

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Факультет психології

Кафедра експериментальної та прикладної психології

ДИПЛОМНА РОБОТА

**«НЕЙРОПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗМЕЖУВАННЯ МОРАЛЬНОЇ
ІДЕНТИЧНОСТІ ТА ФЕНОМЕНУ СОЦІАЛЬНОЇ БАЖАНОСТІ»**

Освітньо-професійна програма «Психологія»

Спеціальність 053 «Психологія»

Студента 2 курсу

ОС «Магістр»

спеціальності 053 «Психологія»

Зарубіна Іллі Сергійовича

Науковий керівник:

Доктор філософії у галузі психології

Асистент кафедри

експериментальної та прикладної психології

Литвин Сергій Віталійович

Київ-2024

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ	5
ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ ВИВЧЕННЯ ВІДМІННОСТЕЙ МІЖ МОРАЛЬНОЮ ІДЕНТИЧНІСТЮ ТА СОЦІАЛЬНОЮ БАЖАНІСТЮ ТА ЇХ ЗВ'ЯЗКІВ З НЕЙРОПСИХОЛОГІЧНИМИ АСПЕКТАМИ МІЖСОБИСТІСНОГО ПІЗНАННЯ.....	8
1.1. Соціальна бажаність та моральна ідентичність: історія розвитку конструктів та їх характеристика.....	8
1.1.1. Явище соціальної бажаності в психологічних дослідженнях та діагностиці	8
1.1.2. Моральна ідентичність: визначення конструкту	15
1.2. Проблематика операціоналізації соціальної бажаності. Упередження, риса, рівень усвідомленості.	20
1.3. Нейропсихологічні аспекти міжособистісного пізнання у зв'язку з соціальною бажаністю та моральною ідентичністю	28
Висновки до розділу 1	33
РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВІДМІННОСТЕЙ МІЖ МОРАЛЬНОЮ ІДЕНТИЧНІСТЮ ТА СОЦІАЛЬНОЮ БАЖАНІСТЮ У ЇХ ЗВ'ЯЗКАХ З НЕЙРОПСИХОЛОГІЧНИМИ АСПЕКТАМИ МІЖСОБИСТІСНОГО ПІЗНАННЯ.....	34

2.1. Обґрунтування методичного інструментарію дослідження різниці між моральною ідентичністю та соціальною бажаністю у їх зв'язках з нейропсихологічними аспектами.....	34
2.2. Організація і проведення дослідження різниці між моральною ідентичністю та соціальною бажаністю у їх зв'язках з нейропсихологічними факторами.....	44
Висновки до розділу 2.....	46
РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ ВІДМІННОСТЕЙ МІЖ МОРАЛЬНОЮ ІДЕНТИЧНІСТЮ ТА СОЦІАЛЬНОЮ БАЖАНІСТЮ У ЇХ ЗВ'ЯЗКАХ З НЕЙРОПСИХОЛОГІЧНИМИ АСПЕКТАМИ МІЖОСОБИСТІСНОГО ПІЗНАННЯ.....	47
3.1. Описовий аналіз особливостей вибірки за демографічними показниками.....	47
3.2. Оцінка психометричних властивостей інструментів виміру моральної ідентичності, соціальної бажаності та нейропсихологічних аспектів міжособистісного пізнання. Аналіз структурних моделей конструктів.....	52
3.3. Дослідження та порівняння факторних структур конструктів моральної ідентичності та соціальної бажаності	58
3.4. Побудова структурних лінійних моделей передбачення моральної ідентичності та соціальної бажаності нейропсихологічними аспектами міжособистісного пізнання	60
Висновки до розділу 3.....	66

ОБГОВОРЕННЯ	68
ВИСНОВКИ	71
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	72
ДОДАТКИ	80

АНОТАЦІЯ

Проблема визначення соціальної бажаності як конструкту і його порівняння з іншими особистісними властивостями існує в психології вже достатньо давно. Через особливу популярність крос-секційних досліджень у психології, самозвітних опитувальників як основного засобу дослідження психологічних явищ, розвиток і вирішення проблеми упередженості у відповідях респондентів є особливо важливим для методології психології як науки. Дана дослідницька робота спрямована в першу чергу на розвиток проблеми вивчення якості психодіагностичних інструментів, що складаються із самозвітних методів діагностики. Широка мета цієї роботи – розкрити особливості одного з найбільш вживаних при вимірі упередженості у відповідях конструктів, а саме, соціальної бажаності. В даній роботі були побудовані моделі конструктів соціальної бажаності та моральної ідентичності у зв'язку з деякими нейропсихологічними конструктами міжособистісного пізнання, та іншими соціально-демографічними показниками, що можуть пролити більше світла на дані зв'язки. Емпіричне дослідження було проведене через онлайн-опитування. Наші психометричні інструменти склали короткі версії шкал систематизації та емпатизації, коротка версія опитувальника темної тріади, шкали почуття міжособистісної провини, шкалу соціальної бажаності Марлоу-Кроуна та опитувальник моральної ідентичності Блек та Рейнолдс. У дослідженні взяли участь 319 осіб, які були набрані через соціальні мережі Facebook та Telegram. За допомогою експлораторного, конфірматорного факторного аналізу та моделювання структурними рівняннями було встановлено, що конструкт соціальної бажаності не пов'язаний з моральною ідентичністю, просоціальністю, чи потребою у схваленні.

Ключові слова: моральна ідентичність, соціальна бажаність, моделювання структурними рівняннями.

ВСТУП

Актуальність теми. У контексті сучасних викликів української психологічної науки, особливо актуальним стає питання методології психологічних досліджень, які базуються на самозвітах респондентів. Велика частина таких досліджень відбувається в онлайн форматі, де пряме спостереження за поведінкою учасників є неможливим, тому важливість забезпечення валідності відповідей набуває особливого значення. Соціальна бажаність, яка традиційно визначається як стиль відповіді, де респондент намагається виглядати “краще, ніж він є” в очах дослідника або в своїх власних очах, є однією з ключових проблем, пов’язаних з валідністю відповідей респондентів, яка потребує глибшого вивчення.

Соціальна бажаність як конструкт традиційно використовується в організаційній психології та інших сферах для оцінки тенденції респондентів відповідати таким чином, що вважається прийнятним в соціальному контексті. Втім, наразі недостатньо зрозуміло, чи представляє соціальна бажаність певний стиль відповідей респондента, або ж є відображенням стійких особистісних рис – які, в свою чергу, також вимагають визначення і детального дослідження.

Розкриття взаємозв'язків між соціальною бажаністю та моральною ідентичністю за допомогою вивчення їх нейрокорелятивів може зміцнити теоретичну базу, на якій будується процедура оцінки психологічних конструктів, і, як результат, підвищити повноту розуміння дослідниками діагностичних інструментів, що використовуються у психологічній практиці та дослідженнях. Це дозволить пролити світло на природу відповідей, в яких спостерігається високий рівень соціальної бажаності, і отримати підґрунтя для винесення нових гіпотез стосовно природи соціально бажаних відповідей.

Об'єкт: Феномен соціальної бажаності.

Предмет: Нейропсихологічні аспекти відмінностей між моральною ідентичністю та феноменом соціальної бажаності.

Мета дослідження: дослідити відмінності між передбачувальними моделями моральної ідентичності та феномену соціальної бажаності в залежності від рівнів прояву нейропсихологічних аспектів міжособистісного пізнання.

Відповідно до мети сформульовано наступні **завдання:**

1. Здійснити теоретичний аналіз наукової літератури з проблематики дослідження феномену соціальної бажаності та моральної ідентичності, зв'язку між ними та нейропсихологічними аспектами міжособистісного пізнання;
2. Розробити процедуру дослідження особливостей зв'язку конструктів моральної ідентичності та соціальної бажаності та їх передбачення нейропсихологічними аспектами міжособистісного пізнання;
3. Дослідити особливості передбачувальних моделей конструктів моральної ідентичності та соціальної бажаності;
4. Вивчити відмінності між побудованими моделями, оцінити зв'язок конструктів моральної ідентичності та соціальної бажаності.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ ВИВЧЕННЯ ВІДМІННОСТЕЙ МІЖ МОРАЛЬНОЮ ІДЕНТИЧНІСТЮ ТА СОЦІАЛЬНОЮ БАЖАНІСТЮ ТА ЇХ ЗВ'ЯЗКІВ З НЕЙРОПСИХОЛОГІЧНИМИ АСПЕКТАМИ МІЖСОБИСТІСНОГО ПІЗНАННЯ

1.1. Соціальна бажаність та моральна ідентичність: історія розвитку конструктів та їх характеристика

1.1.1. Явище соціальної бажаності в психологічних дослідженнях та діагностиці

Одним з найбільш широких визначень конструкту соціальної бажаності може бути таке: це виражена тенденція надавати позитивні описи себе (Braun, Jackson & Wiley, 2001). Цей конструкт почав свій розвиток у межах проблематики упередженості у відповідях (“response bias”) респондентів при наданні самозвіту різних видів. Проблема впливу (і, як наслідок, необхідності його контролю, діагностики, тощо) соціально бажаної упередженості у відповідях респондентів на валідність опитувальників почала обговорюватись ще у 30-х роках минулого століття (Bernreuter, 1933; Vernon, 1934). Десять років потому Meehl та Nathaway (1946) змогли навести вісім показників, спеціально розроблених для виміру соціальної бажаності у самозвітах. З тих пір проблеми валідності відповідей респондентів, пов’язані із впливом соціальної бажаності, почали обговорюватись і досліджуватись у різноманітних галузях психології, в яких мало місце вимірювання психологічних явищ (Edwards, 1953; McKinley, Nathaway, & Meehl, 1948).

Повертаючись до визначення соціальної бажаності як конструкту, слід описати підходи до його операціоналізації, які історично склалися в процесі вивчення проблеми валідності самозвітів респондентів. В цих цілях я буду спиратись на загальну класифікацію таких визначень Паулюсом (Braun, Jackson & Wiley, 2001). Так, у моєму

перекладі це мінімалістичні операціоналізації конструктів (Minimalist Constructs), складні операціоналізації конструктів (Elaborate Constructs) та операціоналізації точності конструктів (Accuracy Constructs). Розглянемо їх окремо:

Мінімалістичні операціоналізації конструктів визначаються наступним підходом. Початковий крок полягає у зборі рейтингу соціальної бажаності для широкого спектру пунктів опитувань: респонденти оцінюють, наскільки характеристика, яку відображає зміст питання, є бажаною. На наступному етапі формується шкала соціальної бажаності, яка включає ті пункти, що отримали найвищий рейтинг бажаності (були оцінені респондентами, як найбільш бажані). За логікою цього методу, особи, що високо оцінюють пункти з високою соціальною бажаністю та низько оцінюють зворотні до них (які містять запитання/твердження з соціально небажаним змістом), скоріше за все, відповідають таким чином саме в залежності від соціально бажаної характеристики цих пунктів, а не від того предмету, про який у них йдеться. Таким чином, якщо респондент відповідає на питання «Я завжди щасливий» позитивно, то це має свідчити не про якість його життя, але про бажання виставляти себе у кращому світлі. Виходячи з такого підходу, від функціонування шкали соціальної бажаності (СБ) очікується отримати декілька наслідків:

а) Людина, схильна до соціально бажаних відповідей, має стабільно відповідати на пункти шкали СБ позитивно (або негативно, якщо питання обернене), в той час як предмет пунктів СБ активно варіюється (наповнення пункту може бути про здоров'я респондента, його оточення, якість його життя – зміст пунктів має об'єднувати їх соціальна бажаність)

б) Показники за шкалою СБ не мають корелювати з вимірами особистісних рис респондента, його субстантивними якостями. Якщо ж ці показники сильно корелюють, це, на думку одного з головних представників мінімалістичних операціоналізацій СБ Едвардса, має свідчити про «забрудненість» відповідей респондента.

В межах підходу Едвардса, згідно з яким зв'язки між шкалою СБ та іншими вимірами особистісних конструктів мають інтерпретуватись як міра «забруднення» відповідей людини, існує наступне рішення поставленої проблеми. Едвардс пропонує виокремлювати із зв'язків досліджуваних змінних їх зв'язок з шкалою СБ – наприклад, через часткову кореляцію. В таких умовах, зв'язок, встановлений частковою кореляцією (де виключаються кореляції шкал із шкалою СБ), має говорити про «очищений» від фактору соціальної бажаності зв'язок. Такі дії і висновки, звісно, можуть бути справедливими тільки і тільки тоді, коли приймається за істину припущення про некорельованість показників шкали соціальної бажаності з іншими шкалами в генеральній сукупності. Питання справедливості цього припущення є дискусійним, і ще буде розглянуто мною у наступних підрозділах. Серед подібних операціоналізацій конструктів СБ одним з найбільш відомих інструментів виміру СБ є Шкала соціальної бажаності Едвардса (Edwards, 1957).

Окремо слід зазначити інший варіант операціоналізації серед мінімалістичних на противагу тим, що виводились через рейтинги міри соціальної бажаності. В межах цього методу виділяються дві групи, яким пропонується надати відповіді на певний перелік пунктів, однаковий для обох груп. Одній групі надається інструкція відповідати так, щоб виставити себе якомога кращими, а іншій – відповідати на них звичайним чином, виходячи із змісту цих пунктів. Найбільш дискримінативно функціонуючі між цими двома групами питання включаються дослідником у шкалу соціальної бажаності. На основі такого підходу, зокрема, була створена шкала

симуляції MMPI (Braun, Jackson & Wiley, 2001), а також шкала соціальної бажаності Вігінса (Wiggins Social Desirability), яка також була додана до шкал валідності MMPI (Jiménez, Sánchez & Tobón Arbeláez, 2009).

Складні операціоналізації конструктів обумовлені підходом, який намагається розкрити сутність конструкту соціальної бажаності. Таким чином, вони виходять за межі суто емпіричного виведення цього конструкту і намагаються розкрити його сутність, деталізувати його: структуру, взаємозв'язки з іншими особистісними конструктами, його місце у структурі особистості людини, тощо.

У цьому випадку склад пунктів включав конкретні гіпотези щодо базового конструкту (Crowne & Marlowe, 1964; Eysenck & Eysenck, 1964). Питання розроблялись таким чином, щоб викликати реакції у чесних респондентів, які б відрізнялись від реакцій респондентів, мотивованих виглядати соціально бажаними.

Одним з найбільш яскравих прикладів спроби була здійснена Crown & Marlowe (1964) при розробці їхньої шкали соціальної бажаності. Як і в попередньому випадку, вони зібрали пункти, що стверджують рідкісні серед людей чесноти і заперечують звичайні людські слабкості. На відміну від суто емпіричних методів, високі бали набирали самозвіти, які були не просто позитивними, а виключно позитивними. Справді, було б очікувано отримати від респондента позитивний опис себе – з упередженістю чи без – але рішення зробити пункти більш екстремальними у своєму змісті мало б відмежувати звичайних респондентів (з позитивним відношенням до себе і пов'язаними з цим відношенням корелятами) від тих, хто систематично намагається завищити оцінку своїх якостей з метою повпливати на враження оточуючих від них (як і на враження респондента від себе самого).

Операціоналізації точності конструктів відрізняються від інших тим, що їх теоретики стверджують, що тим, хто отримує високі бали за інструментами соціально бажаних відповідей, слід вірити на слово: тобто, що вони дійсно володіють великою кількістю бажаних рис (Block, 1965; McCrae & Costa, 1983). На підтримку позиції точності конструктів соціальної бажаності ці дослідники показали, що самозвіти респондентів про інструменти соціально бажаних відповідей корелюють із характеристиками цих людей, що вони були надані спостерігачами, які знають цих респондентів. Втім, пізніші дослідження цього зв'язку виявили, щонайменше, неоднозначні результати (Paulhus & John, 1998).

В якості прикладу такої операціоналізації Паулюс (Braun, Jackson & Wiley, 2001) наводить книгу Блока (Block, 1965) «The Challenge of Response Sets». Блок вважав, що високі показники за шкалою соціальної бажаності Едвардса представляють бажану особистісну якість, яка називається его-резил'єнтністю. Його докази включали підтвердження обізнаними спостерігачами (наприклад, подружжям) багатьох бажаних якостей, які респонденти приписували собі за шкалою соціальної бажаності. Паулюс також приводить свою статтю (Paulhus, 1998), в якій критикує результати досліджень Блока. Він, з одного боку, погоджується з тим, що шкали соціальної бажаності справді мають певний рівень точності у вимірі інших (крім соціальної бажаності) особливостей респондентів, про які йдеться мова у пунктах шкал СБ. В той же час, Паулюс стверджує, що результати, отримані Блоком, мають значний ступінь викривлення.

Тим не менш, подібна позиція щодо операціоналізації конструктів соціальної бажаності має місце, і відстоюється різними сучасними дослідниками (Lanz, Thielmann & Gerpott, 2022). Активна дискусія з питання «Що саме відображають відповіді на шкали соціальної бажаності?» триває. Більшу увагу такому виду операціоналізації

конструктів соціальної бажаності, як і конвенційно невирішеній проблемі операціоналізації шкал СБ загалом, буде приділено мною у підрозділі 1.2..

З початку досліджень соціальної бажаності у відповідях респондентів було швидко встановлено, що цей конструкт включає дві форми (Cattell & Scheier, 1961; Messick, 1962; Wiggins, 1959), які чітко відрізняються. За допомогою факторного аналізу (Wiggins, 1964), з пунктів, що оцінюють соціальну бажаність, було ідентифіковано два основних фактори: Альфа та Гамма. Альфа-фактор асоціювався зі шкалою СБ Едвардса, тоді як Гамма-фактор – зі шкалою СБ Вігінса. До першого фактора також були додані додаткові індикатори, зокрема К-шкала ММРІ, шкала репресії-сенсibiliзації Бірна (1961), та опитувальник самообману Сакейма і Гута (1978). Інший комплекс показників, який переважно, але не виключно, корелює з другим фактором, включає шкалу Марлоу-Кроуна (Crowne & Marlowe, 1964), шкалу гарного враження (Gough, 1957), та шкалу брехні ММРІ (Hathaway & McKinley, 1951). Відтак, із зростанням консенсусу про ці два емпіричні фактори, концептуальне завдання виявлення психологічних конструктів, що лежать в основі цих факторів соціально бажаних відповідей, стало ще складнішим.

Перше вагоме теоретичне пояснення цих факторів було надано Damarin & Messick (1965). Фактор Альфа пов'язаний із захисним викривленням власного образу «Я» для узгодження з суспільною оціночною упередженістю. В якості змістовної мітки для цього фактора було запропоновано аутистичне упередження в самооцінці (autistic bias in self-regard). Пов'язані з цим риси особистості включали самооцінку та егостійкість. Фактор Гамма був названий пропагандистським упередженням, щоб вказати на тенденцію до просування бажаної суспільної репутації. Тут основна мотивація респондента пов'язувалась із факторами, що варіювалися від соціального схвалення до звичної брехні.

Модель, яка частіше за все зустрічається в роботах дослідників, була створена Паулюсом (Paulhus, 1984). Вона інтегрувала основи першопочаткового підходу до визначення вищезазначених факторів Damarin & Messick (1965), і розвинула його. Фактор Альфа отримав назву «Самооманливе прикрашення» (Self-deceptive enhancement), а фактор Гамма був визначений як «Керування враженнями» (Impression management).

Термін «керування враженнями» було обрано для відображення одного з традиційних поглядів на соціальну бажаність: деякі суб'єкти цілеспрямовано підлаштовують свої відповіді, щоб створити найбільш позитивний соціальний імідж. З багатьох вражень, які людина може намагатися створити, цей фактор представляє лише одне: соціально конвенціональну, надійну особистість. Назва «керування враженнями» є кращою, ніж «брехня», яка є надто різким і огульним звинуваченням. Зрештою, такі люди можуть викривляти себе лише для того, щоб уникнути соціального осуду (Crowne, 1979). Незалежно від ярлика, ця тенденція змінюватиметься залежно від ситуації і швидкоплинних мотивів, і ця варіативність може затьмарювати достовірність самозвітів респондента.

Концепція самооманливого прикрашення (self-deceptive enhancement), з іншого боку, виявляється нерозривно пов'язаною з такими особистісними конструктами, як адаптація (Taylor & Brown, 1988), оптимізм (Scheier & Carver, 1985), самоповага (M. Rosenberg, особистісне спілкування) і відчуття загальної спроможності (Holden & Fekken, 1989). Ці концептуальні зв'язки підтверджуються значними кореляціями із показниками психічного здоров'я (Sackeim & Gur, 1979), самооцінки (Winters & Neale, 1985) і різними когнітивними упередженнями (Paulhus, 1988). Ярлик «самооманливий» був обраний з огляду на верифіковані викривлення у наданні людьми інформації про себе, у яких спостерігаються високі показники за цією латентною ознакою. При чому,

ці викривлення вважаються несвідомими і пов'язаними з потребою людини підтримувати позитивний імідж у власних очах. Так, самооманливе прикрашення часто проявляється у якості захисної реакції - наприклад, у відповідь на твердження на кшталт "Я би ніколи не зміг вбити людину", тощо. Отже, субконструкти «самооманливе прикрашення» та «керування враженнями» будуть використовуватись мною надалі в розкритті проблематики операціоналізації соціальної бажаності.

Підсумовуючи, вважаю необхідним провести чітке розрізнення між вищенаведеними двома субконструктами. Керування враженнями концептуалізується як **свідома** тенденція до створення позитивного іміджу шляхом перебільшення позитивних атрибутів та применшення негативних. В свою чергу, самооманливе прикрашення концептуалізується як **несвідома** тенденція до створення позитивного іміджу, в першу чергу, для самого себе.

1.1.2. Моральна ідентичність: визначення конструкту

Історично, моральна психологія першопочатково підходила до вивчення моральності через моральні судження людини ('moral reasoning'). Зокрема, таким підходом користувався Лоренц Колберг (1969) при описі своєї теорії когнітивного і морального розвитку. Hardy & Carlo (2011) коментують таку ранню парадигму досліджень моральності через позицію Сократа і Платона: «Знати добро – це робити добро».

Втім, в процесі вивчення даного предмету, досить швидко стало очевидно: між моральними судженнями та моральністю існує прірва. Так, Blasi (1980) відділяв у своєму мета-аналізі моральні судження (когніції) від моральної дії, і наводив результати досліджень, згідно з якими перші були лише посереднім предиктором моральної поведінки. З іншого боку, Colby & Damon (1992) помічали, що високо

моральні люди зовсім не зобов'язані мати складні системи моральних суджень, бути вправними в них. Справді, остання обставина більшою мірою відображає ступінь складності суджень особистості і її усвідомленість загалом, аніж моральність. Питання про те, якою мірою згадана вище складність і усвідомленість суджень визначають моральність особистості, буде описане мною далі. Зрештою, це питання є окремим випадком більш загального – і це узагальнене питання зумовило виникнення конструкту моральної ідентичності. Воно звучить наступним чином: **«Чим заповнений концептуальний розрив між моральною когніцією та моральною дією»?**

Моральна ідентичність описує ступінь, до якого бути моральним є важливим для особистості, її ідентичності. В напрямку розвитку цього конструкту працювали декілька дослідників. Однією з найвідоміших концепцій є «Модель самості» Блазі (Self-Model), яка описує зв'язок між моральним судженням та дією (Blasi, 1983). Перш ніж призвести до моральної дії, моральне судження може пройти через когніцію відповідальності, в якій дія розглядається не тільки як моральна, а й як така, за яку людина несе відповідь, за яку вона «стоїть». Ця проміжна ланка і мала б описувати ступінь значущості моральної дії для людини. Цей ступінь значущості, в свою чергу, концептуально накладається на поняття моральної ідентичності (згідно з приведеним мною визначенням вище). Індивідуальні відмінності у тому, наскільки важливим є для самості людини бути моральним, визначають відмінності у вимірі моральної ідентичності. Таким чином, Блазі постулював, що моральні судження більш надійно передбачають моральну поведінку, коли вони фільтруються через когніцію відповідальності, що заснована на ідентичності людини, і спонукаються до дії через потяг до конгруентності, внутрішньої відповідності.

Розвиваючи інтерпретацію Блазі, Colby & Damon (1992) акцентують на визначенні моральної ідентичності як міри інтегрованості моральності та самості (self). Автори стверджують, що особливою характеристикою осіб із високим рівнем моральності є гармонія між їх моральними орієнтаціями та особистими цілями. Це означає, що люди, яких можна назвати моральними, обов'язково прагнуть до того, що вони вважають морально правильним. Frimer & Walker (2009) розробили модель примирення для пояснення цієї єдності. Згідно з цією моделлю, моральна ідентичність забезпечує взаємопідтримку мотивів, пов'язаних з власними інтересами (агентністю різного виду) і морального ставлення до інших. Таким чином, у моральних людей взаємодія власних інтересів з моральним, просоціальним відношенням до оточення характеризується радше синергією, аніж конкуренцією. Ця інтеграція особистих та моральних цілей служить потужним джерелом моральної мотивації та відданості.

Тим не менш, для розгляду конструкту моральної ідентичності, нам вартувало б окремо зупинитись на питанні: «Що таке моральність?». Під очікуваним визначенням, в межах даної роботи, мається на увазі дескриптивна відповідь «як є», а не нормативна «як має бути». Дескриптивне визначення моральності можливе через її функції, які ця властивість виконує в суспільстві. Ми поговоримо про них згодом.

Інше важлива проблема в межах дескриптивного визначення моральної ідентичності формулюється у питанні, чи можливо надати одне, уніфіковане визначення тому, чим являється моральність. Sinnott-Armstrong (2016) стверджує, що моральні судження не можна відмежувати від інших суджень, просто апелюючи до їхнього змісту. Цілком можливо, що хтось був вихований таким чином, щоб вважати, що носіння шортів дорослими чоловіками є морально неправильним. І також здається правдоподібним, що, як він також стверджує, моральні судження не можуть бути

ідентифіковані через посилання на якусь неврологічну особливість, спільну і особливу для них і тільки для них. В такому разі виникає питання про те, наскільки доречним може бути релятивістський підхід до визначення моральності.

Інша ж стратегія полягати в тому, щоб стверджувати, що моральні судження - це судження, які людина робить в результаті залучення до соціальної практики, і які виконують певну функцію: адаптації, виживання, тощо. Саме на таку стратегію визначення моральності я буду спиратись в межах даного дослідження. Зокрема, цю стратегію визначення моральності імпліцитно використовують автори опитувальника моральної ідентичності (Black & Reynolds, 2016), який був використаний мною для проведення емпіричного дослідження. Втім, функції моральності не можуть полягати лише в тому, щоб сприяти соціальній взаємодії, яка дозволяє суспільству процвітати і виживати - оскільки надто багато явно неморальних суджень роблять те саме (Gert & Gert, 2002).

В межах дескриптивного підходу, який спрямований на виведення узагальненого визначення моральності незалежно від культурного контексту, слід виокремити декілька точок зору.

У моральній психології панує загальна згода, що основою моралі є захист особистості, як зазначають Graham, Haidt і Nosek (2009). Найбільш часто цитоване визначення моралі належить Turiel (1983, с. 3), який описав моральну сферу як "нормативні судження про справедливість, права і благополуччя, що регулюють взаємини між людьми". Більшість досліджень у сфері моральної психології, незалежно від методології — чи то інтерв'ю, функціональна магнітно-резонансна томографія, чи аналіз моральних дилем — зосереджені на питаннях справедливості, прав і благополуччя (Graham, Haidt & Nosek, 2009). Визначення моралі через призму захисту

особистості веде до того, що багато незахідних культур виходять за рамки цього поняття моралі. Дослідження в Індії, Бразилії та США показали, що представники незахідних культур вважають багато аспектів повсякденного життя, таких як їжа, секс, одяг, молитва і гендерні ролі, морально значущими (Shweder, Mahapatra, & Miller, 1987), навіть якщо вони не завдають шкоди іншим (Haidt, Koller, & Dias, 1993). Shweder, Much, Mahapatra, & Park (1997) відмітили, що західні еліти неправомерно обмежують сферу моралі "етикою автономності", і припустили, що у більшості культур мораль також включає "етику спільноти" (такі моральні цінності, як послух, обов'язок, взаємозалежність і згуртованість груп та інституцій) та "етику божественності" (такі моральні цінності, як чистота, святість і придушення більш нижчих, плотських інстинктів людини).

У своїй роботі 2008 року Джонатан Хайдт (Haidt, 2008) запропонував новий підхід до розуміння моралі, який охоплює різноманітні погляди, включаючи і згадані консервативні та не-західні. Замість того, щоб визначати, що є "справді моральним", він зосереджується саме на функціях моральних систем: "Моральні системи - це взаємопов'язані набори цінностей, практик, інституцій та психологічних механізмів, які працюють разом, щоб придушити егоїзм та зробити можливим соціальне життя" (Haidt, 2008, p.70). Таке визначення конституює функціональний підхід для опису моральності, і саме на нього я спираюсь в даній роботі при вивченні явища моральної ідентичності. Отже, незважаючи на різний зміст моральності в різних соціокультурних умовах, ми припускаємо, що в моральність в загальному вигляді є особливою формою просоціальної поведінки в спільноті, яка спрямована на підтримання ефективного соціального життя.

1.2. Проблематика операціоналізації соціальної бажаності. Упередження, риса, рівень усвідомленості.

Повертаючись до конструкту соціальної бажаності, ми маємо ширше розкрити проблему, яка лежить в основі даного дослідження. Як вже було зазначено мною при описі конструкту соціальної бажаності, серед наявних психологічних досліджень, що включають в себе шкали соціальної бажаності, нерідко можна зустріти ситуацію, коли показники за останніми значною мірою корелюють з виміром певних рис та іншими вимірюваними властивостями людини. Виникає важливе концептуальне питання: «Чому ці шкали корелюють?». В найбільш класичній інтерпретації шкали соціальної бажаності така спостережувана ситуація свідчила б про «забрудненість» шкал, з якими корелює шкала СБ. Також мною вже був описаний підхід, прибічники якого вважають, що до результатів шкал соціальної бажаності слід підходити з позиції їх точності – тобто, приймати за правду ту інформацію, яку про себе надають респонденти у відповідях на пункти подібних шкал. В межах такої інтерпретації, шкали соціальної бажаності мають корелювати з іншими шкалами виміру рис особистості тому, що ці властивості, насправді, присутні у людини. Таким чином, високий показник за шкалою соціальної бажаності не «забруднює» бали інших шкал. Скоріше, це показники цих шкал зумовлюють високий бал соціальної бажаності. Торкаючись цього питання, ми відкриваємо велику, дотепер не вирішену проблему (Connelly & Chang, 2016; Tourangeau & Yan, 2007) – а саме, проблему операціоналізації надання соціально бажаних відповідей.

У той час як одні дослідники вважають, що шкали соціальної бажаності фіксують «стиль» відповіді, інші стверджують, що вони оцінюють соціально бажані риси особистості (тобто, «сутність», яка керує відповідями) (Lanz, Thielmann & Gerpott, 2022). Ця дискусія має велике значення для використання шкал соціальної бажаності

та інтерпретації відповідних балів в опитуваннях у повторних дослідженнях і на практиці. Для ілюстрації дослідники Lanz, Thielmann & Gerpot (2022) пропонують уявити дослідника, який включає пункти зі шкали СБ у своє опитування для вимірювання стилю або змісту. Залежно від того, на яку інтерпретацію шкали СБ покладається дослідник, висновки, зроблені на основі одного й того ж балу за шкалою СБ, можуть дуже відрізнятись. Якщо дослідник інтерпретує оцінку за шкалою СБ з точки зору стилю відповідей, і респондент отримує високий бал, це може означати, що він «вдає з себе хорошого». На противагу цьому, інтерпретація балів за змістом пунктів, що надавались респонденту, означає, що високі показники СБ вказують на соціально бажані характеристики (тобто, що респондент дійсно ними володіє), що може підтвердити загальну достовірність відповіді.

Інше важливе питання для вивчення, на мою думку, полягає у особливостях прояву соціальної бажаності респондентів – незалежно від того, чи являється цей конструкт сутнісною рисою респондента, чи стилем у наданні відповідей (який теж, вочевидь, можна вважати рисою (Braun, Jackson & Wiley, 2001), але не тією, про яку йдеться у змісті пунктів шкал соціальної бажаності). Зокрема, це питання про рівень усвідомленості у наданні відповідей на пункти шкал соціальної бажаності. Я вже згадував, що соціальна бажаність як конструкт ділиться на два основних фактори: самооманливе прикрашення та керування враженнями. Відомо, що перший характеризується несвідомими виявами, а другий - усвідомленими (Paulhus, 1984). Таким чином, ми могли би визначати цю властивість соціально бажаних відповідей в залежності від того, на який з двох факторів цього конструкту (Альфа та Гамма, фактор самооманливого прикрашення та керування враженнями, відповідно), в якій пропорції навантажується обраний нами інструмент. Таким чином, при операціоналізації конструкту соціальної бажаності нас цікавить:

а) рівень усвідомленості схильності надавати виражено позитивні самозвіти про себе і місце конструкту соціальної бажаності в структурі особистості (Чи усвідомлює респондент свої спроби представити себе у найкращому вигляді або свої реально існуючі риси? Чи являються прояви соціальної бажаності відображенням стійкої риси, ситуативної установки, тощо?);

б) зміст цих виражено позитивних самозвітів про себе (Чи володіє насправді респондент описаними у пунктах соціально бажаними рисами?)

Головна ціль роботи із шкалами соціальної бажаності в діагностиці та дослідженнях – позбавитись небажаної, систематичної варіативності у відповідях, що зумовлена особливостями у наданні відповідей людиною, але не варіативністю тих характеристик, на які була спрямована діагностика/дослідження. Врахування цієї варіативності може бути особливо важливим в організаційній психології, при відборі персоналу, тощо. В таких галузях рішення, яке слідує за діагностикою, коштує гроші обом сторонам, і у респондентів, в свою чергу, існує достатньо причин бути вмотивованими завищувати свої характеристики у самозвітах. Саме тому, дослідники та діагности намагаються контролювати таку тенденцію, зокрема, статистично, для отримання більш достовірних оцінок «справжніх» установок та поведінки респондентів. Тобто, з точки зору регресії, поправка на соціально бажані відповіді шляхом їх контролю в рівнянні регресії має усунути небажану систематичну дисперсію з предикторів і забезпечити вищу і більш достовірну оцінку зв'язку між предикторами і досліджуваною ознакою. Загалом, дослідження не змогли знайти жодних доказів цього передбачуваного пригнічувального ефекту або ефекту модератора, коли вищі оцінки соціальної бажаності пов'язані зі слабшими зв'язками між особистісними та критеріальними змінними (de Vries, Zettler & Hilbig, 2014). Насправді, в мета-аналізі Lee & Bagger (2006) оцінки валідності лише зменшилися, а не збільшилися в результаті

контролю за соціально бажаними відповідями, що свідчить про те, що шкали соціальної бажаності насправді роблять внесок до прогнозування змінних, що представляють інтерес.

Крім цього, de Vries, Zettler & Hilbig (2014) відмічають, що з двох основних конструктів, що складають соціальну бажаність (самооманливе прикрашення та керування враженнями), керування враженнями, ймовірно, є найбільш важливим для корекції оцінок валідності, оскільки, як зазначалося вище, концептуально вважається, що це єдиний показник, який піддається свідомому викривленню. Відповідно до цієї точки зору, дослідження, що вивчають ефекти соціальної бажаності, повинні коригувати лише керування враженнями, але не самооманливе прикрашення. Справді, інтерпретація конструкту соціальної бажаності через несвідомі процеси, які зумовлюють високі відповіді за шкалами СБ, повністю унеможлиблює дослідження цього конструкту у самозвіті. В таких умовах дослідник не зможе довести, що причиною такої мотивації надання відповідей людиною є саме конструкт соціальної бажаності, а не будь яка інша риса особистості. Якщо у людини висока самооцінка і він схильний думати про себе позитивно, ми не можемо обмежитись конструктом соціальної бажаності у поясненні його відповідей за шкалою СБ. Таким чином, коли ми намагаємось оцінити соціально бажаний стиль відповіді респондента в опитуванні, ми здебільшого фокусуємось саме на тих особливостях конструкту СБ, які відносяться до керування враженнями.

Повертаючись до дискусії з інтерпретації вимірювальних інструментів СБ, слід навести приклади досліджень, які намагались внести ясність у цю проблему. Ці дослідження ставили за мету встановити, наскільки бали за шкалою соціальної бажаності насправді пов'язані з тенденцією респондентів надавати нереалістично позитивні звіти щодо власних якостей. Інша гіпотеза полягала в тому, що бали за

шкалами соціальної бажаності насправді свідчать про наявність таких якостей у респондента.

Наразі нам відомо, що існує достатня кількість досліджень, які показують, що самозвітні показники шкал соціальної бажаності респондентів часто корелюють із показниками цих самих шкал, але за оцінками знайомих людей респондентів про останніх (de Vries, Zettler & Hilbig, 2014). Такі результати надають емпіричне підґрунтя для подальшої аргументації дослідникам, які заперечують вимірювальну здатність конструкту соціальної бажаності відповідними шкалами. Насправді, такого роду дослідження піддавались певній критиці з точки зору їх відтворюваності і висновків з таких досліджень (Paulhus, 2008). Дійсно, коли ми просимо людину оцінити якості іншої (схильної до соціально бажаних відповідей), у нас немає засновків вважати, що при оцінці іншої людини оцінювач не виявляє соціально бажаної поведінки. При цьому, при проведенні подібного дослідження, зовнішній оцінювач, з одного боку, має достатньо добре знати досліджуваного (щоб надати обґрунтовану, не випадкову оцінку), а з іншого боку – не має бути ангажованим до позитивного оцінювання цієї досліджуваної особи. Одночасне виконання обох таких умов виглядає мало ймовірним. Незважаючи на це, деякі з подібних досліджень особливостей конструкту соціальної бажаності показали, що значні кореляційні зв'язки між оцінками себе та оцінками іншими спостерігались не тільки між шкалами СБ. Крім цього, самозвітні показники СБ корелювали і з оцінками рис особистості досліджуваного, що їх надавали інші (знайомі досліджуваному) люди. Такі зв'язки були встановлені між субконструктом самооманливого прикрашення та рисами емоційної стабільності ($\rho = .54$), сумлінності ($\rho = .42$) та екстраверсії ($\rho = .31$), а також між субконструктом керування враженнями із сумлінністю ($\rho = .42$), поступливістю ($\rho = .42$) та емоційною стабільністю ($\rho = .35$) в термінах Big Five (Li & Vagge, 2006). Подальші дослідження дали схожі результати

(Holden & Passey, 2010; Robie, Komar, & Brown, 2010), підтверджуючи інтерпретацію Великої п'ятірки для самооманливого прикрашення в термінах екстраверсії, емоційної стабільності та сумлінності, та для керування враженнями - в термінах доброзичливості, сумлінності та емоційної стабільності.

Я не буду зосереджуватись на розкритті всіх можливих інтерпретацій конструкту соціальної бажаності в підході операціоналізацій точності, коли він описується змістовно. Втім, серед корелятивів, з якими часто пов'язують показники шкал СБ, крім Великої п'ятірки, дослідники de Vries, Zettler & Hilbig (2014) виділяють ще й фактор чесності-смирності моделі HEXACO (Ashton et al., 2004). Модель HEXACO базується на переоцінці лексичних досліджень, яка припускає, що замість п'яти факторів у вимірі особистості за Великою п'ятіркою, шість вимірів особистості більш оптимально описують результати факторного аналізу великих крос-культурних наборів лексичних даних. Таким чином, основна відмінність між цими двома моделями полягає у додаванні шостого виміру особистості, який був названий «Чесність-Смирність» («Honesty-Humility»).

По-перше, згідно з de Vries, Zettler & Hilbig (2014), люди з високими показниками за шкалою «Чесність-Смирність» більш схильні описувати себе в опитувальниках соціальної бажаності, таких як BIDR (Paulhus, 1984), як людей, які уникають брехні, шахрайства та орієнтованих на статус вчинків, тобто поведінки, яка асоціюється з позитивним полюсом шкали керування враженнями. Оскільки така нечесна поведінка становить значну частину шкали керування враженнями, чесність-скромність має бути позитивно пов'язана з нею. Насправді, відповідно до цього очікування, Lee, Gizzarone та Ashton (2003) вже повідомляли про позитивний зв'язок між самооцінкою чесності-скромності та керуванням враженнями, використовуючи більш ранню версію шкали чесності-скромності, а також оцінками інших людей. По-

друге, поведінка, пов'язана з гнівом, яка є частиною емоційної стабільності в концепції «Великої п'ятірки», але змістилася в сторону доброзичливості в HEXACO, також є частиною шкали керування враженнями (de Vries, Zettler & Hilbig наводять приклад такого пункту: «Я ніколи не лаюся»).

Повернемось до розгляду основного питання даного огляду: чи ми вже маємо відповідь на те, чи вимірюють шкали соціальної бажаності останню, чи насправді, використовуючи ці шкали, ми вимірюємо щось інше? Хоча консенсусу в дослідницькому середовищі з цього питання наразі немає, нещодавній мета-аналіз Lanz, Thielmann & Gerpott (2022) був націлений на якомога ширше розкриття цієї проблеми – завдяки аналізу релевантних експериментальних досліджень, в яких основною експериментальною маніпуляцією було проведення економічних ігор з виграшем та без. Ці ігри імітують різні соціальні сценарії, що відтворюють реальні життєві умови, де можна спостерігати прояви просоціальної поведінки. Наприклад, у відомій грі "Диктатор" (Forsythe et al., 1994), учасник, що виступає у ролі диктатора, вирішує, як розподілити певну суму грошей між собою та іншою особою (реципієнтом). В такій моделі диктатор має повний контроль над ресурсами, які він може використовувати на користь іншого, або на свою власну. Чим більшу суму диктатор передає реципієнту, тим більш просоціальними вважаються його дії, оскільки реципієнт отримує безпосередню вигоду з більших пожертв. В цьому контексті, учасники економічних ігор взаємодіють у ситуаціях, де їх дії можуть принести користь як їм самим (егоїстичні дії), так і іншим (просоціальні дії), причому останні є більш соціально прийнятними, тобто – соціально бажаними. Саме тому такі ігри застосовуються в даному мета-аналізі для оцінки валідності шкал соціальної бажаності.

Задумка авторів полягала у наступному. По-перше, в ньому використовувалась мета-аналітичну кореляцію між показниками соціальної бажаності та просоціальною поведінкою як інструмент для перевірки критеріальної валідності шкал СБ. Звідси, аналіз ґрунтувався на логіці, що вивчення зв'язку між оцінками за шкалою СБ та соціально бажаною поведінкою дає можливість зробити внесок у розуміння шкал СБ як таких, що фіксують стиль – або зміст поведінки, в залежності від напрямку і ступеню зв'язку. Це відбулось наступним чином. Дослідники припустили, що якщо шкали СБ вимірюють стиль (себто, бажання «вдавати хорошого»), то їх вимір буде негативно корелювати із проявами просоціальної поведінки – бо людина, яка хоче ситуативно керувати враженнями інших з ціллю зробити свій імідж позитивнішим, виходить з егоцентричної мотивації, і її поведінка у економічних іграх буде відповідною. Якщо ж показники шкал СБ будуть корелювати позитивного із просоціальними поведінковими проявами, то це буде свідчити на користь інтерпретації результатів за шкалами СБ як змістовних якостей людини, які відображають предмет пунктів цих шкал. Зрештою, відсутність зв'язку загалом мало б мати дві інтерпретації: як прояв змішаних, конкуруючих впливів соціальної бажаності як змісту, так і стилю (що конститує нездатність цих шкал диференціювати ефект соціальної бажаності від інших конструктів), або як факт відсутнього зв'язку між показниками соціальної бажаності та просоціальною поведінкою. Останнє припущення виглядає неймовірним, адже у нас немає сумнівів, що просоціальна поведінка – соціально бажана за своїм визначенням. Крім цього, дослідниками також був доданий вимір анонімності в якості модератора. Це пояснюється тим, що більша анонімність (онлайн-умови, тощо) зменшує ступінь прояву соціально бажаних відповідей, а менша (наприклад, в лабораторних умовах) його підсилює.

В результаті мета-аналізу було встановлено наступне. Результати показують, що кореляція між показниками соціальної бажаності та просоціальною поведінкою є дещо позитивною, але незначною за величиною ($r = 0,05$). В принципі, позитивна кореляція підтверджувала б змістовну інтерпретацію шкал СБ, однак (дуже) малий розмір ефекту навряд чи можна вважати достатнім доказом. Проте - незалежно від того, як інтерпретувати розмір (позитивного) зв'язку - якби шкали СБ вимірювали те, що вони мали намір вимірювати, а саме надмірно позитивну самопрезентацію, показники СБ повинні були б давати значущу негативну кореляцію з просоціальною поведінкою. Таким чином, результати цього мета-аналізу загалом ставлять під сумнів валідність шкал самооцінки. Важливо, що цей висновок не можна пояснити потенційним змішуванням різних субконструктів соціально бажаних відповідей, як це реалізовано в деяких шкалах СБ. При розрізненні самооманливого прикрашення та керування враженнями спостерігається точно така ж картина, а саме близькі до нуля кореляції з просоціальною поведінкою ($r = 0,03$ та $0,07$ відповідно). Таким чином, навіть при дослідженні соціально бажаних відповідей на більш детальному рівні, результати все одно не підтвердили інтерпретацію соціальної бажаності як стилю - а отже, валідність шкал соціальної бажаності як таку. Детальніше результати цього мета-аналізу можна подивитись у Додатку А.

1.3.Нейропсихологічні аспекти міжособистісного пізнання у зв'язку з соціальною бажаністю та моральною ідентичністю

На основі викладеного вище можемо перейти до дослідження нейропсихологічних аспектів міжособистісного пізнання у зв'язку з представленими конструктами соціальної бажаності та моральної ідентичності. Наступна група рис, іменована Темною тріадою, являє три пов'язані, але відмінні непатологічні соціально шкідливі диспозиції особистості — це субклінічний нарцисизм, макіавеллізм і

субклінічна психопатія. Ці риси, в різному ступені, характеризуються схильністю до самопросування, дволикості, емоційної відстороненості та агресивності (Paulhus & Williams, 2002).

Нарцисизм характеризується відчуттям особливого права, зарозумілістю та відчуттям переваги, екстраверсією, негативно корелює з чесністю-смирінням та позитивно з доброзичливістю і відкритістю (Muris, Merckelbach, Otgaar, & Meijer, 2017). Крім того, було встановлено, що нарцисизм корелює з агресією, проблемами, пов'язаними з сексом (наприклад, невірністю, більшою кількістю сексуальних партнерів і сексуальними домаганнями), міжособистісними труднощами та антисоціальними тактиками (Muris et al., 2017).

Макіавеллізм характеризується маніпулятивністю, відсутністю традиційної моралі та самозакоханістю (Christie & Geis, 1970). Було встановлено, що макіавеллізм корелює негативно з чесністю-смирінням, доброзичливістю і сумлінністю, і корелює позитивно з агресією, нестабільною поведінкою, сексуальними проблемами, соціально-емоційними дефіцитами, низьким рівнем благополуччя, міжособистісними труднощами, моральними проблемами та антисоціальними тактиками (Muris et al., 2017).

І нарешті, суть психопатії полягає у відсутності емпатії, антисоціальних тенденціях та безрозсудній дезінгібіції (Hare, 1985). Цікаво, що Muris et al. (2017) виявили однакові шаблони кореляцій особистості та психосоціальних аспектів для макіавеллізму і психопатії.

У дослідженні Kowalski et al. вивчався вплив Темної тріади у зв'язку з індивідуальними відмінностями у самопрезентації, зокрема, соціально бажаними відповідями та самоконтролем, розгляд якого ще не був здійснений. Відмітимо також,

що у дослідженні Holden та Passey (2010) було виявлено, що соціальна бажаність корелює з невротизмом (обернено), екстраверсією, доброзичливістю та сумлінністю.

Самоконтроль визначається тенденцією регулювати експресивну поведінку у відповідь на міжособистісні сигнали, щоб досягти бажаного соціального враження. Отже, експресивна поведінка та самопрезентація людей із низьким рівнем самоконтролю вважаються більш точними відображеннями їхніх внутрішніх емоційних станів порівняно з тими особами, які мають вищий рівень самоконтролю (Snyder, 1974). Існуючі дослідження позитивно пов'язують загальний фактор самоконтролю з такими рисами, як екстраверсія, відкритість до досвіду, і значно меншою мірою негативно пов'язують із невротизмом, доброзичливістю та сумлінністю (Wilmot, DeYoung, Stillwell, & Kosinski, 2016).

Тож, нарцисизм значно корелює із соціальною бажаністю, але також виявляв вищу кореляцію із самоконтролем. Макіавеллізм позитивно корелював із самоконтролем, але також мав значну негативну кореляцію із соціальною бажаністю. Схожий патерн кореляцій, як ми вже пригадували, було виявлено з психопатією: значна позитивна кореляція із самоконтролем і значна негативна кореляція із соціальною бажаністю. Всі перераховані риси підпадають під опис антисоціальної поведінки.

На противагу, просоціальна поведінка охоплює широкий спектр дій, спрямованих на користь однієї чи більше осіб. Спільним для майже всіх визначень просоціальної поведінки є акцент на сприянні добробуту інших агентів. Визначення просоціальної поведінки будуть відрізнятися, зважаючи на те, підкреслюються в них наміри та мотивації, витрати та вигоди, чи соціальний контекст.

Важливим мотивом просоціальної поведінки, що взятий нами до розгляду, є почуття провини як моральна емоція. Провина взята нами тут це емоція з негативним

відтінком, яка виникає, коли людина вважає, що її поведінка порушила моральні стандарти або завдала шкоди іншим. Це випадки, коли актор навмисно або ненавмисно завдав шкоди іншій особі. Феноменологічно провина описується як джерело пригнічення та самобичування, яке може призвести до нестерпних почуттів самозневаги та відчаю; люди, які відчувають велику провину, можуть відчувати себе нікчемними і такими, що заслуговують покарання. Депресія та провина характеризуються інтропунітивними рисами і мають спільні передумови. Більша провина пов'язана з більшою депресією та симптомами obsесивно-компульсивного розладу, тривоги, соматизації та психотизму.

Почуття провини та сорому розрізняються у сфері моральних емоцій (Scaffidi, 2022). Сором - це емоція, яку зазвичай відчувають після невдач, недоліків та моральних чи соціальних порушень. Більш конкретно, вона відчувається, коли люди не відповідають моральним або соціальним стандартам і коли інші знають або можуть знати про цю невдачу. Коли люди відчувають сором, вони думають про інших, які не схвалюють їх або оцінюватимуть їх негативно. Сором — це емоція, яка призводить до саморефлексії: вона асоціюється з усвідомленням почуття власної нікчемності та некомпетентності. Крім того, на міжособистісному рівні сором асоціюється з тенденцією до відступу та ізоляції.

На відміну від сорому, провина зосереджується на конкретній поведінці і не генералізується у негативний образ усього себе. Tangney et al. (2018) виявили, що при описі ситуацій, що викликають сором, респонденти більше переймалися оцінками інших щодо себе. Натомість, при описі ситуацій, що викликають провину, респонденти більше переймалися впливом на інших, тобто, більше схилились до соціальної бажаної поведінки. Ця різниця в егоцентричних, на противагу орієнтованим на інших,

переживаннях, не є несподіваною, адже сором містить фокус на собі, тоді як провина стосується конкретної поведінки.

Діаметрально протилежні теоретичні позиції та емпіричні знахідки спостерігаються у роботах, що досліджують роль провини у просоціальній поведінці. Справді, провина була теоретизована та емпірично показана як негативне почуття з багатьма позитивними наслідками. Наприклад, теорії провини припускають, що ця емоція стимулює краще розуміння перспектив та переживання емпатії. Існує також велика кількість літератури, що свідчить про те, що провина мотивує людей виправляти свої дії.

Багато дослідників показали, що люди, яких змусили відчувати провину, були більш готові допомагати іншим, порівняно з тими, хто не переживав її. Провина стимулює поведінку, яка спрямована на відновлення відносин між порушником та жертвою або на запобігання шкоди цим відносинам. В цілому, провина є моральною емоцією, що мотивує просоціальну поведінку та зміцнює соціальні зв'язки.

Як було показано в економічних іграх Ketelaar & Au (2003), люди, які відчували провину при вирішенні дилеми, мали тенденцію більше співпрацювати в подальших повтореннях гри. Hopfensitz & Reuben (2009) виявили, що людина, яку покарали за скоєне, не буде мстити в майбутньому, якщо відчуватиме провину або сором. Загалом, поведінка після почуття провини зазвичай інтерпретується як моральна поведінка, або поведінка, мотивована турботою про іншу людину.

Найбільш прямі докази моральних ефектів провини можна знайти у дослідженнях, що стосуються впливу емоцій на просоціальну поведінку у двосторонніх відносинах. Ці дослідження показують, що люди, які відчувають провину діють просоціально стосовно інших, коли залучені до ігор із соціальними дилемами. Тобто, у двосторонніх контекстах, незважаючи на негативний відтінок, провина

виконує функціональну роль у захисті міжособистісних відносин, змушуючи людей ставити інтереси інших вище власних.

Висновки до розділу 1

У цьому розділі було надано огляд дослідницького контексту визначень конструктів соціальної бажаності та моральної ідентичності, а також особливості проблеми операціоналізації конструкту соціальної бажаності, зокрема, у розгляді зв'язків останньої з іншими рисами, які визнаються соціально бажаними, але є змістовними рисами людської особистості. Крім цього, був описаний зв'язок цих двох конструктів з іншими аспектами міжособистісного пізнання, зокрема, з макіавеллізмом, нарцисизмом до субклінічною психопатією, а також із відчуттям провини та сорому.

В якості підсумку вважаю вартим зазначити декілька наступних тез:

1. Соціальна бажаність в своїй класичній інтерпретації визначається як схильність до надання нереалістично позитивних оцінок себе: таким чином, людина вдає себе кращою, ніж вона є насправді;
2. В дослідницькому середовищі нема консенсусу щодо визначення конструкту, який вимірюють шкали соціальної бажаності. Втім, популярними є дві парадигми: в межах однієї конструкти шкал соціальної бажаності сприймаються в їх класичному розумінні – тобто, як усвідомлений або неусвідомлений стиль відповідати на питання; в межах іншої стверджується, що питання шкал соціальної бажаності насправді вимірюють змістовні людські риси, які є соціально бажаними у суспільстві, але не є маркером соціальної бажаності самі по собі.
3. І соціальна бажаність, і моральна ідентичність є пов'язаними з просоціальною поведінкою. Втім, якщо моральна ідентичність є мірою важливості для

особистості моральних (і, таким чином, просоціальних) суджень та дій, то соціальна бажаність в класичній, консервативній інтерпретації може призвести лише до просоціальних вчинків, але не до просоціальної мотивації.

РОЗДІЛ 2.

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВІДМІННОСТЕЙ МІЖ МОРАЛЬНОЮ ІДЕНТИЧНІСТЮ ТА СОЦІАЛЬНОЮ БАЖАНІСТЮ У ЇХ ЗВ'ЯЗКАХ З НЕЙРОПСИХОЛОГІЧНИМИ АСПЕКТАМИ МІЖОСОБИСТІСНОГО ПІЗНАННЯ

2.1. Обґрунтування методичного інструментарію дослідження різниці між моральною ідентичністю та соціальною бажаністю у їх зв'язках з нейропсихологічними аспектами

Для вивчення конструкту соціальної бажаності в даному дослідженні було використано коротку шкалу соціальної бажаності Марлоу-Кроуна (Reynolds, 1982), а для конструкту моральної ідентичності – опитувальник моральної ідентичності Блек та Рейнолдс (Black & Reynolds, 2016).

Шкала соціальної бажаності Марлоу-Кроуна (1960) – класичний інструмент для виміру надання соціально бажаних відповідей. Як і серед інших класичних інтерпретацій, концепція шкали полягає у тому, що високі показники за нею будуть отримувати люди, які намагаються сформувати нереалістично позитивне враження щодо себе у оточуючих. Крім інших класичних атрибутів шкали соціальної бажаності, вже згаданих мною в теоретичному огляді, важливою особливістю цієї шкали є її домінуюча навантаженість на фактор керування враженнями в структурі явища соціальної бажаності, і мало виражене навантаження на фактор самооманливого прикрашення. Таким чином, шкала Марлоу-Кроуна добре підходить під цілі даного

дослідження, адже, як вже було зазначено, самооманливе прикрашення не піддається вивченню через самозвітні методи – тією мірою, якою воно є неусвідомленою якістю особистості. Слід також відмітити, що в своїй пізнішій статті (Crowne & Marlowe, 1964) дослідники переглянули назву свого конструкту, і він отримав назву «Потреба у схваленні» («Need for approval»).

Було прийнято рішення обрати коротку форму даної шкали, а саме, форму С (як вона зазначена у Reynolds, 1982). Це рішення було прийнято через причину великої сумарної кількості питань у анкеті, з метою зберегти увагу респондентів і, таким чином, валідність їх відповідей. Інша причина, яка зумовила і вибір форми С зокрема, полягає у тому, що ця форма використовувалась дослідниками для перевірки конвергентної валідності при валідації опитувальника моральної ідентичності, який також був включений у дане дослідження (Black & Reynolds, 2016).

Скорочена шкала Марлоу-Кроуна містить 13 пунктів, кожен з яких респонденту пропонується оцінити альтернативами «Вірно» (1 бал) та «Не вірно» (0 бали). При цьому, пункти № 1, 2, 3, 4, 6, 8, 11, 12 є зворотніми, а пункти № 5, 7, 9, 10, 13 – прямими. Вищі показники за шкалою мають свідчити про вищу схильність до соціально бажаних відповідей.

Опитувальник моральної ідентичності Блек та Рейнолдса (2016) оцінює два основні структурні компоненти моральної ідентичності - моральну цілісність та моральну самість. Обидва компоненти є складовими моделі морального пізнання, або свідомих і несвідомих психічних процесів, які визначають, чи є певна дія правильною чи неправильною відповідно до панівної моральної парадигми. Автори методики в створенні своєї методики орієнтувались на наступні теоретичні засновки: що теорії моралі дотримуються базової настанови уникати шкоди іншим особам у спільноті

(Graham et al., 2010), а також, що моральні ситуації зводяться до діадних стосунків між агентом, який або шкодить, або допомагає, і особою, яка страждає або отримує вигоду. Таким чином, автори Блек та Рейнолдс зосереджують визначення моралі на рішеннях чи судженнях, які можуть вплинути на благополуччя іншої людини чи людей, а також на тому, якою мірою ці судження визначають моральну самість.

Субконструкт «Моральна цілісність» («Moral integrity») вимірює бажання узгоджувати наміри та дії, а також те, наскільки учасники надають значення діям відповідно до моральних принципів. Іншими словами, ця шкала оцінює цілісність у сенсі рівності, рівнозначності публічних і непублічних (себто, приватних) дій.

Субконструкт «Моральна самість» («Moral self») спирається на важливість, яку люди надають моральності. Моральна ідентичність пов'язана з тим, як люди визначають свою особистість (Bergman, 2002). Автори стверджують наступне: коли люди вважають себе моральними істотами, вони більш схильні інтерпретувати ситуації з моральних позицій. Тому, шкала "Моральна самість" вимірює, наскільки тісно учасники ідентифікують себе з моральними цінностями.

Розділення конструкту моральної ідентичності на два субконструкти пов'язано з тим, що моральне переконання відрізняється від моральної дії. Як схильність до моральних дій може існувати без моральних переконань (явище, яке можна охарактеризувати як соціально бажану поведінку), так і моральні переконання можуть існувати без моральної дії. Дійсно, якщо людина має певне моральне переконання, саме по собі воно не здатне змусити його до дії. З іншого боку, людина може робити моральні вчинки з неморальних причин – для отримання певних соціальних переваг, ресурсів, тощо. Таким чином, моральна самість визначає наявність відповідних моральних переконань у людини, а моральна цілісність – важливість єдності

морального переконання та моральної дії. Разом, вони формують конструкт моральної ідентичності.

Опитувальник моральної ідентичності складається з 20 пунктів, їх альтернативи подано за 6-бальною шкалою Лікерта від "повністю згоден(-а)" до "повністю не згоден(-а)". Вищі бали свідчать про більшу важливість моральних цінностей для особистості та її моральну цілісність.

Серед аспектів міжособистісного пізнання, завдяки яким я хочу проаналізувати зв'язки між конструктами моральної ідентичності та соціальної бажаності, мною було обрано опитувальник менталізації та систематизації, міжособистісної провини, та темної тріади особистості (макевіалізм, субклінічний нарцисизм, субклінічна психопатія). Вибір саме цих конструктів та інструментів, які їх вимірюють, обумовлений декількома причинами:

1. Використання конструктів емпатизації та систематизації обумовлено, в першу чергу, їх ґрунтовністю у розкритті особливостей як міжособистісних стосунків, так і відносин між людиною та її соціальним оточенням. На нашу думку, когнітивна емпатія являється фактором, який може пояснювати як вираженість моральної ідентичності, так і вияви схильності до соціально бажаних відповідей. Адже з теоретичного огляду нам відомо, що як моральна ідентичність, так і соціальна бажаність пов'язані із просоціальною поведінкою, так само як і існує низка досліджень, присвячених зв'язку емпатизації та просоціальної поведінки (Scaffidi Abbate et al., 2022). Саме тому було прийнято рішення вважати конструкти емпатизації та систематизації потенційними предикторами конструктів моральної ідентичності та соціальної бажаності.

2. Вибір конструкту міжособистісної провини було обумовлено попередніми дослідженнями, в яких встановлювався позитивний зв'язок між почуттям провини та емпатизацією з одного боку, та просоціальною поведінкою (через зниження потягу до власної вигоди) з іншого (Leith & Baumeister, 1998). Втім, особливо цікавими є можливі гіпотези стосовно цього зв'язку. Як вже зазначалось, просоціальна поведінка може як бути, так і не бути зумовленою просоціальною мотивацією (Lanz, Thielmann & Gerpott, 2022). Дійсно, під впливом почуття провини ця поведінка може бути зумовлена бажанням уникнення санкцій у соціальній взаємодії, і таким чином, такі дії будуть «вимушеними» (що прекрасно узгоджується з конструктом соціальної бажаності). Я вважаю, що різниця у передбаченні показників моральної ідентичності та соціальної бажаності показниками за даним конструктом може внести більше ясності в розрізнення конструктів соціальної бажаності та моральної ідентичності загалом.
3. Темна тріада як група потенційних корелятивів та предикторів конструктів соціальної бажаності та моральної ідентичності була обрана з наступних причин. Інтерпретація шкал соціальної бажаності варіюється від поглядів на останні як на міру вияву просоціальних тенденцій, до поглядів, які стверджують, що шкали соціальної бажаності міряють ступінь усвідомленої брехливості, яка має егоцентричну мотивацію до досягнення власних цілей («сподобатись іншим», виграти певні ресурси) (Lanz, Thielmann & Gerpott, 2022). Нам також відомо, з якими якостями пов'язані риси нарцисизму, макіавеллізму та психопатії: з егоїзмом, маніпулятивністю та загальною антисоціальністю (Paulhus & Williams, 2002). Таким чином, якщо шкали конструкту моральної ідентичності та соціальної бажаності можливо розрізнити

за змістом (себто, якщо соціальна бажаність пов'язана з просоціальною поведінкою негативно або значно слабше за зв'язок останньої з моральною ідентичністю), то зв'язки цих конструктів з рисами макіавеллізму, нарцисизму та психопатії мають відрізнитись між собою.

Розглянемо кожну шкалу окремо. Почнемо із коротких версій шкал менталізації та емпатизації.

Автори скороченої версії **шкал систематизації та менталізації** (Wakabayashi et al., 2006) наводять в своїй роботі таке теоретичне підґрунтя для виникнення згаданих конструктів. Згідно з ним, існують певні фундаментальні аспекти людського пізнання - розуміння агентних (такі, що втілились завдяки чийсь інтенції) та не-агентних (себто, каузальних) події є двома фундаментальними аспектами людського.

Теорія емпатизації-систематизації (E-S) Барон-Коена (2002) складається з двох психологічних вимірів. Емпатизація використовується для розуміння поведінки агента, а систематизація здебільшого використовується для прогнозування поведінки неагентних подій чи об'єктів. Емпатизація визначається як прагнення ідентифікувати емоції та думки інших людей і реагувати на них відповідними емоціями. Систематизація - це прагнення будувати системи, передбачати поведінку певної системи та контролювати її. Таким чином, емпатизація спрямована на інтерпретацію станів інтенційних агентів та їх вчинків, а систематизація спрямована на інтерпретацію механістичних процесів, яким не властива агентність.

Конструкт, який вимірює опитувальник емпатизації, має афективний компонент (відчуття відповідної емоції, викликаної емоцією іншої людини), когнітивний компонент (розуміння та/або передбачення того, що може думати, відчувати чи робити інша людина) та змішаний компонент (когнітивний та афективний). Опитувальник

систематизації був побудований на прикладах з повсякденного життя, в яких задіяна систематизація. Припущення полягало в тому, що люди з високим рівнем систематизації будуть використовувати свої навички систематизації в різних сферах частіше, ніж люди з низьким рівнем систематизації. Також, систематизація включає в себе навички аналізу в різних сферах частіше, ніж низький рівень систематизації.

Теорія E-S зображує емпатію та систематизацію як двовимірні координати. Теорія емпатизації-систематизації виділяє "типи мозку" для опису трьох основних когнітивних типів, що виникають в результаті цього. Люди, у яких емпатія знаходиться на вищому рівні, ніж систематизація, називаються людьми з типом мозку E (тип мозку, що емпатизує: $E > S$). Люди, у яких систематизація знаходиться на вищому рівні, ніж емпатія, мають мозок типу S (систематизуючий тип мозку: $S > E$). Люди, у яких емпатія та систематизація однаково збалансовані, відносяться до типу B (збалансований тип мозку: $E = S$). Ці типи мозку є когнітивними стилями.

Шкали емпатизації та систематизації складаються з 22 та 25 пунктів, відповідно. Альтернативи для обох шкал варіюються від «1 — Цілком не згоден(-на)» до «4 — Цілком згоден(-на)». При цьому, бали нараховуються наступним чином. В прямих питаннях, бали 1 та 2 («Цілком не згоден(-на)» та «Швидше не згоден(-на)») враховуються за 0 балів, які сумуються у шкалу. Відповідь «Швидше згоден(-на)» враховується як 1 бал, і відповідь «Цілком згоден(-на)» враховується як 2 бали. Всі бали сумуються всередині відповідної шкали.

Шкали міжособистісної провини. Авторами даного опитувальника почуття провини розглядаються як негативні емоції, викликані необхідністю підтримувати стосунки прив'язаності та піклування, і які проявляються, якщо люди роблять або думають, що вони зробили щось, що підриває ці стосунки. Отже, почуття провини має

адаптивне значення, яке сприяє просоціальній поведінці, і може розглядатися як фактор, що зміцнює соціальні зв'язки, гальмуючи дії, які загрожують груповим відносинам, і підтримуючи відновлювальні дії між членами однієї групи, що дозволяє групі довше виживати. З іншого боку, як зазначають автори, за певних обставин просоціальна поведінка, спричинена надмірною емпатичною турботою, може стати дезадаптивною. Автори підкреслюють зв'язок між надмірною емпатичною активацією та психічними розладами, а також між надмірним внутрішньоособистісним почуттям провини, особливо неусвідомленим, і саморуйнівною поведінкою та психологічними проблемами. Вони також відмічають, що почуття провини може стати ірраціональним і дезадаптивним, коли переконання в тому, що людина заподіяла шкоду, або страх, що вона може заподіяти шкоду близьким, заважає людині досягти здорових і приємних цілей.

Автори виділяють декілька конструктів почуття провини в своїй методиці: провинна того, хто вижив (*survivor guilt*); почуття провини за розлуку та невірність (*separation-disloyalty guilt*); почуття провини всемогутньої відповідальності (*omnipotent responsibility guilt*); ненависть до себе (*selfhate*).

Провина тих, хто вижив, - це болісна емоція, яку люди можуть відчувати, коли вони перевершують важливих для них інших, вважаючи, що вони завдають їм болю, будучи більш успішними, щасливими, вдалими тощо. Іншими словами, люди можуть ірраціонально припускати, що досягнення хороших речей у житті є несправедливим по відношенню до тих, хто їх не отримав, або відбулося за рахунок тих, хто їх не отримав.

Провина сепарації виникає зі страху завдати шкоди іншим, ставши незалежним, відокремленим і віддалившись, тоді як вина невірності виникає з переконання, що інші цінності, інший спосіб життя, підтримка інших політичних ідей чи релігійних

переконань можуть завдати болю близьким людям. Почуття провини за розлуку і за зраду можна розглядати як два аспекти одного і того ж конструкту, тобто емоційного вираження страху завдати шкоди важливим для себе людям, будучи фізично і психологічно відокремленим і відмінним від них.

Провина всемогутньої відповідальності передбачає перебільшене почуття відповідальності та турботи про щастя і благополуччя інших людей. Вона ґрунтується на переконанні, що людина має обов'язок і владу рятувати близьких, які потрапили в біду.

Останній вид міжособистісної провини - ненависть до себе - виникає, коли людина підкоряється суворому критичному, образливому або зневажливому ставленню до себе з боку значущих інших людей, часто батьків, які відчувають або демонструють байдужість, ненависть або презирство до неї. Ненависть до себе описує відчуття власної неправоти, поганості, неадекватності, неспроможності та незаслуженості у прийнятті, захисті, любові та щасті.

Опитувальник оцінки міжособистісної провини складається з 4 шкал, 15 пунктів, кожен з яких оцінюється за шкалою від «1 – Зовсім не відображає» мене до «5 – Повністю відображає мене», після чого бали сумуються пошкально. В шкалах немає зворотніх пунктів.

Зрештою, **скорочений опитувальник темної тріади** (Jonason & Webster, 2010) вимірює три конструкти: макіавеллізм, субклінічний нарцисизм та субклінічну психопатію. Paulhus & Williams (2002) відмічали у своїй роботі, що темна тріада складається з трьох незалежних конструктів, які дещо перетинаються. Однак автори скороченої версії виміру цих конструктів відмічають, що існують вагомні теоретичні та емпіричні підстави розглядати їх як різні виміри одного й того ж латентного

конструкту. Вони розглядають цей набір конструктів як короткострокову, експлуаторську соціальну стратегію, яка, можливо, еволюціонувала з метою уможливлення експлуатації в умовах, коли конкретні особи, ймовірно, уникають або карають дезертирів. Автори також стверджують, що емпіричні дані свідчать про те, що нарцисизм, психопатія і макіавеллізм вимірюють один латентний конструкт, на який припадає приблизно 50% дисперсії, пов'язаної з трьома шкалами.

Всі три риси в тій чи іншій мірі притаманні соціально недоброчливий характер з тенденціями до самореклами, емоційної холодності, дволиконості та агресивності. Розробники оригінальної, повної версії методики (Paulhus & Williams, 2002) припускають, що в нормальних вибірках конструкти темної тріади можуть бути еквівалентними.

Опитувальник складається з 12 питань та 3 шкал, відповідно (4 питання на шкалу). Альтернативи варіюються від «1 - Цілком не згоден/на» до «7 – Цілком згоден/на», бали сумуються пошкально. Крім цього, враховуючи згадану спорідненість трьох конструктів, існує можливість об'єднати шкали в єдиний показник.

Слід окремо зазначити, що методики, обрані мною, не були адаптовані на українській популяції. Частина з них, а саме шкали міжособистісної провини, короткий опитувальник моральної ідентичності та коротка шкала соціальної бажаності Марлоу-Кроуна були перекладені мною і моїм науковим керівником Литвином С.. Це являється обмеженням мого дослідження, яке я намагаюсь подолати через проведення статистичних процедур перевірки внутрішньої узгодженості шкал, а також завдяки побудові конфірматорних факторних моделей по даним шкалам. Психометричні властивості коротких опитувальників менталізації та систематизації були оцінені в дипломній роботі С. Мозолевської (2023), а властивості опитувальника темної тріади

були оцінені внаслідок аналізу зібраних даних дослідником Ягієвим І. у 2020 році. Показники альфи Кронбаха та омеги Макдональда для шкал виявились наступними: 0.818 та 0.822 відповідно для макіавелізму, 0.731 та 0.745 для субклінічної психопатії, 0.800 та 0.813 для субклінічного нарцисизму. Це стало засновком для використання саме цієї версії перекладу. Втім, в даному дослідженні перевіряються показники внутрішньої узгодженості та структурних особливостей всіх методик.

2.2. Організація і проведення дослідження різниці між моральною ідентичністю та соціальною бажаністю у їх зв'язках з нейропсихологічними факторами

Проаналізувавши літературу, яка пов'язана з конструктами, що вивчаються, і обравши відповідні інструменти, через які ми намагаємось операціоналізувати ці конструкти, ми вирішили провести крос-секційне дослідження через онлайн-опитування. В нашому онлайн-опитуванні нами були враховані певні соціально-демографічні показники – стать, вік, рівень освіти та релігійність. Втім, наша вибірка не є стратифікованою: в дослідження увійшли люди віком від 16 до 64 років, а статеві та освітні групи не були рівнонаповнені. При цьому, наша вибірка набиралась методом сніжного кому, через розповсюдження запрошень в соціальних мережах Telegram та Facebook. Ми плануємо проводити аналіз, враховуючи вищенаведені особливості нашої вибірки.

Дані нашого дослідження були зібрані завдяки платформі Google Forms. Респонденти не лишали своїх пошт чи інших ідентифікаторів задля збереження анонімності дослідження. Також нами була додана форма для відкритих відповідей наприкінці опитування, призначеній для зворотнього зв'язку.

Подальший план дослідження включав кількісний аналіз отриманих даних. Дані були вивантажені в Microsoft Excel 2021, після чого були імпортовані в середовище R Studio (версія R 4.2.3). План кількісного аналізу включав наступні кроки:

1. Аналіз описових статистик демографічних та досліджуваних показників;
2. Перевірка внутрішньої узгодженості та структури психометричних інструментів. Ми хочемо виявити структурну модель, яка дозволить краще зрозуміти сутність того, що ми вимірювали, а також якість нашого вимірювання. Таким чином, це дозволить як краще розкрити сутність конструктів, що вивчаються, так і підгонку цих латентних ознак до реальних даних.
3. Побудова моделі експлораторного та конфірматорного факторних аналізів конструктів соціальної бажаності та моральної ідентичності. Ми хочемо дослідити зв'язки цих латентних ознак та можливі крос-навантаження між ними. Це б допомогло дослідити зв'язок цих конструктів між собою, їх окремих індикаторів, тощо.
4. Побудова регресійних моделей через моделювання структурними рівняннями (SEM). Ми збираємось побудувати модель передбачення конструктів соціальної бажаності та моральної ідентичності такими аспектами міжособистісного пізнання, як темна тріада особистості, міжособистісне почуття провини, менталізація та систематизація.

Відповідно до поставленого плану дослідження, нами використовувались наступні методи обробки даних: описові статистики, коефіцієнти внутрішньої узгодженості шкали альфа Кронбаха та омега Макдональда, експлораторний факторний аналіз, конфірматорний факторний аналіз, моделювання структурними рівняннями.

Висновки до розділу 2

В другому розділі був описаний психометричний інструментарій, який було використано в даному дослідженні, і відповідні йому теоретичні операціоналізації. Зокрема, були описані інструменти, які вимірюють конструкти соціальної бажаності, моральної ідентичності, емпатизації, систематизації, почуття міжособистісної провини, та темної тріади особистості. Крім цього, мною був обґрунтований вибір предикторів до побудови моделей передбачення конструктів соціальної бажаності та моральної ідентичності.

Зрештою, в цьому розділі було описано процедуру та етику проведення емпіричного дослідження, присвяченого вивченню особливостей зв'язку та відмінностей конструктів моральної ідентичності та соціальної бажаності. Також були описані заплановані процедури збору та аналізу отриманих даних, статистичні методи, що використовувались. Загалом, з другого розділу можна зробити наступні підсумки:

1. Досліджуваними змінними в емпіричному дослідженні являються показники шкал соціальної бажаності та моральної ідентичності;
2. Шкалами, які мають на меті передбачення варіативності досліджуваних явищ, являються емпатизація, систематизація, шкали міжособистісної провини, та темна тріада особистості, яка складається з макіавеллізму, субклінічного нарцисизму, та субклінічної психопатії;
3. Для операціоналізації конструктів відповідно до зазначених вище шкал були обрані наступні опитувальники: шкала соціальної бажаності Марлоу-Кроуна (1960), опитувальник моральної ідентичності Блек та Рейнолдс (2016), короткі версії опитувальників емпатизації та систематизації (Wakabayashi et al., 2006) та коротка версія опитувальника темної тріади особистості (Jonason & Webster, 2010).

РОЗДІЛ 3.

АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ ВІДМІННОСТЕЙ МІЖ МОРАЛЬНОЮ ІДЕНТИЧНІСТЮ ТА СОЦІАЛЬНОЮ БАЖАНІСТЮ У ЇХ ЗВ'ЯЗКАХ З НЕЙРОПСИХОЛОГІЧНИМИ АСПЕКТАМИ МІЖОСОБИСТІСНОГО ПІЗНАННЯ

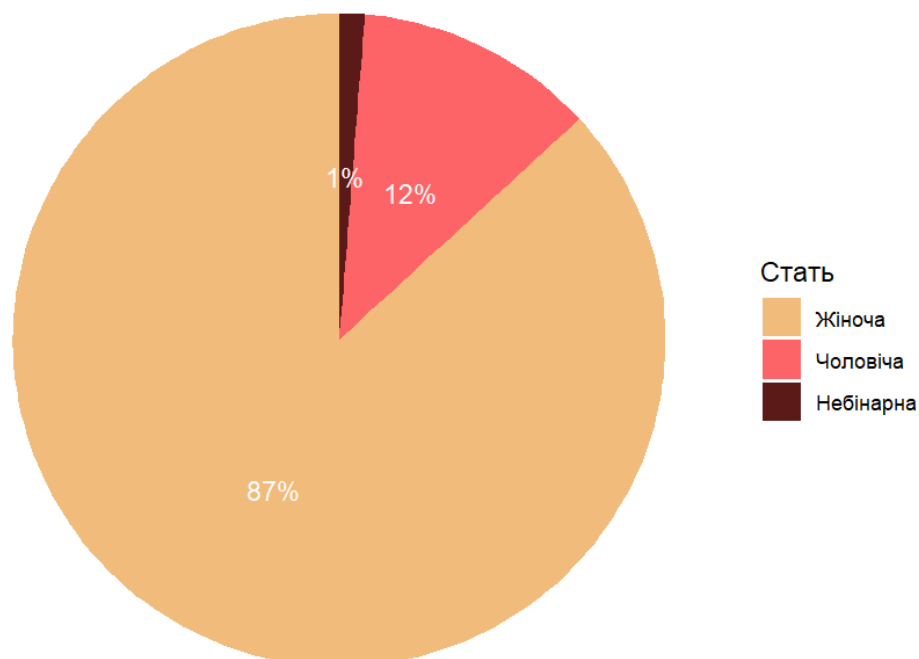
3.1.Описовий аналіз особливостей вибірки за демографічними показниками

Процедура аналізу розпочалася з оцінки соціально-демографічних показників.

Були зібрані дані про вік респондентів, їх стать, рівень освіти та релігійність.

Спершу мною були виведені показники за статевим розподілом. Вибірка складалась з 86.8% (277) жінок, 11.9% (38) чоловіків, а також 1.2% (4 особи) досліджуваних зазначили свою стать як небінарну. Розподіл цих значень можна побачити на Діаграмі 3.1..

Діаграма розподілу за статтю



Діаграма 3.1. Відсоткове співвідношення респондентів за статтю.

Ми можемо бачити, що жінки складають переважну більшість даної вибірки. Це може бути зумовлено декількома наступними факторами:

1. Відомо, що жінки більш схильні проходити онлайн-опитування, ніж чоловіки (Smith, 2008);
2. Дані збирались методом сніжного кому: таким чином, дана вибірка в першу чергу походить із студентства психологічного факультету, яке переважно складається із осіб жіночої статі;
3. Дана обставина не завадить нам провести кількісний аналіз, але є важливою особливістю вибірки, і є певною перешкодою для порівняння груп жінок та чоловіків через серйозну різнонаповненість груп. В ході аналізу я буду враховувати ці обставини.
4. Осіб, які відмітили себе, як небінарних, на жаль, довелося виключити із процесу аналізу даних через їх вкрай низьку представленість у вибірці. Це було зроблено задля запобігання можливим викидам.

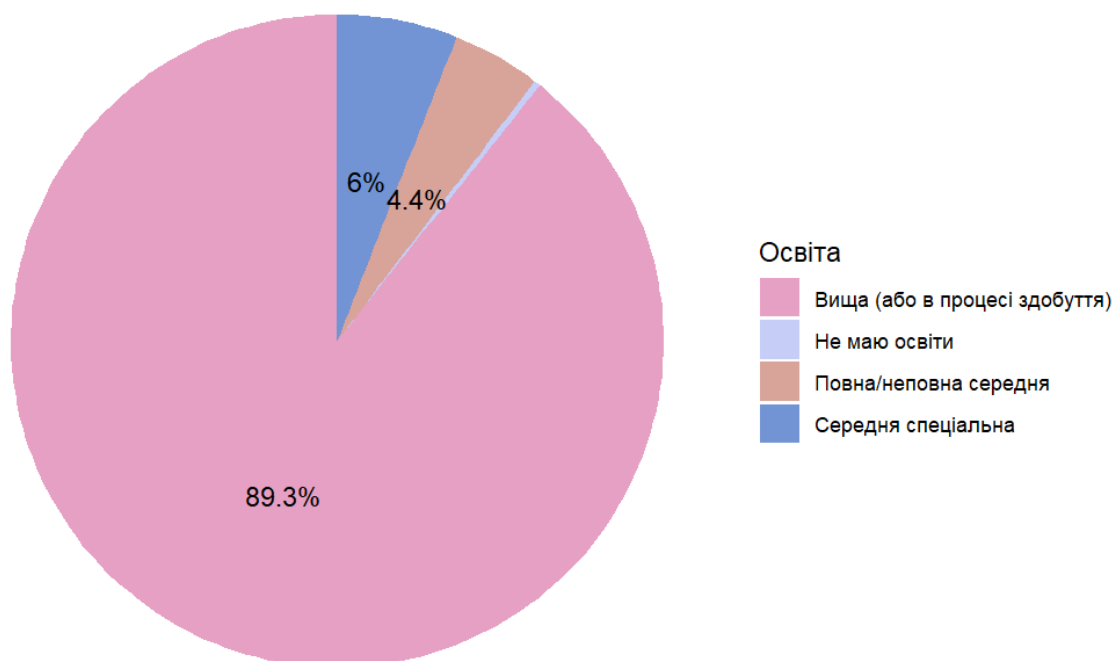
Наступним описовим кількісним показником став розподіл даної вибірки за ступенем освіти. 89.3% ($n = 285$) з респондентів має вищу освіту, ще 6% ($n = 19$) мають середню спеціальну освіту, і 4.4% ($n = 14$) мають повну або неповну середню освіту. Також була одна особа, яка відмітила відсутність у неї будь-якої освіти взагалі. Було прийнято рішення видалити її з аналізу для підтримання більш гомогенної за своїми демографічними показниками структури вибірки.

Загальна картина розподілу освітніх рівнів серед респондентів дослідження свідчить про значну перевагу осіб із вищою освітою. Така перевага може бути пояснена кількома факторами.

По-перше, вибірка респондентів могла включати людей, які активніше за інших користуються інтернетом та соціальними мережами, де, як правило, представлені більш освічені верстви населення. Інтернет і соціальні мережі є основними джерелами інформації та комунікації для людей з вищою освітою, що може пояснити їх більшу представленість у вибірці.

По-друге, дослідження охоплювало професійні соціальні групи, зокрема психологів, які самі знаходяться у процесі здобуття вищої освіти. Ці два фактори мають бути враховані при подальшому аналізі результатів дослідження. Розподіл респондентів цього дослідження за рівнем освіти можна побачити на Діаграмі 3.2..

Діаграма розподілу за освітою

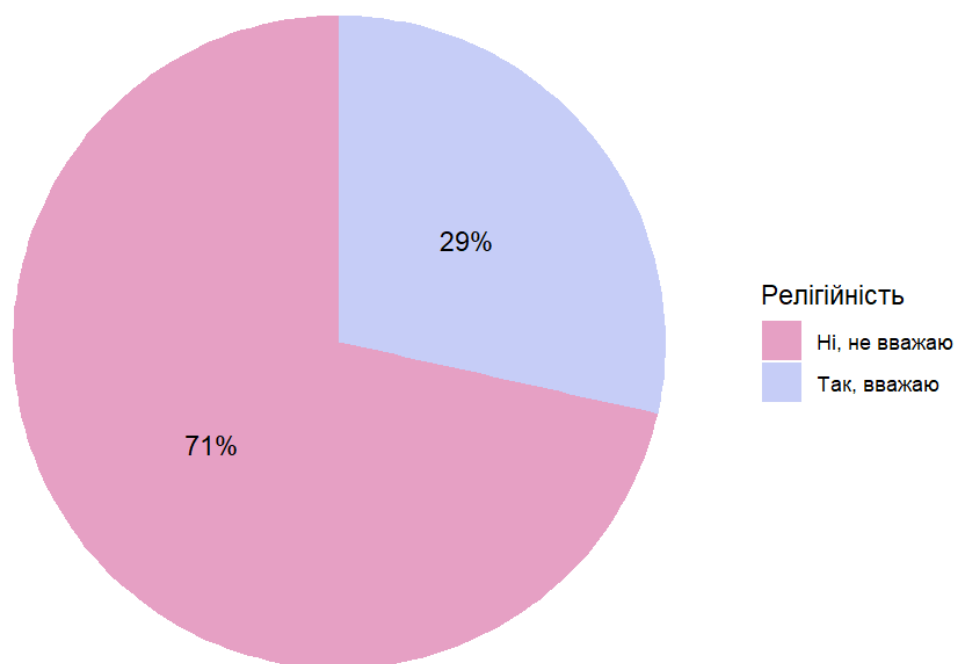


Діаграма 3.2. Відсоткове співвідношення респондентів за рівнем освіти.

Також були отримані показники розподілу респондентів за релігійністю. Так, в цьому розрізі дану вибірку склали 71% ($n = 228$) респондентів, які відмітили, що не

вважають себе релігійними, і 29% (n = 91) респондентів, які відмітили себе як релігійних. Ми не можемо зробити однозначні висновки з таких даних, адже релігійність – широке поняття і страта; без конкретизації певних релігійних практик та переконань, а також без урахування соціокультурного контексту, природа цих соціально-демографічних даних залишається неоднозначною. Додатковим фактором, що міг вплинути на результати, є можливість самовибору респондентів, які походять із академічного середовища або були тісно пов'язані з ним в минулому. В будь якому разі, ці дані являються корисними для подальшого аналізу, адже нас цікавить потенційний зв'язок релігійності з почуттям провини та просоціальними орієнтаціями (через моральність або соціальну бажаність). Візуальний розподіл значень за

Чи ви вважаєте себе релігійною людиною?



релігійністю можна побачити на Діаграмі 3.3..

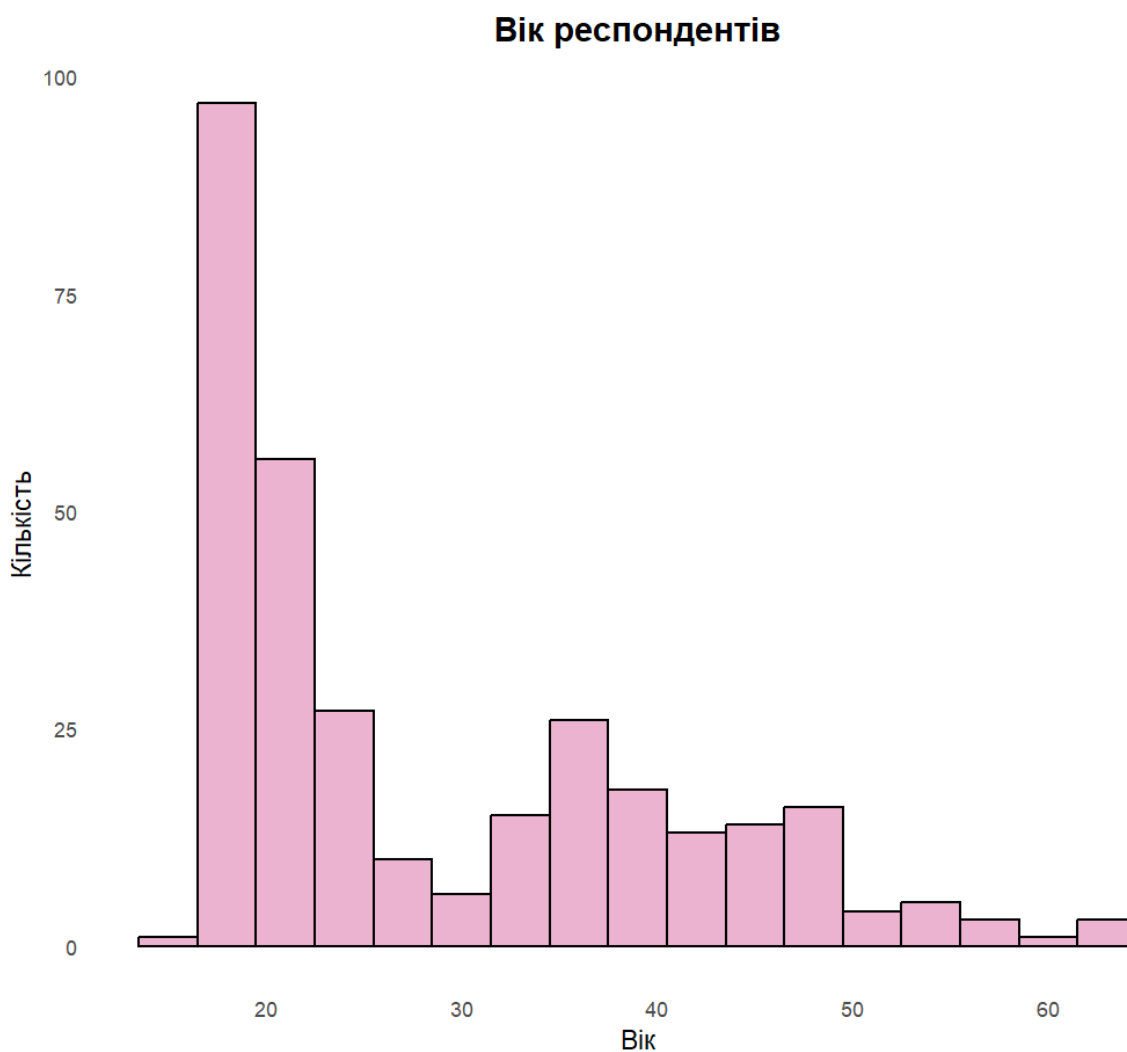
Діаграма 3.3. Відсоткове співвідношення респондентів за релігійністю.

Зрештою, після видалення зазначених вище спостережень, які виявились викидами, розмір вибірки склав 314 осіб, і мною були виведені дані відносно фінального вікового розподілу респондентів у вибірці. Табличні дані та візуальний розподіл за статтю можна побачити в Таблиці 1 та Діаграмі 3.4. відповідно

Таблиця 1

Описові статистики розподілу за віком серед респондентів

Середнє	Медіана	SD	Мінімум	Максимум	Асиметрія	Ексцес
28.77	23	11.48	16	64	0.92	-0.26



Діаграма 3.4. Частотний розподіл респондентів за віком

З отриманих результатів розподілу за віком можна зробити наступні висновки:

1. Позитивна асиметрія і аналіз візуального розподілу свідчать про явну скошеність вікового розподілу в бік більш молодій категорії населення, про що свідчить і високе стандартне відхилення від середнього (11.48), яке вказує на великий розкид значень навколо середнього через довгий правий «хвіст» розподілу, представлений людьми старшого віку;
2. Незважаючи на такі показники, я не приймав рішення видаляти респондентів за віком: так, тест на викиди через коробчатую діаграму (+1.5 інтерквартильних розмахів від першого та третього квартиля) не виявив жодного з них. З іншого боку, це рішення було прийнято задля досягнення важливої задачі, яка полягала у збереженні потужності дослідження і достатнього розміру вибірки для побудови складних структурних моделей з великою кількістю індикаторів.

3.2. Оцінка психометричних властивостей інструментів виміру моральної ідентичності, соціальної бажаності та нейропсихологічних аспектів міжособистісного пізнання. Аналіз структурних моделей конструктів.

Наступним етапом у процедурі обробки даних була оцінка внутрішньої узгодженості та структури шкал, які були використані при проведенні дослідження, а саме: опитувальників менталізації та систематизації Барона-Коена, короткої версії опитувальника темної тріади, шкал міжособистісної провини, короткої версії шкали соціальної бажаності Марлоу-Кроуна та опитувальника моральної ідентичності Блек та Рейнолдс. Спершу мною були проаналізовані показники альфи Кронбаха та омеги Макдональда для перевірки середньої корельованості пунктів шкал між собою. Потім були побудовані моделі конфірматорного факторного аналізу для кожного з конструктів. Зрештою, мною була окремо побудована експлораторна факторна модель для конструктів моральної ідентичності та соціальної бажаності з метою дослідити

можливі крос-навантаження між факторами, та інші зв'язки цих двох інструментів один з одним.

Внутрішня узгодженість опитувальників. Результати аналізу показників альфи Кронбаха та омеги Макдональда по використаним в дослідженні шкалам наведені в Таблиці 2.

Таблиця 2

Показники внутрішньої узгодженості шкал

Модель	Кількість пунктів	Показник альфа Кронбаха	Показник омега Макдональда
Шкала емпатизації	22	0,84	0,85
Шкала систематизації	25	0,82	0,84
Шкала соціальної бажаності	13	0.53	0.71
Шкала моральної самості	8	0.73	0.77
Шкала моральної цілісності	12	0.85	0.87
Шкала макіавелізму	4	0.85	0.88
Шкала субклінічного нарцисизму	4	0.67	0.74
Шкала субклінічної психопатії	4	0.86	0.87
Шкала провини того, хто вижив	5	0.65	0.77
Шкала провини за розлуку та невірність	4	0.75	0.79
Шкала провини всемогутньої відповідальності	3	0.72	0.72
Шкала ненависті до себе	3	0.68	0.69
Шкала провини (об'єднана)	14	0.82	0.85

З отриманих показників коефіцієнтів внутрішньої узгодженості, можемо побачити, що більшість шкал демонструють високий рівень внутрішньої узгодженості вище 0.75 (Taber, 2018), що означає, що пункти шкал пов'язані один з одним своїми значеннями на високому рівні, і серед них немає суттєвих розходжень. Втім, шкала ненависті до себе показала дещо незадовільний показник: вона була меншою за 0.7, рівень, який вважається деякими дослідниками як граничне значення прийнятної внутрішньої узгодженості шкали (Taber, 2018). Це може бути пов'язане з тим, що перший пункт цієї шкали також є першим пунктом шкали провини того, хто вижив. Це дає причину допускати, що даний пункт є досить багатозначним в контексті виміру почуття провини, що може впливати на внутрішню узгодженість шкал, в які входить цей індикатор.

Наразі висновки, які були зроблені стосовно внутрішньої узгодженості шкал, стосується спостережуваних значень, які включають похибку вимірювання. Для того, щоб виключити похибку вимірювання і перейти до самих латентних ознак, які ми намагаємось дослідити, була побудована модель конфірматорного факторного аналізу (КФА).

Модель емпатизації показала хорошу відповідність даним. Співвідношення χ^2 до степенів свободи (1.719), яке є меншим за 2, свідчить про прийнятну відповідність моделі (Alavi et al., 2020). Індекси відповідності моделі, такі як CFI (0.951) та TLI (0.946), значно перевищують 0.90 і наближаються до 0.95, що є ознакою хорошої відповідності моделі (Bentler and Bonett, 1980; Byrne, 1994). Значення RMSEA (0.048) та його 90% довірчий інтервал (0.039 – 0.056) додатково підтверджують відповідність моделі даним (Hu and Bentler, 1999).

Модель систематизації демонструє значно слабшу відповідність даним. Chi-square (χ^2) тест (711.06, $df = 275$, $p < 0.001$) свідчить про значні відхилення моделі від даних, а співвідношення χ^2 до степенів свободи (2.585) виходить за рекомендовані межі для адекватної відповідності. Індекси CFI (0.852) та TLI (0.838) не досягають порогового значення 0.90, що додатково вказує на проблеми з відповідністю моделі даним. Враховуючи дані показники, було прийнято рішення не включати вимірювальну модель опитувальника систематизації для подальшого аналізу.

Модель соціальної бажаності має змішану відповідність. Співвідношення χ^2 до степенів свободи (3.410) вказує на слабку відповідність. Водночас індекси CFI (0.978) та TLI (0.974) свідчать про дуже хорошу відповідність моделі. Значення RMSEA (0.088) та його 90% довірчий інтервал (0.075 – 0.100) перевищують рекомендовані межі для хорошої відповідності моделі, але є меншим за 0.10, що вважається ознакою адекватної відповідності певними дослідниками (посилання). З огляду на чудові показники CFI та TLI було прийнято рішення лишити цю модель для подальшого аналізу без подальших змін.

Модель моральної ідентичності демонструє дуже хорошу відповідність даним. Співвідношення χ^2 до степенів свободи (1.167) відповідає рекомендованим. Індекси CFI (0.99) та TLI (0.989) перевищують 0.90 та 0.95, що є ознакою високої відповідності моделі. Значення RMSEA (0.023) та його 90% довірчий інтервал (0.000 – 0.036) додатково підтверджують високу відповідність моделі даним.

Модель темної тріади має відмінну відповідність даним. Співвідношення χ^2 до степенів свободи (0.777) , індекси CFI (1.000) та TLI (1.000) вказують на відмінну відповідність моделі. Значення RMSEA (0.000) та його 90% довірчий інтервал (0.000 – 0.019) додатково свідчать про відповідність моделі даним.

Модель з шкалами провини не зійшлася в процесі підгонки, що унеможливило інтерпретацію її відповідності. Було прийнято рішення об'єднати всі індикатори шкал провини в одну латентну ознаку. Крім цього, в ході покращення моделі заради досягнення відповідності моделі даним було видалено пункт 1 «Я вважаю, що якби інші люди дійсно знали мене, вони не захотіли б мати зі мною нічого спільного» та 6 «Мені не подобається відчувати себе краще за інших людей»: їх розподіл мав серйозні скоси, що свідчило про їх недискримінативність. Співвідношення χ^2 до степенів свободи (2.924) порушує рекомендовані показники, втім індекси CFI (0.941) та TLI (0.927) перевищують значення 0.90 і наближаються до 0.95, що є ознакою хорошої відповідності моделі. Значення RMSEA (0.078) та його 90% довірчий інтервал (0.064 – 0.093) перевищують рекомендовані межі в 0.05 але є меншими за 0.10, що разом із високими показниками CFI та TLI вказує на адекватну відповідність моделі даним.

Таблиця 3

Показники якості моделей конструктів

Шкала	Chi-sq value (df), p	Chi-sq value/df	CFI	TLI	RMSEA	90% CI RMSEA
Емпатизація	359.29 (209), 0.000	1.719	0.951	0.946	0.048	0.039 – 0.056
Систематизація	711.06 (275), 0.000	2.585	0.852	0.838	0.071	0.065 – 0.078
Соціальна бажаність	221.58 (65), 0.000	93.670	0.978	0.974	0.088	0.075- 0.100
Модель моральної ідентичності (Моральна самість + Моральна цілісність)	197.250 (169), 0.000	1.167	0.99	0.989	0.023	0.000 – 0.036
Модель темної тріади (Макіавелізм + Субклінічний)	39.641 (51), 0.876	0.777	1.000	1.000	0.000	0.000 – 0.019

нарцисизм + Субклінічна психопатія)						
Провина (об'єднана; видалені пункти №1, №6)	157.929 (54), 0.000	2.924	0.941	0.927	0.078	0.064 – 0.093

Примітка: Chi-sq. – емпіричне значення статистики Хі-квадрат; df – кількість ступенів свободи; p – рівень статистичної значущості; CFI – порівняльний індекс відповідності Бентлера; RMSEA – корінь середньоквадратичної помилки апроксимації; CI – значення довірчого інтервалу; TLI - індекс Такера-Льюїса.

Внаслідок побудови вищевказаних моделей, за ними були виведені описові статистики вибірки (Таблиця 4).

Таблиця 4

Таблиця описових статистик за встановленими моделями

Назва	Середнє	Медіана	SD	Мінімум	Максимум	Асиметрія	Експес
Емпатизація	23.49	23	6.89	4	44	-0.06	-0.11
Моральна самість	32.56	33	4.16	16	40	-0.65	0.54
Моральна цілісність	47.76	49	7.67	17	60	-0.88	1.17
Соціальна бажаність	5.84	8	4.22	0	13	-0.46	-1.43
Макіавеллізм	13.96	14	5.66	4	28	0.22	-0.46
Суб. нарцисизм	10.54	10	4.32	4	25	0.54	-0.1
Суб. психопатія	16.53	17	5.79	4	28	-0.17	-0.6
Провина	29.02	29	8.95	12	52	0.2	-0.61

Дані показують, що більшість розподілів мають відхилення від нормального розподілу, в основному зі слабкою асиметрією та різною мірою пласкості або гостроти. Варіації у показниках стандартного відхилення та асиметрії вказують на різний ступінь неоднорідності даних, втім різні міри центральної тенденції шкал оцінюють останню достатньо близько один до одного.

3.3. Дослідження та порівняння факторних структур конструктів моральної ідентичності та соціальної бажаності

Задля вивчення структури та перевірки зв'язків між конструктами моральної ідентичності та соціальної бажаності, було проведено експлораторний факторний аналіз (EFA) та конфірматорний факторний аналіз (CFA). В експлораторному факторному аналізі використовувався оцінювач DWLS через порядкову природу індикаторів опитувальника моральної ідентичності та дихотомічну – в шкалі соціальної бажаності. Обертання факторів здійснювалась через метод oblimin задля дослідження взаємодії між факторами. В конфірматорному факторному аналізі, як і в експлораторному, використовувався оцінювач DWLS, і були досліджені як кореляції між латентними ознаками, так і особливості навантажень латентних змінних на їх індикатори всередині шкал.

Завдяки використанню експлораторного факторного аналізу було встановлено, що фактори субконструктів моральної ідентичності не мають виражених крос-навантажень з фактором соціальної бажаності. Подробиці таблиці стандартизованих навантажень можна побачити в **Додатку Б**. При цьому процедурою було пояснено 26% сумарної дисперсії індикаторів. Побудована модель мала відмінну якість (CFI = 1.000; RMSEA = 0.000, р-значення критерію $\chi^2 = 0.936$).

Конфірматорний факторний аналіз підтвердив висновок про незалежність факторів моральної самості, моральної цілісності та соціальної бажаності. Модель отримала наступні показники якості: CFI = 0.947, TLI = 0.943, RMSEA = 0.036. Таким чином, ця модель отримала дуже високі показники відповідності даним.

Окреме зацікавлення представляють наявні кореляції між факторами у моделі: так, кореляція фактору моральної самості з моральною цілісністю склала 0.60, а

кореляція між моральною цілісністю та соціальною бажаністю дорівнювала -0.40. Обидва зв'язки були статистично значущими. При цьому, моральна самість статистично значущо корелювала із конструктом соціальної бажаності на рівні -0.29.

Варто окремо роздивитись вимірювальну модель шкали соціальної бажаності Марлоу-Кроуна, а саме пояснювальну здатність виявленої латентної ознаки. Отримана латентна ознака шкали соціальної бажаності в середньому була спроможна пояснити 14% дисперсії пунктів шкал. Коефіцієнт детермінації для кожного окремого пункту можна побачити у Таблиці 5.

Таблиця 5

Коефіцієнт детермінації пунктів шкали соціальної бажаності виділеною латентною ознакою

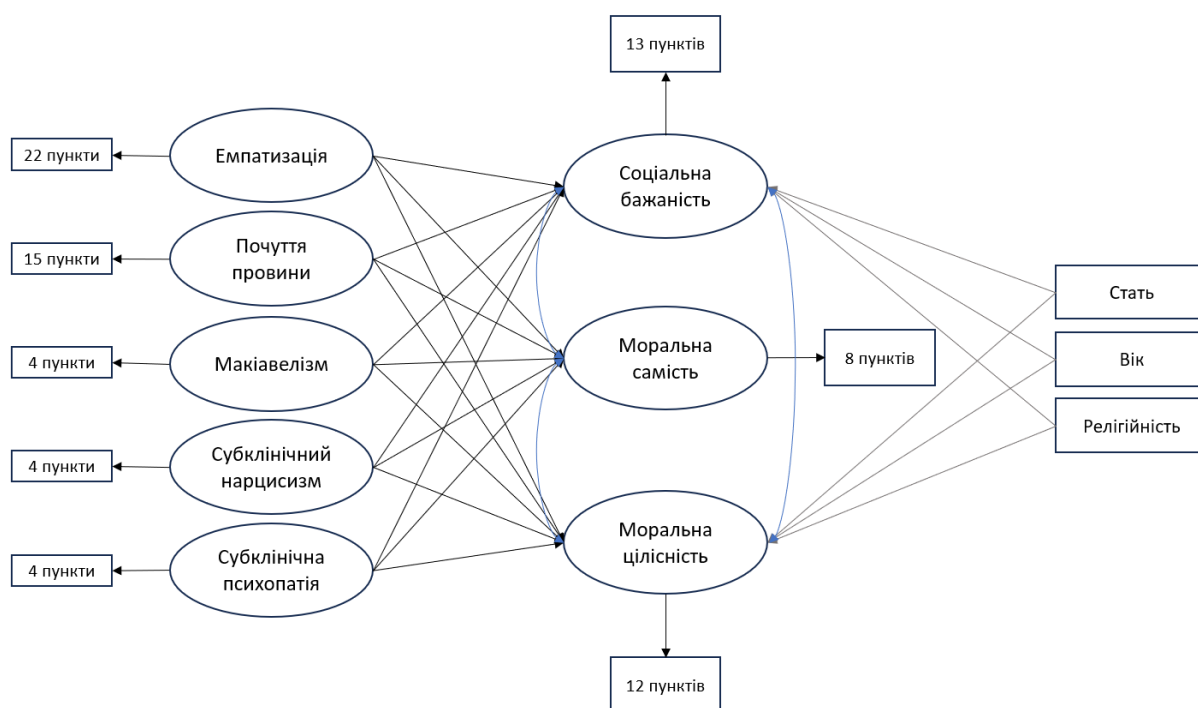
№1	№2	№3	№4	№5	№6	№7	№8	№9	№10	№11	№12	№13
7%	11%	10%	8%	7%	13%	10%	14%	8%	20%	28%	23%	21%

Окрему цікавість представляють навантаження пунктів на фактор соціальної бажаності. Відомо, що в даній скороченій шкалі пункти 1, 2, 3, 4, 6, 8, 11, 12 є оберненими – тобто, відповідь «Не вірно» на них додає бал у шкалу соціальної бажаності, а відповідь «Вірно» - не додає. Питання 5, 7, 9, 10, 13 є прямими, при їх обчисленні відповідь «Вірно» додає бал до шкали соціальної бажаності у респондента. Отож, важливою особливістю виведеної структури є факт того, що обернені пункти в цій моделі навантажуються латентною ознакою позитивно, а прямі пункти – негативно. Це означає, що побудована модель оцінює відповіді на запитання шкали оберненим від задуманого чином.

3.4. Побудова структурних лінійних моделей передбачення моральної ідентичності та соціальної бажаності нейропсихологічними аспектами міжособистісного пізнання

Після визначення структурної моделі латентних ознак, які беруть участь у аналізі, на її основі була побудована регресійна модель. В якості предикторів регресійної моделі виступили латентні ознаки емпатизації, макіавеллізму, субклінічного нарцисизму, субклінічної психопатії, та міжособистісного почуття провини. Це – екзогенні змінні нашої моделі. Ендогенними, або залежними змінними даної моделі виступили конструкти моральної самості, моральної цілісності, і соціальної бажаності. Крім цього, в моєму аналізі передбачений аналіз зв'язку між відтвореними ендогенними латентними ознаками.

Візуальне подання цих взаємозв'язків та регресійних шляхів можна побачити на Діаграмі 3.5.



Діаграма 3.5. Візуалізація шляхів регресійного рівняння побудованої моделі

Фінальна регресійна модель потребувала деяких правок відносно тієї структурної моделі, яка була описана в розділі 3.2., а також додання контрольних змінних віку, статі та релігійності. При побудові повної моделі з усіма індикаторами якість моделі була наступною: CFI = 0.88, TLI = 0.88, RMSEA = 0.045. Показники порівняльного індексу відповідності Бентлера та індексу Такера-Льюїса виявились незадовільними, що привело мене до поглибленого вивчення даної моделі.

Аналіз індексів модифікації показав, що для суттєвого покращення моделі (індекс покращення переважав за 100) треба було навантажити фактор міжособистісного почуття провини індикатором опитувальника емпатизації під номером 22. Якщо подивитись на зміст пункту 22 опитувальника емпатизації, стає зрозуміло, що він дійсно може навантажуватись декількома факторами одночасно, зокрема, почуттям провини: «Я схильний емоційно переживати проблеми друзів». Таким чином, через навантаження цього пункту на декілька факторів одразу, це створює додаткову похибку вимірювання, що, в свою чергу, погіршує відповідність моделі. Через зазначену обставину, мною було прийнято рішення виключити цей індикатор з моделі емпатизації.

Ще три пункти опитувальника емпатизації, №5 «Під час розмови я схильний зосереджуватись на власних думках, ніж на тому, що про мене може подумати співрозмовник», №11 «Я не завжди розумію, чому людина ображається на зауваження» та №12 «Зазвичай я не відчуваю себе збентеженим в соціальних ситуаціях» були видалені з моделі опитувальника через вкрай низькі навантаження фактора на них. Фактор пояснював лише 8% дисперсії пункту №11, 3% дисперсії пункту №12, і всього лише 0.1% дисперсії пункту №5.

Емпатизація часто визначається як здатність розуміти і відчувати емоції інших людей. Вказані питання можуть не стосуватися цього визначення емпатії такою мірою. Я вважаю, що вони більше відносяться до таких явищ, як схильність до інтроспекції та соціальної тривоги. Після видалення зазначених вище пунктів з моделі емпатизації (№5, №11, №12, №22) якість моделі суттєво покращилась: CFI = 0.90, TLI = 0.90, RMSEA = 0.043. Мною було прийнято рішення працювати з цією моделлю надалі. Також була інша можливість покращити якість моделі до – видаливши контрольну змінну віку з неї (через велику скошеність даних за цією змінною) – що довелося зробити через нестабільність моделі із включеним віком у неї. Я вважаю, що це пов'язано з першопочатковим, значно скошеним розподілом респондентів за віком. Нижче наведені регресійні коефіцієнти побудованої моделі в Таблиці 6.

Таблиця 6

**Таблиця регресійних коефіцієнтів моделей передбачення
соціальної бажаності та моральної ідентичності**

Змінна	<i>B</i>*	<i>SE</i>	<i>Z</i>-value	<i>p</i>-value	β**
ЗЗ: Моральна самість					
Почуття провини	0.093	0.039	2.587	0.010	0.090
Макіавеллізм	-0.032	0.035	-0.961	0.333	-0.071
Субклінічний нарцисизм	-0.379	0.080	-4.795	0.000	-0.425
Субклінічна психопатія	0.013	0.016	0.749	0.415	0.039
Емпатизація	0.724	0.073	9.666	0.000	0.380
Змінні контролю:					
Стать	-0.233	0.077	-3.071	0.002	-0.144
Релігійність	0.139	0.045	3.078	0.002	0.120
ЗЗ: Моральна цілісність					
Почуття провини	-0.137	0.034	-4.068	0.000	-0.152
Макіавеллізм	-0.080	0.029	-2.724	0.006	-0.203
Субклінічний нарцисизм	-0.456	0.078	-5.844	0.000	-0.591
Субклінічна психопатія	-0.034	0.014	-2.484	0.013	-0.117
Емпатизація	0.172	0.050	3.424	0.001	0.104
Змінні контролю:					

Змінна	<i>B*</i>	<i>SE</i>	<i>Z-value</i>	<i>p-value</i>	<i>β**</i>
Стать	-0.236	0.054	-4.398	0.000	-0.169
Релігійність	0.081	0.030	2.750	0.006	0.081
33: Соціальна бажаність					
Почуття провини	-0.001	0.010	-0.078	0.937	-0.003
Макіавеллізм	0.053	0.011	4.817	0.000	0.417
Субклінічний нарцисизм	0.007	0.019	0.383	0.702	0.029
Субклінічна психопатія	0.036	0.006	5.948	0.000	0.382
Емпатизація	-0.112	0.028	-5.736	0.000	-0.211
Змінні контролю:					
Стать	0.027	0.039	1.359	0.174	0.061
Релігійність	-0.008	0.014	-0.532	0.595	-0.024

**B = нестандартизований бета-коефіцієнт. SE: стандартна похибка B. **β = стандартизований бета-коефіцієнт.*

Кореляції факторів в моделі виглядали наступним чином: фактор соціальної бажаності не був статистично значущо пов'язаний ані з фактором моральної цілісності (стандартизований шлях коваріації = 0.008, значення $p = 0.929$), ані фактором моральної самості (стандартизований шлях коваріації = 0.158, значення $p = 0.093$). При цьому, спостережувався посередній зв'язок моральної цілісності з моральною самістю (стандартизованих шлях коваріації = 0.302, значення $p = 0.002$). Далі, слід описати регресійні моделі для кожного конструкту окремо.

Для змінної "Моральна самість" почуття провини показує позитивний значущий зв'язок (стандартизований $\beta = 0.090$, $p = 0.010$), що свідчить про те, що люди з вищим рівнем почуття провини мають вищу моральну самість. Макіавеллізм не має значущого зв'язку з моральною самістю (стандартизований $\beta = -0.032$, $p = 0.333$). Субклінічний нарцисизм показує значний негативний зв'язок (стандартизований $\beta = -0.425$, $p < 0.001$). Емпатизація виявилася значущою позитивною предиктором моральної самості (стандартизований $\beta = 0.380$, $p < 0.001$). Серед контрольних змінних, стать показує значущий негативний зв'язок (стандартизований $\beta = -0.144$, $p = 0.002$), тоді як

релігійність має значущий позитивний зв'язок з моральною самістю (стандартизований $\beta = 0.120$, $p = 0.002$).

Для змінної "Моральна цілісність" почуття провини показує значущий негативний зв'язок (стандартизований $\beta = -0.152$, $p < 0.001$), так само як і макіавеллізм (стандартизований $\beta = -0.203$, $p = 0.000$). Субклінічний нарцисизм також має значний і найбільший негативний зв'язок з моральною цілісністю (стандартизований $\beta = -0.591$, $p < 0.001$); також, моральну цілісність негативно передбачає субклінічна психопатія (стандартизований $\beta = -0.117$, $p = 0.013$). Емпатизація показує позитивний значущий зв'язок з моральною цілісністю (стандартизований $\beta = 0.104$, $p = 0.001$). Контрольні змінні показують, що стать має значний негативний зв'язок з моральною цілісністю (стандартизований $\beta = -0.169$, $p < 0.001$), тоді як релігійність має позитивний значущий зв'язок (стандартизований $\beta = 0.081$, $p = 0.006$).

Для змінної "Соціальна бажаність" макіавеллізм показує значущий позитивний зв'язок (стандартизований $\beta = 0.417$, $p = 0.000$), так само як і субклінічна психопатія (стандартизований $\beta = 0.382$, $p < 0.001$), тоді як емпатизація показує значний негативний зв'язок (стандартизований $\beta = -0.211$, $p < 0.001$).

З отриманих результатів випливають наступні висновки. Факт некорельованості факторів моральної ідентичності та соціальної бажаності говорить про те, що ці конструкти вимірюють різні явища, і не пов'язані з просоціальною орієнтацією людини. На це розрізнення додатково вказує факт того, що шкали темної тріади здебільшого негативно передбачали конструкт моральної самості та моральної цілісності, але при передбаченні конструкту соціальної бажаності шкала субклінічної психопатії позитивно передбачала його (на третину стандартного відхилення зміни Y при зміні X на одне стандартне відхилення). Таким чином, показники темної тріади особистості

негативно пов'язані з її моральною ідентичністю, але при цьому демонструють позитивний зв'язок з конструктом соціальної бажаності. Конструкт емпатизації, в свою чергу, показав позитивний зв'язок з конструктами моральної ідентичності, і негативний – із конструктом соціальної бажаності, що підтверджує виявлену різницю між двома досліджуваними латентними ознаками.

При цьому, аналіз статистичного впливу контрольних змінних показав, що конструкти моральної ідентичності виявляють себе більшою мірою серед жінок, і меншою – серед чоловіків. При цьому конструкт соціальної бажаності був більш виражений у чоловіків, аніж у жінок. Дана обставина підкреслює висновок про розрізнення конструктів моральної ідентичності та соціальної бажаності.

Висновки до розділу 3

В третьому розділі були описані дані, які були отримані за через інтернет-опитування, був проведений їх аналіз та інтерпретація. Було з'ясовано, що розподіл за демографічними показниками у вибірці є нерівномірним. Це викликано стратегією відбору досліджуваних методом сніжного кому. Загальна вибірка включила у себе 319 респондентів.

Також були перевірені психометричні властивості варіанти перекладів англomовних методик. Більшість з них, за винятком опитувальника систематизації, показали прийнятні показники внутрішньої узгодженості та факторних структур, і були допущені до подальшого аналізу. Незважаючи на те, що цим методикам потрібна подальша якісна адаптація, конструкти показали чудові психометричні властивості.

Був проведений експлораторний, конфірматорний факторний аналізи і побудована структурна регресійна модель з прийнятними показниками якості. Результати дослідження факторних структур та регресійних шляхів моделей моральної ідентичності та соціальної бажаності показали декілька речей:

1. Моральна ідентичність та соціальна бажаність, згідно з результатами експлораторного, конфірматорного факторного аналізів і регресійних рівнянь не є конструктами, які «накладаються» один на одного. Очевидно, ці конструкти вимірюють різні явища. Це підтверджує і дуже низька кореляція факторів в моделі – конструкт соціальної бажаності не пов'язаний з моральною цілісністю, і слабо пов'язаний з моральною самістю.
2. Розрізнення конструктів моральної ідентичності та соціальної бажаності, як і дослідження внутрішньої структури фактору соціальної бажаності допомогли краще з'ясувати особливості останнього. Зокрема, якщо моральна ідентичність негативно пов'язана з провинною та темною тріадою

особистості, то конструкт соціальної бажаності показав позитивний зв'язок з провинною і з субклінічною психопатією. Крім цього, він негативно передбачався виміром емпатизації, в той час як конструкт моральної ідентичності мав позитивний внесок емпатизації у його значення.

3. Фактор соціальної бажаності містить навантаження, зворотні від очікуваних. Там, де від людини очікується відповідь «Вірно» для отримання соціально-бажаної відповіді, люди виявляють тенденцію до негативних відповідей. Це означає, що цей фактор скоріше вимірює прямоту і критичність у відповідях, аніж безпосередньо намір виглядати кращим, ніж являється. При цьому, цій критичності властивий певний ступінь антисоціальності і знижений рівень емпатії серед респондентів.

ОБГОВОРЕННЯ

Серед дослідників триває дискусія про те, чим насправді являються шкали соціальної бажаності і що вони вимірюють. Я не мав на меті знайти остаточну відповідь на це питання у своєму дослідженні, але спрямував свої зусилля на дослідження того, чим соціальна бажаність не являється. Спостережувана відсутність зв'язку між факторами моральної ідентичності та фактором соціальної бажаності і їх зв'язки з темною тріадою, емпатизацією, свідчать про те, що фактор соціальної бажаності не пов'язаний із просоціальною орієнтацією. Результати, які були отримані в цьому дослідженні, більшою мірою підтримують версію інтерпретації шкал соціальної бажаності (принаймні тих, які вимірюють схильність до керування враженнями) з перспективи риси Чесність-Смирненість (de Vries, Zettler & Hilbig, 2014), з акцентом на чесності. Втім, я не вважаю, що виділений фактор накладається на визначення цієї риси. Справа в тому, що модель конструкту соціальної бажаності в даному дослідженні пояснювалась нижчим рівнем емпатизації і вищим рівнем субклінічної психопатії. Це конституює невелику антисоціальну тенденцію у «чесних» відповідях на питання шкали соціальної бажаності серед респондентів. Таким чином, дані відповіді можна вважати чесними, адже вони не прикрашають імідж людини. З іншого боку, ці результати нічого не говорять про «смирненість» у вимірі цієї латентної ознаки. Таким чином, ми скоріше маємо справу із «холодною чесністю», яка, тим не менш, позитивно передбачається виміром почуття провини (хоча і набагато слабше, ніж субклінічною психопатією). Через зазначені обставини я все ж таки схильний вважати, що моя робота надає більше засновків вважати вимір шкал соціальної бажаності виявом міри чесності респондента. Також я роблю висновок, що дана робота свідчить проти операціоналізації конструктів шкал соціальної бажаності у парадигмі їх «точності». Себто, мої висновки в результаті проведеного дослідження, відповідно до

позиції прихильників класичного визначення соціально бажаних відповідей як проявів поведінкового «стилю», також заперечують тезу про істинність позитивних відповідей респондентів на шкали соціальної бажаності. Натомість, ми можемо вважати, що негативні відповіді на питання шкал соціальної бажаності вимірюють щирість людини у відповідях – втім, ця «щирість» пов'язана із дещо вищим рівнем субклінічної психопатії і нижчим рівнем емпатизації. Тим не менш, конструкт «щирості», який я намагаюсь визначити на основі індикаторів шкали соціальної бажаності в цьому дослідженні, не є виміром антисоціальності – адже він, в свою чергу, має слабку *позитивну* кореляцію із моральною самістю і нульову кореляцію із моральною цілісністю.

Тим не менш, з такого висновку випливає ще більша проблема, пов'язана з первинним призначенням шкал соціальної бажаності. Гіпотетичний вимір шкал соціальної бажаності мав би ловити респондента на «брехливій» поведінці, внаслідок чого відбувалось відсіювання «невалідних» відповідей цього респондента. Мною ж, в свою чергу, було виділено фактор із зворотніми навантаженнями за цими пунктами, який, таким чином, почав вимірювати «чесність». Втім, ми ніколи не можемо знати, чим зумовлений такий характер відповідей на питання шкали. Наша вибірка була специфічна, представлена людьми з переважно вищою освітою. Чи можна в таких умовах вважати «чесність», «смиренність» соціально небажаними рисами? Навряд чи, враховуючи, що чесність людини є загальноприйнятою чеснотою.

Зважаючи на вищенаведене, слід зробити підсумок. Згідно з результатами дослідження:

1. Позитивні відповіді на питання шкал соціальної бажаності не виявляють «субстантивні» риси людини через зміст цих питань.

2. Негативні відповіді на шкали соціальної бажаності вимірюють «чесність», або «критичність» респондента. Тим не менш, це не означає, що дана критичність не є результатом впливу мотивації до соціально бажаної відповіді.
3. Вимір «чесності» або «критичності» майже не пов'язаний із просоціальною, з моральною ідентичністю. Скоріше, навпаки – йому властивий нижчий рівень емпатії і вищий індивідуалізм. Це лише підтримує висновок про те, що конструкт, який лежить за шкалою соціальної бажаності Марлоу-Кроуна, не є соціальною бажаністю як такою, бо він не відображає бажання людини здаватись кращою, ніж вона є, для інших.

Перспективи подальших досліджень. На мою думку, результати даного дослідження засновують новий виток у дискусії про сутність шкал і конструктів соціальної бажаності. Частково, результатами дослідження була підтверджена природа шкали соціальної бажаності як «шкали брехні». З іншого боку, гіпотези, які пов'язували цей вимір із просоціальною, потребою у схваленні (саме так Crowne & Marlowe (1964) описували конструкт, який мала б вимірювати їхня шкала) не отримали відповідного підтвердження, і були спростовані. Від ролі «брехливості» та «просоціальності» у вимірі «соціально бажаних відповідей» залежить сама операціоналізація даного конструкту.

Зазвичай, питання у визначенні шкал соціальної бажаності полягало у тому, чи людина навмисно хоче викривити враження про себе у іншої людини, чи вона це робить не усвідомлено, через внутрішню рису, яка з просоціальної мотивації приводить її до перебільшення своїх якостей. Але тепер, в дискусію про природу шкал соціальної бажаності додається нове: «Чим зумовлено викривлення свого соціального іміджу людиною, яка не виявляє просоціальної мотивації?»

ВИСНОВКИ

Основною метою роботи було розкриття особливостей конструкту соціальної бажаності, який широко використовується для вимірювання упередженості у відповідях. У ході дослідження були побудовані моделі конструктів соціальної бажаності та моральної ідентичності у зв'язку з нейропсихологічними конструктами міжособистісного пізнання та іншими соціально-демографічними показниками. Емпіричне дослідження, проведене за допомогою онлайн-опитування, залучило 319 респондентів, набраних через соціальні мережі Facebook та Telegram. Психометричні інструменти включали короткі версії шкал систематизації та емпатизації, коротку версію опитувальника темної тріади, шкали почуття міжособистісної провини, шкалу соціальної бажаності Марлоу-Кроуна та опитувальник моральної ідентичності Блек та Рейнолдс. Завдяки проведеним експлораторним та конфірмаційним факторним аналізам, а також моделюванню структурними рівняннями, було встановлено, що конструкт соціальної бажаності не пов'язаний з моральною ідентичністю, просоціальністю чи потребою у схваленні. Зокрема, було висунуто припущення, що латентний конструкт шкали соціальної бажаності Марлоу-Кроуна відображає «Чесність/критичність» респондентів, а не їхнє бажання справляти на інших нереалістично позитивне враження від себе.

Таким чином, результати цього дослідження вносять нові знання у розуміння соціальної бажаності та її взаємозв'язків з іншими психологічними конструктами. Вони також розкривають важливість розвитку актуальних психодіагностичних інструментів для більш точного вимірювання упередженості у відповідях. Ці знахідки відкривають перспективи для подальших досліджень, спрямованих на вивчення внутрішньої структури соціальної бажаності та її взаємозв'язків з іншими аспектами особистості та соціальної поведінки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Alavi, M., Visentin, D. C., Thapa, D. K., Hunt, G. E., Watson, R., & Cleary, M. (2020). Chi-square for model fit in confirmatory factor analysis. *Journal of advanced nursing, 76*(9), 2209-2211.
2. Bentler, P. M., & Bonett, D. G. (1980). Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological bulletin, 88*(3), 588.
3. Bergman, R. (2002). Why be moral? A conceptual model from developmental psychology. *Human development, 45*(2), 104-124.
4. Bernreuter, R. G. (1933). The theory and construction of the personality inventory. *The Journal of Social Psychology, 4*(4), 387-405.
5. Black, J. E., & Reynolds, W. M. (2016). Development, reliability, and validity of the Moral Identity Questionnaire. *Personality and Individual Differences, 97*, 120-129.
6. Blasi, A. (1980). Bridging moral cognition and moral action: A critical review of the literature. *Psychological bulletin, 88*(1), 1.
7. Blasi, A. (1983). Moral cognition and moral action: A theoretical perspective. *Developmental review, 3*(2), 178-210.
8. Block, J. (1965). The challenge of response sets: Unconfounding meaning, acquiescence, and social desirability in the MMPI.
9. Braun, H. I., Jackson, D. N., & Wiley, D. E. (2001). Socially desirable responding: The evolution of a construct. In *The role of constructs in psychological and educational measurement* (pp. 61-84). Routledge.
10. Byrne, D. (1961). The repression-sensitization scale: Rational, reliability, and validity. *Journal of personality, 29*(3).
11. Cattell, R. B., & Scheier, I. H. (1961). Second-order personality factor structure in the objective test realm. *Journal of consulting psychology, 25*(4), 345.

12. Christie, R., & Geis, F. L. (1970). Chapter I-why machiavelli. *Studies in machiavellianism*, 1-9.
13. Colby , A. and Damon , W. (1992) . *Some Do Care: contemporary lives of moral commitment* , New York : The Free Press .
14. Connelly, B. S., & Chang, L. (2016). A meta- analytic multitrait multirater separation of substance and style in social desirability scales. *Journal of Personality*, 84(3), 319-334.
15. Crowne, D. P. (1979). The experimental study of personality. (*No Title*).
16. Crowne, D. P., & Marlowe, D. (1960). A new scale of social desirability independent of psychopathology. *Journal of consulting psychology*, 24(4), 349.
17. Crowne, D. P., & Marlowe, D. (1964). The approval motive: Studies in evaluative dependence.
18. Damarin, F., & Messick, S. (1965). RESPONSE STYLES AS PERSONALITY VARIABLES: A THEORETICAL INTEGRATION OF MULTIVARIATE RESEARCH 1. *ETS Research Bulletin Series*, 1965(1), i-116.
19. de Vries, R. E., Zettler, I., & Hilbig, B. E. (2014). Rethinking trait conceptions of social desirability scales: Impression management as an expression of honesty-humility. *Assessment*, 21(3), 286-299.
20. Edwards, A. L. (1953). The relationship between the judged desirability of a trait and the probability that the trait will be endorsed. *Journal of applied Psychology*, 37(2), 90.
21. Edwards, A. L. (1957). The social desirability variable in personality assessment and research.
22. Eysenck, H. J. (1964). Principles and methods of personality description, classification and diagnosis. *British journal of psychology*, 55(3), 284.

23. Forsythe, R., Horowitz, J. L., Savin, N. E., & Sefton, M. (1994). Fairness in simple bargaining experiments. *Games and Economic behavior*, 6(3), 347-369.
24. Frimer, J. A., & Walker, L. J. (2009). Reconciling the self and morality: An empirical model of moral centrality development. *Developmental Psychology*, 45(6), 1669.
25. Gert, B., & Gert, J. (2002). The definition of morality.
26. Gough, H. G. (1957). *Manual for the California psychological inventory*.
27. Graham, J., & Haidt, J. (2010). Beyond beliefs: Religions bind individuals into moral communities. *Personality and social psychology review*, 14(1), 140-150.
28. Graham, J., Haidt, J., & Nosek, B. A. (2009). Liberals and conservatives rely on different sets of moral foundations. *Journal of personality and social psychology*, 96(5), 1029.
29. Haidt, J. (2008). Morality. *Perspectives on psychological science*, 3(1), 65-72.
30. Haidt, J., Koller, S. H., & Dias, M. G. (1993). Affect, culture, and morality, or is it wrong to eat your dog?. *Journal of personality and social psychology*, 65(4), 613.
31. Hardy, S. A., & Carlo, G. (2011). Moral identity: What is it, how does it develop, and is it linked to moral action?. *Child development perspectives*, 5(3), 212-218.
32. Hare, R. D. (1985). Comparison of procedures for the assessment of psychopathy. *Journal of Consulting and Clinical psychology*, 53(1), 7.
33. Hathaway, S. R., & McKinley, J. C. (1951). *Minnesota multiphasic personality inventory; manual, revised*.
34. Holden, R. R., & Fekken, G. C. (1989). Three common social desirability scales: Friends, acquaintances, or strangers?. *Journal of Research in Personality*, 23(2), 180-191.

35. Holden, R. R., & Passey, J. (2010). Socially desirable responding in personality assessment: Not necessarily faking and not necessarily substance. *Personality and Individual Differences, 49*(5), 446-450.
36. Hopfensitz, A., & Reuben, E. (2009). The importance of emotions for the effectiveness of social punishment. *The Economic Journal, 119*(540), 1534-1559.
37. Jiménez Gómez, F., Sánchez Crespo, G., & Tobón Arbeláez, C. (2009). A social desirability scale for the mmpi-2. Which of the two: Wiggins (wsd) or Edwards (esd)?.
38. Jonason, P. K., & Webster, G. D. (2010). The dirty dozen: a concise measure of the dark triad. *Psychological assessment, 22*(2), 420.
39. Ketelaar, T., & Tung Au, W. (2003). The effects of feelings of guilt on the behaviour of uncooperative individuals in repeated social bargaining games: An affect-as-information interpretation of the role of emotion in social interaction. *Cognition and emotion, 17*(3), 429-453.
40. Kohlberg, L. (1969). Stage and sequence: The cognitive developmental approach to socialization. In D. A. Goslin (Ed.), *Handbook of socialization theory and research* (pp. 347–480). Chicago: Rand McNally
41. Lanz, L., Thielmann, I., & Gerpott, F. H. (2022). Are social desirability scales desirable? A meta-analytic test of the validity of social desirability scales in the context of prosocial behavior. *Journal of Personality, 90*(2), 203-221.
42. Lee, K., Gizzarone, M., & Ashton, M. C. (2003). Personality and the likelihood to sexually harass. *Sex roles, 49*, 59-69.
43. Leith, K. P., & Baumeister, R. F. (1998). Empathy, shame, guilt, and narratives of interpersonal conflicts: Guilt-prone people are better at perspective taking. *Journal of personality, 66*(1), 1-37.

44. Li, A., & Bagger, J. (2006). Using the BIDR to distinguish the effects of impression management and self- deception on the criterion validity of personality measures: A meta- analysis. *International Journal of Selection and Assessment*, *14*(2), 131-141.
45. McCrae, R. R., & Costa, P. T. (1983). Social desirability scales: More substance than style. *Journal of consulting and clinical psychology*, *51*(6), 882.
46. McKinley, JC, Hathaway, SR, & Meehl, PE (1948). Міннесотський багатофазний опис особистості: VI. Шкала К. *Journal of Consulting Psychology* , *12* (1), 20.
47. Meehl, P. E., & Hathaway, S. R. (1946). The K factor as a suppressor variable in the Minnesota Multiphasic Personality Inventory. *Journal of applied psychology*, *30*(5), 525.
48. Messick, S. (1962). Response style and content measures from personality inventories. *Educational and Psychological Measurement*, *22*(1), 41-56.
49. Muris, P., Merckelbach, H., Otgaar, H., & Meijer, E. (2017). The malevolent side of human nature: A meta-analysis and critical review of the literature on the dark triad (narcissism, Machiavellianism, and psychopathy). *Perspectives on psychological science*, *12*(2), 183-204.
50. Paulhus, D. L. (1984). Two-component models of socially desirable responding. *Journal of personality and social psychology*, *46*(3), 598.
51. Paulhus, D. L. (1988). Balanced inventory of desirable responding (BIDR). *Acceptance and Commitment Therapy. Measures Package*, *41*, 79586-79587.
52. Paulhus, D. L. (1998). Interpersonal and intrapsychic adaptiveness of trait self- enhancement: A mixed blessing?. *Journal of personality and social psychology*, *74*(5), 1197.

53. Paulhus, D. L., & John, O. P. (1998). Egoistic and moralistic biases in self-perception: The interplay of self-deceptive styles with basic traits and motives. *Journal of personality*, 66(6), 1025-1060.
54. Paulhus, D. L., & Williams, K. M. (2002). The dark triad of personality: Narcissism, Machiavellianism, and psychopathy. *Journal of research in personality*, 36(6), 556-563.
55. Reynolds, W. M. (1982). Development of reliable and valid short forms of the Marlowe-Crowne Social Desirability Scale. *Journal of clinical psychology*, 38(1), 119-125.
56. Robie, C., Komar, S., & Brown, D. J. (2010). The effects of coaching and speeding on Big Five and impression management scale scores. *Human Performance*, 23(5), 446-467.
57. Sackeim, H. A., & Gur, R. C. (1978). Self-deception, self-confrontation, and consciousness. In *Consciousness and Self-Regulation: Advances in Research and Theory Volume 2* (pp. 139-197). Boston, MA: Springer US.
58. Sackeim, H. A., & Gur, R. C. (1979). Self-deception, other-deception, and self-reported psychopathology. *Journal of consulting and clinical psychology*, 47(1), 213.
59. Scaffidi Abbate, C., Misuraca, R., Roccella, M., Parisi, L., Vetri, L., & Miceli, S. (2022). The role of guilt and empathy on prosocial behavior. *Behavioral Sciences*, 12(3), 64.
60. Scheier, M. F., & Carver, C. S. (1985). Optimism, coping, and health: assessment and implications of generalized outcome expectancies. *Health psychology*, 4(3), 219.
61. Shweder, R. A., Mahapatra, M., & Miller, J. G. (1987). Culture and moral development. *The emergence of morality in young children*, 1-83.

62. Shweder, R. A., Much, N. C., Mahapatra, M., & Park, L. (1997). The “big three” of morality (autonomy, community, and divinity), and the “big three” explanations of suffering. In A. Brandt & P. Rozin, (Eds.), *Morality and health* (pp. 119–169. New York , NY : Routledge.
63. Sinnott-Armstrong, W. (2016). The disunity of morality. *Moral brains: The neuroscience of morality*, 331-354.
64. Smith, W. G. (2008). Does gender influence online survey participation? A record-linkage analysis of university faculty online survey response behavior. *Online submission*.
65. Snyder, M. (1974). Self-monitoring of expressive behavior. *Journal of personality and social psychology*, 30(4), 526.
66. Tangney, J. P., Boone, A. L., & Baumeister, R. F. (2018). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. In *Self-regulation and self-control* (pp. 173-212). Routledge.
67. Taylor, S. E., & Brown, J. D. (1988). Illusion and well-being: a social psychological perspective on mental health. *Psychological bulletin*, 103(2), 193.
68. Tourangeau, R., & Yan, T. (2007). Sensitive questions in surveys. *Psychological bulletin*, 133(5), 859.
69. Turiel, E. (1983). *The development of social knowledge: Morality and convention*. Cambridge University Press.
70. Vernon, P. E. (1934). The attitude of the subject in personality testing. *Journal of Applied Psychology*, 18(2), 165.
71. Wakabayashi, A., Baron-Cohen, S., Wheelwright, S., Goldenfeld, N., Delaney, J., Fine, D., ... & Weil, L. (2006). Development of short forms of the Empathy Quotient

- (EQ-Short) and the Systemizing Quotient (SQ-Short). *Personality and individual differences*, 41(5), 929-940.
72. Wiggins, J. S. (1959). Interrelationships among MMPI measures of dissimulation under standard and social desirability instruction. *Journal of Consulting Psychology*, 23(5), 419.
73. Wiggins, J. S. (1964). Convergences among stylistic response measures from objective personality tests. *Educational and Psychological Measurement*, 24(3), 551-562.
74. Wilmot, M. P., DeYoung, C. G., Stillwell, D., & Kosinski, M. (2016). Self-monitoring and the metatraits. *Journal of personality*, 84(3), 335-347.
75. Winters, K. C., & Neale, J. M. (1985). Mania and low self-esteem. *Journal of Abnormal Psychology*, 94(3), 282.
76. Мозолевська, С.Д. (2023). Зв'язок емпатизації та систематизації з моральними судженнями [Кваліфікаційна робота бакалавра, КНУ імені Тараса Шевченка].

ДОДАТКИ

Додаток А

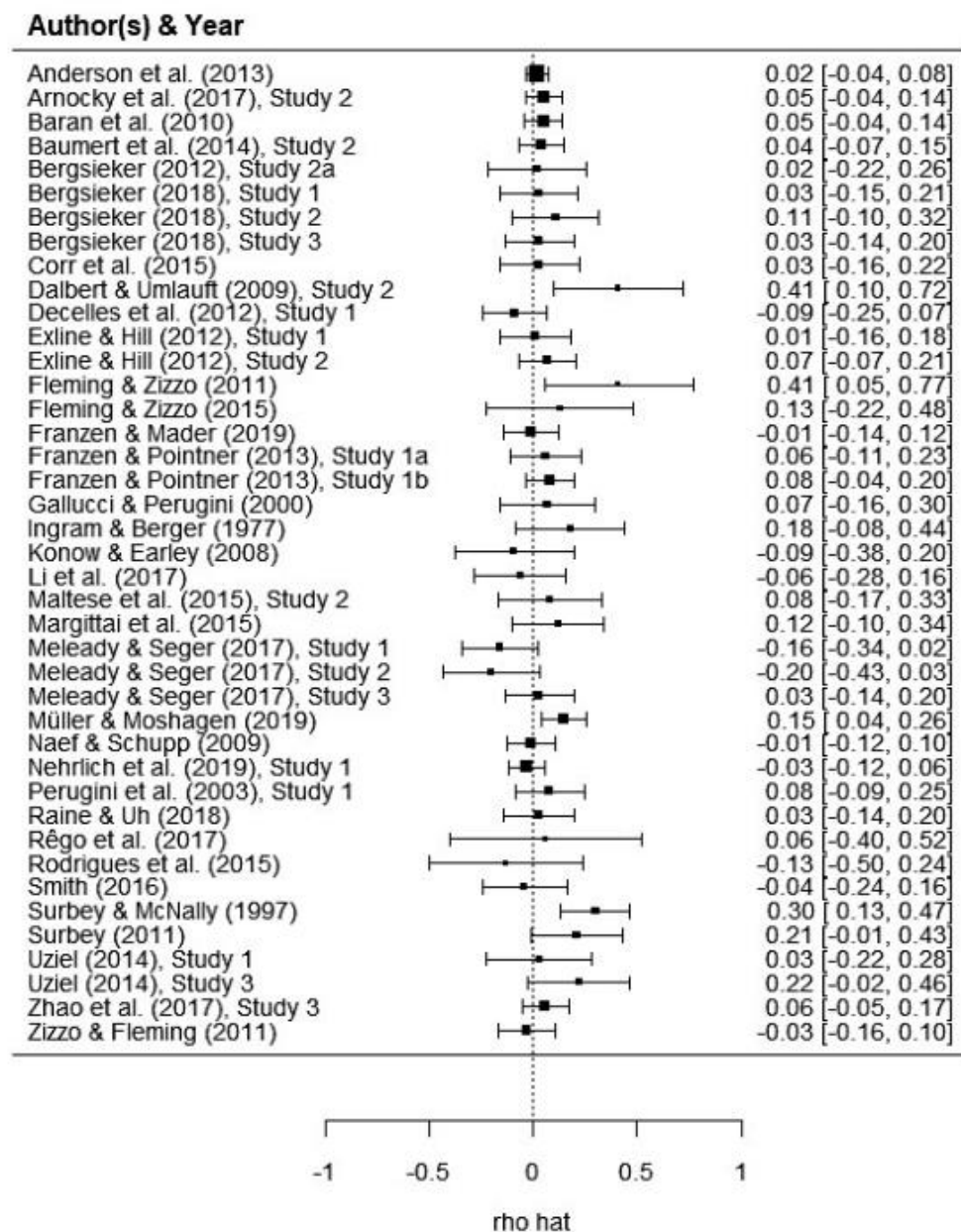
ПОКАЗНИКИ КОРЕЛЯЦІЙНИХ ЗВ'ЯЗКІВ МЕТААНАЛІЗУ
LANZ, THIELMANN & GERPOTT (2022)

Рисунок 1.1. Діаграма метааналізу зв'язку між соціальною бажаністю та просоціальною поведінкою, з метааналітичними кореляціями та їх 95% довірчим інтервалом (в дужках)

Додаток Б

Таблиця факторних навантажень експлораторного факторного аналізу

Variable	f1	f2	f3	unique.var	communalities
miq_1	0.364	-0.449		0.569	0.431
miq_2	0.621			0.555	0.445
miq_3	0.49	-0.256		0.615	0.385
miq_4	0.396			0.775	0.225
miq_5	0.706			0.446	0.554
miq_6	0.462			0.778	0.222
miq_7				0.95	0.05
miq_8	0.246			0.907	0.093
miq_9		0.353		0.811	0.189
miq_10		0.727		0.451	0.549
miq_11		0.629		0.608	0.392
miq_12		0.712		0.527	0.473
miq_13		0.607		0.599	0.401
miq_14		0.603		0.635	0.365
miq_15		0.532		0.656	0.344
miq_16		0.682		0.536	0.464
miq_17		0.555		0.635	0.365
miq_18		0.323	-0.295	0.758	0.242
miq_19		0.406		0.813	0.187
miq_20		0.501		0.732	0.268
marlowec_1			0.26	0.909	0.091
marlowec_2			0.366	0.833	0.167
marlowec_3			0.321	0.884	0.116
marlowec_4			0.24	0.902	0.098
marlowec_5			-0.24	0.923	0.077
marlowec_6			0.337	0.847	0.153
marlowec_7			-0.316	0.893	0.107
marlowec_8			0.341	0.819	0.181
marlowec_9			-0.271	0.892	0.108
marlowec_10		-0.213	-0.515	0.751	0.249
marlowec_11			0.554	0.676	0.324
marlowec_12			0.473	0.783	0.217
marlowec_13	-0.209		-0.494	0.732	0.268