потребителями / А.Б.Купрейченко // Проблемы экономической психологии. Т.2.—М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005.—С.295-343. — 1 п.л.
42. Купрейченко А.Б. Об актуальности исследований в области экономической психологии / А.Л.Журавлев, А.Б.Купрейченко // Проблемы экономической психологии. Т.2.—М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005.—С.3-14. — 0,5 п.л.

43. Купрейченко А.Б. Внутриличностный нравственный конфликт и отношение к деньгам / Е.И.Горбачева, А.Б.Купрейченко // Бехтерев В.М. и современная психология: Материалы докладов на российской научно-практической конференции. —Казань: КГУ, 2005. Вып.3. Т.1.—С.490-497. — 0,5 п.л.
44. Купрейченко А.Б. Гуманизация управленческих отношений в современной организации: понимание и основные направления социально-психологических исследований / А.Л.Журавлев, А.Б.Купрейченко // Информатика, социология, экономика, менеджмент: Сб. науч. трудов. Ч.1.—М.: АМИ, 2005.—С.149-166. — 1 п.л.
45. Купрейченко А.Б. Стереотипы о профессиональной деятельности сотрудников ОВД / А.Б.Купрейченко, О.С.Клочко // Научный поиск: Сборник научных работ студентов, аспирантов и преподавателей.—Ярославль, 2005.—С.122-126. — 0,3 п.л.
46. Купрейченко А.Б. Психологические феномены доверия и недоверия – общие и дифференцирующие признаки / А.Б.Купрейченко // Мотивация в психологии управления: матер. Всерос. науч.-практ. конф.—Самара, 2006.—С.8-16. — 0,5 п.л.
47. Купрейченко А.Б. Исследование гуманизации управленческих отношений в организации как научно-практическое направление в современной психологии / А.Л.Журавлев, А.Б.Купрейченко // Психология отношений человека и психическая регуляция деятельности.—М.-Владимир: Собор, 2007.—С.7-21. — 1 п.л.
48. Купрейченко А.Б. Нравственно-психологическая регуляция предпринимательской деятельности / Филинкова Е.Б. // Психология российского предпринимательства: Учебное пособие.—М.: Ректор, 2007.—С.163-172. — 0,5 п.л.
49. Купрейченко А.Б. Структура и динамика самоопределения личности и группы в экономической среде / А.Л.Журавлев, А.Б.Купрейченко // Экономическая психология в России и Беларуси: Сб. науч. работ.— Минск: Экономпресс, 2007.—С.11-44. — 1 п.л.
50. Купрейченко А.Б. Психологическое отношение молодежи к незитичной телевизионной рекламе / А.Е.Воробьева, А.Б.Купрейченко // Экономическая психология в России и Беларуси: Сб. науч. работ.—Минск: Экономпресс, 2007.—С. 29-257. — 1 п.л.
51. Купрейченко А.Б. Самоопределение, адаптация и социализация: соотношение и место в системе социально-психологических понятий / А.Л.Журавлев, А.Б.Купрейченко // Психология адаптации и социальная среда: современные подходы, проблемы, перспективы.—М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007.—С.62-95. — 1 п.л.
52. Купрейченко А.Б. Доверие как измерение социально-психологического пространства / А.Б.Купрейченко // Тенденции развития современной психологической науки. Тезисы юбилейной научной конференции.—М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. Ч.II.—С.73-75. — 0,1 п.л.
53. Купрейченко А.Б. Отношение к соблюдению нравственных норм делового поведения у мужчин и женщин / А.Б.Купрейченко, С.П.Табхарова // Материалы IV Всероссийского съезда РПО. Т.2.—Ростов-на-Дону, 2007.—С.168. - 0,1 п.л.
54. Купрейченко А.Б. Феномены самоопределения личности и группы в экономической среде / А.Л.Журавлев, А.Б.Купрейченко // Психология адаптации и социальная среда: современные подходы, проблемы, перспективы.—М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007.—С.129-148. -1 п.л.
55. Купрейченко А.Б. Представления К.К. Платонова о моральной воспитанности личности как теоретическое основание изучения нравственного самоопределения / А.Л.Журавлев, А.Б.Купрейченко, А.Е.Воробьева // К.К. Платонов – выдающийся отечественный психолог XX века: Материалы юбилейной научной конференции.—М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007.—С.169-188. — 1 п.л.
56. Купрейченко А.Б. Взаимосвязь доверия и недоверия с организационно-психологическими феноменами / А.Б.Купрейченко // Культура и поведение в организации: российский опыт: сборник научных трудов.—М., Набережные Челны, 2008.—С.112-121. — 1 п.л.

57. Купрейченко А.Б. Отношение сотрудников к соблюдению нравственных норм и психологический климат как факторы организационной культуры / А.Б.Купрейченко, Е.Н.Молодых // *Культура и поведение в организации: российский опыт: сборник научных трудов.*—М., Набережные Челны. 2008.—С.122-130. — 1 п.л.
  58. Купрейченко А.Б. Концептуальные основы изучения нравственного самоопределения личности / А.Б.Купрейченко // *Профессиональное и личностное самоопределение молодежи в период социально-экономической стабилизации России: Материалы второй Всерос. науч.-практ. конф.*—Самара: Самарская гуманитар. акад., 2008.—С.10-15. — 0,5 п.л.
  59. Купрейченко А.Б. Самоопределение личности и группы: основные признаки и принципы организации исследования / А.Б.Купрейченко // *Профессиональное и личностное самоопределение молодежи в период социально-экономической стабилизации России: Мат. второй Всерос. науч.-практ. конф.*—Самара: САГА, 2008.—С.3-10. — 0,5 п.л.
  60. Купрейченко А.Б. Некоторые направления и условия развития отечественной экономической психологии / А.Л.Журавлев, А.Б.Купрейченко // *Экономическая психология: актуальные теоретические и прикладные проблемы: материалы 10-й юбилейной междунар. науч.-практ. конф.*—Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2009.—С.22-28. — 0,5 п.л.
  61. Купрейченко А.Б. Отношение к деньгам предпринимателей с различным психологическим типом экономической активности / А.Л.Журавлев, А.Б.Купрейченко // *Психология и экономика.* 2009. —Т.2. —№1.—С.12-32. — 1 п.л.
  62. Купрейченко А.Б. Влияние социально-экономических изменений в обществе на развитие отечественной экономической психологии / А.Л.Журавлев, А.Б.Купрейченко // *Психология и экономика.*—2009. —Т.2. —№2.—С.43-62. — 1 п.л.
  63. Купрейченко А.Б. Нравственно-психологические факторы экономического самоопределения / А.Б.Купрейченко // *Социальные представления и самоопределение молодежи в изменяющемся мире: Материалы междунар. науч. конференции.*—Саратов: ООО Приволжское издательство, 2009.—С.21-24. — 0,2 п.л.
- В том числе на иностранных языках:**
64. Kupreychenko A.B. Russian Managers and Businessmen Moral Attitudes / A.B.Kupreychenko, S.V.Kupreychenko // *Absurdity in the economy: 30th Annual Congress IAREP.*—Prague, 2005. — 0,1 п.л.
  65. Kupreychenko A.B. Self-determination of a constituent in the conditions of economic crisis / A.L.Zhuravlev, A.B.Kupreychenko // *Person. Authority. Society. VII Asian-Pacific International Congress of psychologists (Khabarovsk-Tokyo, 2008).*—Khabarovsk, 2008.—P.82-84. - 0,2 п.л.
  66. Kupreychenko A.B. Russian Youth Moral Self-determination / A.E.Vorobieva, A.B.Kupreychenko // *Person. Authority. Society. VII Asian-Pacific International Congress of psychologists (Khabarovsk-Tokyo, 2008).*—Khabarovsk, 2008.—P.47-49. — 0,2 п.л.
  67. Kupreychenko A.B. Trust and distrust: differentiation criteria / A.B.Kupreychenko, S.P.Tabharova // *Person. Authority. Society. VII Asian-Pacific International Congress of psychologists (Khabarovsk-Tokyo, 2008).*—Khabarovsk, 2008.—P.125-127. — 0,2 п.л.
  68. Kupreychenko A.B. Attitude towards money of entrepreneurs with different psychological types of economic activity / A.L.Zhuravlev, A.B.Kupreychenko // *Psychology & Economics.* 2009. —V.2. —№1.—P.12-32. — 1 п.л.
  69. Kupreychenko A.B. Interdependence between organizational culture characteristics and the employees' attitude to moral behavior in business / E.Molodykh, A.Kupreychenko // *14th European Congress on Work and Organizational Psychology (EAWOP).*—Santiago de Compostela. 2009. —0,2 п.л.
  70. Kupreychenko A.B. Influence of social and economic changes in society on development of domestic economic psychology / A.L.Zhuravlev, A.B.Kupreychenko // *Psychology & Economics.* 2009.—V.2. —№2.—P.43-62. — 1 п.л.

19

**Заказ №164. Объем 2 п.л. Тираж 100 экз.**

**Отпечатано в ООО «Петроруш»**

**г. Москва, ул. Палиха-2а, тел. 250-92-06**

**[www.postator.ru](http://www.postator.ru)**