



# МОРАЛЬНАЯ КОНФОРМНОСТЬ ПРИ РАЗНЫХ ФОРМАХ ВИРТУАЛЬНОГО ДАВЛЕНИЯ

**ФЁДОРОВ А.А.**

*Новосибирский государственный университет (ФГБОУ ВО НГУ),  
г. Новосибирск, Российская Федерация  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1272-7859>, e-mail: [fedleks@yandex.ru](mailto:fedleks@yandex.ru)*

**РАХМАНОВ А.Ш.**

*Новосибирский государственный университет (ФГБОУ ВО НГУ),  
г. Новосибирск, Российская Федерация  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-1861-5408>, e-mail: [rahmanov445@gmail.com](mailto:rahmanov445@gmail.com)*

В статье приводятся результаты исследования, направленного на изучение воздействия двух форм виртуального группового давления (обезличенного и персонифицированного) на проявление моральной конформности. Экспериментальный материал состоял из двух типов моральных сценариев, в которых участникам предлагалось оценить приемлемость определенного поведения. Обезличенное давление осуществлялось путем информирования участников, заполняющих онлайн-форму, о проценте людей, отвечающих определенным образом на предложенные моральные сценарии. В качестве персонифицированного варианта давления использовалась ситуация, симулирующая взаимодействие людей в системах мгновенного обмена сообщениями (мессенджерах). В исследовании приняли участие 112 человек, из них 20 составили выборку пилотного исследования, 92 — выборку основного эксперимента. Результаты указывают на то, что социальное давление в виртуальной среде приводит к появлению конформной реакции, при этом персонифицированное давление в режиме реального времени оказывает более сильное влияние, чем пассивное воздействие в виде обезличенных данных. Предложено объяснение полученных результатов в рамках биологической теории социального давления, которая рассматривает конформное поведение как стратегию оптимизации метаболических затрат. Проявление конформной реакции для обоих типов моральных сценариев и отсутствие различий в ее проявлении между полами указывают на возможную универсальность данной стратегии.

**Ключевые слова:** моральная конформность, виртуальное групповое давление, обезличенное давление, персонифицированное давление, социальное влияние, виртуальная среда.

---

**Финансирование.** Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-28-00771, <https://rscf.ru/project/23-28-00771/>.

**Для цитаты:** Фёдоров А.А., Рахманов А.Ш. Моральная конформность при разных формах виртуального давления // Экспериментальная психология. 2024. Том 17. № 1. С. 118—130. DOI: <https://doi.org/10.17759/exppsy.2024170108>



# MORAL CONFORMITY UNDER DIFFERENT FORMS OF VIRTUAL PRESSURE

**ALEXANDRA. FEDOROV**

*Novosibirsk State University, Novosibirsk, Russia*

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1272-7859>, e-mail: [fedleks@yandex.ru](mailto:fedleks@yandex.ru)

**ABDULAZIZ S. RAKHMANOV**

*Novosibirsk State University, Novosibirsk, Russia*

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-1861-5408>, e-mail: [raxmanov445@gmail.com](mailto:raxmanov445@gmail.com)

The article presents the results of a study aimed at investigating the influence of two forms of virtual group pressure (depersonalized and personalized) on the manifestation of moral conformity. The experimental material consisted of two types of moral scenarios, where participants were asked to assess the acceptability of certain behaviors. Depersonalized pressure was implemented by informing participants, filling out an online form, about the percentage of people responding in a certain way to the presented moral scenarios. As for the personalized form of pressure, a situation simulating interactions among individuals in instant messaging systems (messengers) was utilized. The study involved 112 participants, with 20 of them forming the pilot study sample and 92 – the main experimental sample. The results indicate that social pressure in the virtual environment leads to the emergence of a conforming response, with personalized pressure in real-time having a stronger influence than passive exposure to depersonalized data. The obtained results are explained within the framework of the biological theory of social pressure, which views conforming behavior as a strategy to optimize metabolic costs. The manifestation of a conforming response for both types of moral scenarios and the absence of gender differences in its expression suggest the potential universality of this strategy.

**Keywords:** moral conformity, virtual group pressure, depersonalized pressure, personalized pressure, social influence, virtual environment.

---

**Funding.** The reported study was funded by the Russian Science Foundation, project № 23-28-00771, <https://rscf.ru/project/23-28-00771/>.

**For citation:** Fedorov A.A., Rakhmanov A.S. Moral Conformity under Different Forms of Virtual Pressure. *Экспериментальная психология = Experimental Psychology (Russia)*, 2024. Vol. 17, no. 1, pp. 118–130. DOI: <https://doi.org/10.17759/exppsy.2024170108> (In Russ.).

## Введение

В современном обществе, в котором цифровые коммуникационные средства играют все более значимую роль, возникают новые условия для возникновения морального конформизма. Возможно, с этим связан один из основных парадоксов нашей эпохи: виртуальное пространство, предлагающее широкие возможности для свободного выражения мнений и индивидуальной автономии, одновременно становится местом, где наблюдается сильное групповое давление, часто осуществляемое в деперсонализованной форме. В этой обезличенной среде виртуального пространства, где человек может скрывать свою идентичность и взаимодействовать анонимно, возникает уникальная динамика социального влияния, которая способна повысить уровень конформности и подчинения групповым нормам. Это уже более 20 лет назад отмечали Спирс с коллегами, подчеркивая, что деперсонализующее воз-



действие опосредованной компьютером коммуникации (computer-mediated communication, СМС) может усилить такие эффекты, как групповая поляризация, стереотипизация и конформность [22]. Изучение данной формы коммуникации чрезвычайно важно, поскольку позволяет глубже понять природу социального влияния и его новые грани, возникающие в связи с прогрессом в технологиях [4].

Исследования, проведенные в последние годы, освещают различные аспекты моральной конформности, включая ее проявления в ситуации виртуального давления. Так, представленная в виртуальном пространстве информация о выборе других людей может оказывать влияние на вынесение моральных суждений, при этом рациональная аргументация оказывается более эффективной, чем апелляция к эмоциям [14]. Также был обнаружен эффект асимметричной моральной конформности, который проявляется в том, что испытуемые демонстрируют конформное поведение в случае деонтологического большинства, но не в случае консеквенциалистского [7]. В другом исследовании, проведенном онлайн, была показана связь моральной конформности с исходными моральными предпочтениями [18]. Хотя участники и с деонтологическими, и с утилитарными (консеквенциалистскими) предпочтениями проявляли конформность в моральных суждениях, у вторых её уровень был выше. Авторы рассматривают полученные ими результаты как свидетельство общей асимметрии моральной конформности в пользу деонтологических суждений. С другой стороны, существуют данные, которые говорят о том, что коллективные суждения, полученные в ходе группового взаимодействия, как личного, так и осуществляемого онлайн, становятся более утилитарными по сравнению с индивидуальными суждениями [15]. С точки зрения авторов, это может быть объяснено тем, что взаимодействие с другими людьми ослабляет силу негативных эмоций, связанных с нарушением моральных норм, что в итоге приводит к более утилитарным решениям. При обсуждении задачи морального выбора в условиях групповой онлайн-дискуссии также может возникать поляризация мнений, приводящая к разделению на подгруппы [2]. Интересно, что сами подгруппы в таком случае являются гомогенными (по фактору деления), поэтому, с нашей точки зрения, поляризацию можно рассмотреть как один из возможных исходов стремления к согласованности. Эта идея перекликается с одним из постулатов модели социального влияния Р. Аксельрода, согласно которому «локальная конвергенция может вести к глобальной поляризации» [3, с. 223].

В целом, представляется, что выводы о существовании универсальных паттернов моральной конформности в ситуации виртуального давления являются преждевременными. Её проявления могут зависеть от различных факторов, включая контекст воздействия, тип моральных стимулов, культурную среду, индивидуальные особенности людей и форму самого давления. Именно последний фактор и находится в фокусе данной статьи. В исследовательских целях представляется уместным выделить такой параметр виртуального давления, как обезличенность/персонифицированность. Обезличенное виртуальное давление не связано с конкретными личностями или агентами влияния, а относится к группе как абстрактному целому. Оно может создавать впечатление, будто определенное мнение или выбор поддерживается множеством людей, что способно оказать влияние на поведение отдельных индивидов. Часто оно представлено в виде обобщенной информации или статистических данных. Такое давление может осуществляться через публикацию информации о том, что большинство людей или определенная референтная группа думают или делают. Например, это может быть сообщение сведений о том, сколько людей поддерживает



определенное мнение или принимает определенное решение в ситуации моральной дилеммы. Именно такую форму имело давление в исследованиях Келли с соавторами [14] или Бостина и Роэтса [7]. Еще одним широко известным примером обезличенного давления можно назвать опросы общественного мнения, которые французский социолог П. Бурдьё метко описал как инструмент политического действия, самая важная функция которого «состоит во внушении иллюзии, что существует общественное мнение как императив, получаемый исключительно путем сложения индивидуальных мнений» [1, с. 163].

В свою очередь, персонифицированное давление предполагает, что воздействие осуществляется отдельными людьми, которые образуют группу давления, при этом участники этой группы идентифицируются как отдельные субъекты. Такой характер имело давление в недавнем исследовании, продемонстрировавшем эффект моральной конформности в ситуации онлайн-видеокommunikации [20]. Воздействие в нем оказывалось в ходе Zoom-конференции сообщниками экспериментатора, которые были незнакомы испытуемым. В качестве другого примера можно привести исследование Мартон-Алпер с соавторами [18], в котором давление было организовано посредством создания «виртуальных сообщников», у которых были заранее установлены имена, оценки моральных дилемм и аргументы, не зависящие от ответов реальных участников. Важно отметить, что персонифицированность виртуального давления не исключает его анонимности. Она прежде всего означает, что влияние осуществляется конкретными личностями, а не обобщенной группой. Агенты давления при этом могут быть анонимными (и даже вымышленными), и в таком случае люди могут воспринимать влияние как персонифицированное, но оставаться в неведении относительно реальных характеристик тех, кто его оказывает. Таким образом, виртуальное давление может быть персонифицированным и анонимным одновременно, что часто является важным аспектом интернет-коммуникации.

Целью данного исследования является изучение влияния разных форм виртуального группового давления (обезличенной и персонифицированной) на проявление моральной конформности. Моральную конформность мы определяем как изменение в моральном поведении, сонаправленное групповому давлению. Учитывая, что стимульным материалом в проведенном эксперименте являются моральные ситуации, в которых необходимо определить степень приемлемости определенного поведения, на операциональном уровне конформность выражается в изменении степени приемлемости в направлении оказываемого давления. Обезличенное давление, как и в ряде других исследований [7; 14], осуществлялось посредством информирования участника, заполняющего онлайн-форму, о проценте людей, отвечающих так или иначе на предложенные моральные сценарии. В качестве более персонифицированного варианта давления использовалась ситуация, симулирующая взаимодействие людей в системах мгновенного обмена сообщениями (мессенджерах). Подробно процедура описана в следующем разделе. Исследования, в которых бы изучалось влияние такой формы давления на принятие решений в ситуации моральных дилемм, нам неизвестны. Однако, например, в недавней работе было показано, что при общении в мессенджере WhatsApp подростки проявляют конформность в отношении норм киберагрессии [6].

Соглашаясь в целом со скептическим отношением к гипотетико-дедуктивному подходу [11], можно, тем не менее, обозначить определенные ожидания относительно результатов. Во-первых, мы ожидаем выявить эффект моральной конформности для обеих форм давления. Во-вторых, мы ожидаем, что уровень моральной конформности будет выше для более персонифицированной формы давления.



## Методика исследования

**Выборка.** В исследовании приняли участие 112 человек. 20 человек (10 женщин, 10 мужчин,  $M_{\text{возраст}} = 21$ ,  $SD_{\text{возраст}} = 1,67$ ) составили выборку пилотного исследования, в котором отбирались моральные сценарии для основного эксперимента. В основном исследовании участвовали 92 человека (46 мужчин, 46 женщин,  $M_{\text{возраст}} = 20,96$ ,  $SD_{\text{возраст}} = 2,16$ ). Контрольная группа состояла из 31 человека (14 мужчин, 17 женщин,  $M_{\text{возраст}} = 21,16$ ,  $SD_{\text{возраст}} = 2,02$ ). В первую экспериментальную группу с использованием *Discord* (персонафицированное давление) вошли 18 мужчин и 13 женщин ( $M_{\text{возраст}} = 21,19$ ,  $SD_{\text{возраст}} = 1,83$ ), во вторую экспериментальную группу с использованием *Google Forms* (обезличенное давление) — 14 мужчин и 16 женщин ( $M_{\text{возраст}} = 20,5$ ,  $SD_{\text{возраст}} = 2,57$ ).

**Процедура и материалы исследования.** Для увеличения разнообразия стимульного материала было принято решение использовать два типа моральных сценариев. Во-первых, использовались классические моральные дилеммы, в которых сталкиваются две традиции в нормативной этике: консеквенциализм, предполагающий, что моральная оценка действия зависит от его последствий, и деонтология, в рамках которой моральность действий определяется набором принципов и не зависит от последствий. Во всех классических дилеммах предлагалось оценить приемлемость консеквенциалистского исхода, соответственно низкие оценки приемлемости отражают деонтологически направленные ответы. Во-вторых, использовались моральные ситуации, разработанные на основе теории моральных оснований [12]. В них описывается совершенное поведение, связанное с одним из моральных оснований, и предлагается его оценка. На основе ответов участников пилотного исследования было отобрано 15 моральных сценариев с низкими оценками приемлемости (меньше двух по 5-балльной шкале Ликерта). Они составили стимульный материал, используемый в основном эксперименте. Коэффициент  $\alpha$ -Кронбаха, оцененный на контрольной группе основного исследования ( $N = 31$ ), составил 0,738, коэффициент  $w$ -Макдональда — 0,724, что указывает на хороший уровень внутренней согласованности итогового набора дилемм<sup>1</sup>.

Участники основного эксперимента были случайным образом отнесены к одному из трех условий. В контрольном условии каждому участнику в *Google Forms* индивидуально предъявлялись 15 моральных сценариев, в каждом из которых необходимо было оценить приемлемость описанного варианта поведения по 5-балльной шкале Ликерта (1 — полностью неприемлемо, 5 — полностью приемлемо).

Участники первой экспериментальной группы давали ответы на те же моральные сценарии в рамках группового чата в мессенджере *Discord* с экспериментатором и четырьмя другими участниками, роль которых в действительности исполнял экспериментатор. Таким образом, в каждой сессии был только один реальный испытуемый. Каждая сессия начиналась с «рандомизации» порядка отвечающих, в результате которой реальный участник всегда должен был отвечать последним. Порядок ответов контролировался открытием испытуемому доступа к каналу. В каждом канале был представлен один сценарий (таким образом, всего каналов было 15). Каждый сценарий оценивался по 5-балльной шкале Ликерта (1 — полностью неприемлемо, 5 — полностью приемлемо),

<sup>1</sup> Для проверки внутренней согласованности шкалы, которая содержит 15 элементов, требуется выборка размером минимум 18 человек для достижения мощности 90%, при условии, что в альтернативной гипотезе  $\alpha$ -Кронбаха установлен на уровне  $\geq 0,70$ , а уровень значимости  $\alpha = 0,05$ [8].



при этом сначала отвечали псевдоучастники, а затем реальный испытуемый, видевший ответы, которые давались до него. Псевдоучастники отвечали по заданному алгоритму: 10 (по 5 каждого типа) из 15 моральных сценариев оценивались на «4» или «5», оставшиеся 5 ситуаций были нейтральными («филлерами») и ответы на них давались случайным образом. Таким образом, осуществляемое давление было направлено на то, чтобы увеличить степень приемлемости предложенных моральных ситуаций по сравнению с контрольной группой.

Участники второй экспериментальной группы, как и участники в контрольном условии, оценивали моральные ситуации в *Google Forms*. Их порядок был тем же, однако после каждой ситуации была добавлена информация о том, как эти ситуации оценивали предыдущие респонденты. В 10 из 15 сценариев (ситуации с давлением) информация выглядела следующим образом: 10% респондентов ответили «1» или «2», 12% респондентов ответили «3», 78% респондентов ответили «4» или «5». Процент респондентов, ответивших «4» или «5», варьировался от 76% до 83%. Иными словами, давление осуществлялось в том же направлении, что и в первой экспериментальной группе (т.е. в направлении приемлемости). В моральных сценариях без давления информация подавалась следующим образом: 34% респондентов ответили «1» или «2», 33% респондентов ответили «3», 33% респондентов ответили «4» или «5» (проценты варьировались от 31% до 36%).

Последовательность предъявления моральных сценариев с давлением и ситуаций-филлеров представлена в табл. 1.

Таблица 1

**Последовательность предъявления сценариев с давлением и ситуаций-филлеров**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
-	-	+	+	-	+	+	+	+	-	-	+	+	+	+
		кл	сц		сц	кл	сц	кл			сц	кл	кл	сц

*Примечание:* «-» — нейтральная ситуация; «+» — ситуация с давлением; «кл» — классическая моральная дилемма, «сц» — сценарий на основе теории моральных оснований.

**Анализ данных.** Статистический анализ данных проводился в свободном пакете jamovi 2.3.28. Для сравнения групп основного исследования между собой были введены четыре новые переменные: «*Filler*» — среднее значение для пяти ситуаций, в которых давление не осуществлялось; «*Cl*» — среднее значение для пяти классических моральных дилемм с давлением; «*Sit*» — среднее значение для пяти ситуаций с давлением, сформулированных на основе теории моральных оснований; и «*Total*» — средняя оценка для всех десяти моральных сценариев, в которых оказывалось давление. Поскольку для трех из четырех переменных распределение не соответствовало нормальному ( $p_{s-w} < 0,05$ ), межгрупповое сравнение проводилось при помощи робастного дисперсионного анализа по методу усеченных средних (на уровне 0,2) с последующим апостериорным попарным сравнением [25].

**Результаты**

Результаты проведенного двухфакторного робастного дисперсионного анализа приведены в табл. 2. В качестве факторов выступили принадлежность участника к одной из групп (управляемая переменная) и его пол (субъектная переменная).



Таблица 2

## Результаты робастного дисперсионного анализа

Зависимая переменная	Факторы	$Q$	$p$	$\xi$
<i>Cl</i>	Группа	97,23	0,001	0,704
	Пол	1,95	0,173	0,208
	Группа × Пол	2,71	0,283	-
<i>Sit</i>	Группа	62,82	0,001	0,770
	Пол	0,00	0,970	0,126
	Группа × Пол	4,34	0,134	-
<i>Total</i>	Группа	86,96	0,001	0,753
	Пол	0,48	0,494	0,122
	Группа × Пол	2,70	0,280	-
<i>Filler</i>	Группа	1,50	0,487	0,218
	Пол	0,20	0,658	0,137
	Группа × Пол	2,05	0,378	-

Примечание: размеры эффекта посчитаны только для основных эффектов.

Как видно, значимые различия между тремя группами обнаружены для обоих типов моральных сценариев, как в отдельности, так и в совокупности. Это свидетельствует о том, что экспериментальное давление изменило оценки их приемлемости. Для всех переменных размер эффекта ( $\xi$ ) является большим ( $>0,5$ ) [25]. Как и ожидалось, для ситуаций-филлеров, в которых давление не осуществлялось, различия выявлены не были. Значимые различия по фактору пола не выявлены, взаимодействие факторов группы и пола также не обнаружено<sup>2</sup>.

Результаты апостериорных попарных сравнений для значимых различий приведены в табл. 3, средние значения и стандартные отклонения переменных для каждой группы представлены на рис. 1.

Таблица 3

## Результаты апостериорного попарного сравнения

Группы	Зависимая переменная					
	<i>Cl</i>		<i>Sit</i>		<i>Total</i>	
	$\Psi$	$p$	$\Psi$	$p$	$\Psi$	$p$
1–2	-2,61	<0,001	-2,51	<0,001	-2,49	<0,001
1–3	-1,42	0,002	-1,79	<0,001	-1,57	<0,001
2–3	1,19	0,004	0,72	0,025	0,92	0,002

Примечание: 1 – контрольная группа; 2 – первая экспериментальная группа (Discord); 3 – вторая экспериментальная группа (Google Forms).

<sup>1</sup> В целях обеспечения вычислительной воспроизводимости были произведены расчеты для фактора группы с использованием непараметрического критерия Краскела–Уоллиса, который, однако, не позволяет оценить взаимодействие факторов. В качестве размера эффекта использовался показатель эpsilon-квадрат ( $\epsilon^2$ ). Были получены схожие результаты. Выявлены значимые различия для сценариев с давлением: *Cl*:  $H(2) = 34,60$ ,  $p < 0,001$ ,  $\epsilon^2 = 0,380$ ; *Sit*:  $H(2) = 33,39$ ,  $p < 0,001$ ,  $\epsilon^2 = 0,367$ ; *Total*:  $H(2) = 39,24$ ,  $p < 0,001$ ,  $\epsilon^2 = 0,431$ . Для ситуаций-филлеров, в которых давление не осуществлялось, различия не обнаружены ( $H(2) = 1,71$ ,  $p = 0,425$ ,  $\epsilon^2 = 0,019$ ).

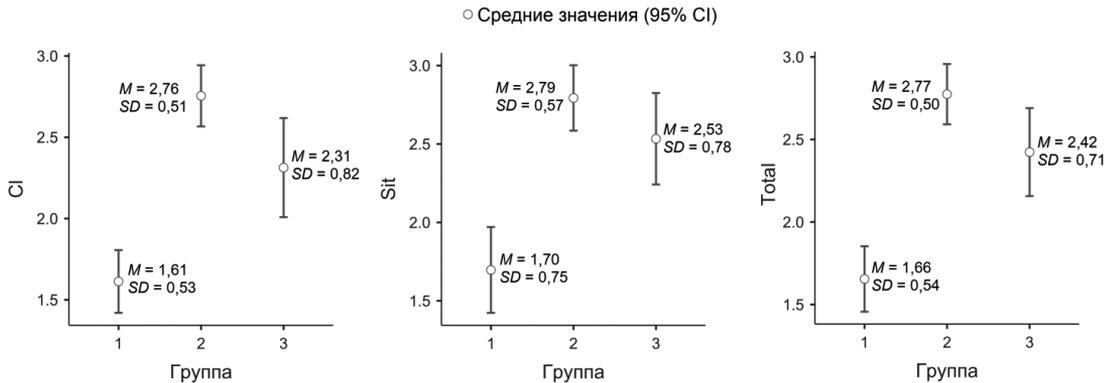


Рис. 1. Графики средних значений для переменных, обобщающих оценки приемлемости моральных сценариев с давлением

Таким образом, полученные результаты позволяют утверждать, что социальное давление в виртуальном пространстве приводит к возникновению конформной реакции, при этом персонафицированное давление в режиме реального времени оказывает более сильное влияние, чем пассивное воздействие в виде обезличенных данных.

### Обсуждение результатов

Наши результаты показывают, что разные формы социального давления в виртуальной среде оказывают влияние на моральные реакции участников. Важно отметить, что полученные данные согласуются и расширяют результаты предыдущих исследований, которые также подтверждают влияние социального давления на моральное поведение в виртуальной среде [14; 18]. В этом контексте один из ключевых вопросов заключается в том, почему информация о поведении большинства является таким действенным способом влияния на моральные реакции индивидов. Интересную перспективу для объяснения этого феномена предоставляет выдвинутая относительно недавно биологическая теория социального давления, опирающаяся на идею оптимизации метаболических затрат [23]. Согласно этой теории, мозг функционирует как предсказательная система, которая стремится оптимизировать свои метаболические затраты и создать эффективную модель взаимодействия с окружающей средой. В рамках этой теории «чувство долженствования» (*sense of should*) представляет собой физиологически обоснованную стратегию, которая позволяет снизить затраты на обработку информации, следуя ожиданиям других людей. Иными словами, эта теория предполагает, что индивиды выбирают конформное моральное поведение как стратегию оптимизации своих ресурсов в ситуациях моральной дилеммы. Сталкиваясь с неопределенностью и сложностью моральных решений, они предпочитают придерживаться поведения, соответствующего мнению большинства, чтобы сэкономить метаболические ресурсы. Возникновение конформной реакции для обоих типов моральных сценариев и отсутствие половых различий в ее проявлении потенциально может указывать на универсальность данного механизма.

В исследовании Шамэй-Тсури с соавторами [21] было выявлено, что конформность представляет собой отражение выравнивания высокого уровня, которое связано с другими формами социального выравнивания, такими как моторное и эмоциональное. Результаты экспериментальных групп согласуются с предыдущими исследованиями, показывающими,



что эмоциональное выравнивание поведения (например, в виде эмоционального заражения) происходит в цифровых условиях и без физического присутствия других людей, и при отсутствии типичных невербальных подсказок [9]. Таким образом, похоже, что конформность, как и другие формы выравнивания, является в значительной степени автоматическим поведением, настолько сильным, что не обязательно требует непосредственного присутствия других людей

Вероятно, одним из факторов, связанным с проявлениями моральной конформности в случае виртуального давления, является анонимность. Важно отметить, однако, что исследования влияния анонимности на различные аспекты групповой динамики, включая конформность, не дают однозначных результатов. Так, например, в недавнем метааналитическом обзоре показано, что между анонимностью и конформностью в онлайн-контексте существует слабая положительная связь (с взвешенным средним размером эффекта  $\bar{r} = 0,16$ ), что согласуется с моделью эффектов деиндивидуализации, основанной на социальной идентичности (SIDE) [13]. В другой работе, однако, получены данные, которые свидетельствуют о том, что онлайн-анонимность уменьшает влияние групповой идентичности [16]. Это противоречит предсказаниям SIDE и позволяет предположить, что в данном случае анонимность выступает фактором, снижающим конформное давление. Такая точка зрения поддерживается и рядом других авторов [10; 17; 24]. В любом случае, влияние анонимности на проявление моральной конформности в виртуальном пространстве должно стать предметом дальнейших исследований с учетом того, что анонимность в онлайн-среде принимает различные формы, а ее влияние на моральную конформность может зависеть от таких дополнительных переменных, как направление давления, тип моральных стимулов, ситуационный контекст и пр.

Важным выводом из полученных в данном исследовании результатов является то, что персонифицированное давление, по всей видимости, оказывает более сильное влияние на моральные реакции индивидов, чем пассивное воздействие в виде обезличенных данных. Это может объясняться тем, что персонифицированное давление представляет собой более конкретный и непосредственный стимул, который активизирует конформное моральное поведение. Кроме того, в отличие от обезличенных данных, которые могут быть восприняты как абстрактные и дистанцированные, персонифицированное давление в реальном времени может способствовать формированию ситуативной групповой идентичности и, как следствие, усилению конформности.

Наконец отметим, что результаты нашего исследования позволяют поставить под сомнение универсальность асимметрии моральной конформности в сторону деонтологии. Хотя в исследовании Бостина и Роэтса [7] не обнаружено значимое влияние консеквенциалистского большинства, в нашем исследовании показано, что давление в сторону консеквенциалистского решения для классических моральных дилемм приводит к значимому сдвигу в сторону приемлемости, как для обезличенного, так и для персонифицированного давления. Вероятно, возникновение асимметрии в ту или другую сторону или же вообще ее отсутствие является ситуативным феноменом, который зависит от конкретных особенностей организации давления, стимульного материала и других факторов.

### **Возможные ограничения исследования**

Следует отметить, что наше исследование не свободно от ограничений. В частности, несмотря на то, что в качестве стимульного материала мы использовали не только классические



моральные дилеммы, но и моральные ситуации, сформулированные в рамках теории моральных оснований, проведенный эксперимент ограничен этими двумя типами моральных сценариев. Можно было бы утверждать, что использование моральных сценариев второго типа позволяет повысить экологическую валидность исследования, поскольку они характеризуются большей реалистичностью, чем классические моральные дилеммы, часто критикуемые в этом отношении. Мы, однако, считаем, что инструментальная пригодность моральных стимулов не обязательно связана с их реалистичностью, поскольку далеко не всегда целью исследований является обобщение полученных результатов на «реальный мир» [19].

Также исследование ограничено двумя конкретными формами группового давления. Обезличенность/персонифицированность, однако, лишь один из параметров, на основе которого можно дифференцировать виртуальное давление. Активность/пассивность давления, уровень его интенсивности, тип обратной связи, частота предоставления информации и другие параметры могут вносить существенные изменения в проявления моральной конформности и, следовательно, необходимы дальнейшие исследования в этой области.

Еще одним ограничением является то, что использовалось давление только в сторону приемлемости определенного морального поведения. Возможны и иные направления социального давления, например, направленные на неодобрение или критику определенных моральных решений.

Наконец, за рамками данного исследования остается возможное влияние на паттерны моральной конформности различных индивидуальных и социокультурных факторов.

### **Заключение**

Несмотря на ограничения, которые неизбежны в любых исследованиях, полученные нами результаты предоставляют ценную информацию о влиянии социального давления на моральное поведение в виртуальной среде. На их основе можно сделать следующие выводы.

1. Различные формы социального давления в виртуальной среде оказывают влияние на моральные реакции участников и могут приводить к конформному моральному поведению.

2. Персонифицированное давление, осуществляемое в режиме реального времени, демонстрирует более сильное воздействие на моральное поведение, чем пассивное воздействие в виде обезличенных данных.

3. Даже пассивное предоставление информации о поведении большинства является эффективным способом влияния на моральные реакции индивидов. Это может быть объяснено в рамках биологической теории социального давления, которая предполагает, что мозг оптимизирует свои метаболические затраты, следуя ожиданиям других людей.

4. Отсутствие половых различий в проявлении конформной реакции может указывать на универсальность механизма, который регулирует моральное поведение под воздействием социального давления.

Наши результаты показывают, что даже в виртуальной среде, где анонимность и удаленность от других людей могут создавать иллюзию свободы от социального давления, чувство долженствования оказывается могущественным «цифровым голосом», способным склонять людей к определенным моральным решениям.

### **Литература**

1. Бурдье П. Общественное мнение не существует // Социология политики / Сост., общ. ред. и предисл. Н.А. Шматко. М.: Socio-Logos, 1993. С. 159–177.



2. Лебедев А.Н. Групповая поляризация мнений в условиях неопределенности морального выбора // Экспериментальная психология. 2022. Том 15. № 2. С. 159–171.
3. Axelrod R. The Dissemination of Culture: A Model with Local Convergence and Global Polarization // The Journal of Conflict Resolution. 1997. Vol. 41. № 2. P. 203–226.
4. Ayache J., Roos C.A., Koudenburg N., Binder J. Editorial for the special issue: Social Influence in Computer-mediated Communication // Acta Psychologica. 2023. Vol. 235. P. 103872.
5. Bleize D.N.M., Anschutz D.J., Tanis M., Buijzen M. The effects of group centrality and accountability on conformity to cyber aggressive norms: Two messaging app experiments // Computers in Human Behavior. 2021. Vol. 120. P. 106754.
6. Bostyn D.H., Roets A. An asymmetric moral conformity effect: subjects conform to deontological but not consequentialist majorities // Social Psychological and Personality Science. 2017. Vol. 8. № 3. P. 323–330.
7. Bujang M.A., Omar E.D., Baharum N.A. A Review on Sample Size Determination for Cronbach's Alpha Test: A Simple Guide for Researchers // The Malaysian Journal of Medical Sciences : MJMS. 2018. Vol. 25. № 6. P. 85–99.
8. Ferrara E., Yang Z. Measuring Emotional Contagion in Social Media // PLOS ONE. 2015. Vol. 10. № 11. P. e0142390.
9. Gavish B., Gerdes J.H. Anonymous mechanisms in group decision support systems communication // Decision Support Systems. 1998. Vol. 23. № 4. P. 297–328.
10. Glass D.J. A critique of the hypothesis, and a defense of the question, as a framework for experimentation // Clinical Chemistry. 2010. Vol. 56. № 7. P. 1080–1085.
11. Haidt J., Graham J. When morality opposes justice: conservatives have moral intuitions that liberals may not recognize // Social Justice Research. 2007. Vol. 20. № 1. P. 98–116.
12. Huang G., Li K. The effect of anonymity on conformity to group norms in online contexts: a meta-analysis // International Journal of Communication. 2016. Vol. 10. P. 398–415.
13. Kelly M., Ngo L., Chituc V., Huettel S., Sinnott-Armstrong W. Moral conformity in online interactions: rational justifications increase influence of peer opinions on moral judgments // Social Influence. 2017. Vol. 12. № 2–3. P. 57–68.
14. Keshmirian A., Deroy O., Bahrami B. Many heads are more utilitarian than one // Cognition. 2022. Vol. 220. P. 104965.
15. Kim K.K., Lee A.R., Lee U.-K. Impact of anonymity on roles of personal and group identities in online communities // Information & Management. 2019. Vol. 56. № 1. P. 109–121.
16. Lea M., Spears R., Groot D. de Knowing me, knowing you: anonymity effects on social identity processes within groups // Personality and Social Psychology Bulletin. 2001. Vol. 27. № 5. P. 526–537.
17. Marton-Alper I.Z., Sobeh A., Shamay-Tsoory S.G. The effects of individual moral inclinations on group moral conformity // Current Research in Behavioral Sciences. 2022. Vol. 3. P. 100078.
18. Mook D.G. In defense of external invalidity // American Psychologist. 1983. Vol. 38. № 4. P. 379–387.
19. Paruzel-Czachura M., Wojciechowska D., Bostyn D. Online Moral Conformity: how powerful is a Group of Strangers when influencing an Individual's Moral Judgments during a video meeting? // Current Psychology. 2023. DOI:10.1007/s12144-023-04765-0
20. Shamay-Tsoory S.G., Saporta N., Marton-Alper I.Z., Gvirts H.Z. Herding brains: a core neural mechanism for social alignment // Trends in Cognitive Sciences. 2019. Vol. 23. № 3. P. 174–186.
21. Spears R., Postmes T., Lea M., Wolbert A. When are net effects gross products? The power of influence and the influence of power in computer-mediated communication // Journal of Social Issues. 2002. Vol. 58. № 1. P. 91–107.
22. Theriault J.E., Young L., Barrett L.F. The sense of should: A biologically-based framework for modeling social pressure // Physics of Life Reviews. 2021. Vol. 36. P. 100–136.
23. Tsikerdekis M. The effects of perceived anonymity and anonymity states on conformity and groupthink in online communities: A Wikipedia study // Journal of the American Society for Information Science and Technology. 2013. Vol. 64. № 5. P. 1001–1015.
24. Wilcox R.R. Introduction to robust estimation and hypothesis testing. Philadelphia: Academic Press, 2021.



## References

1. Bourdieu P. Obshchestvennoe mnenie ne sushchestvuet [Public opinio does not exist]. In Shmatko N.A. (ed.) *Sotsiologiya politiki [Sociology of politics]*. Moscow: Socio-Logos, 1993. Pp. 159–177. (In Russ.).
2. Levedev A.N. Gruppovaya polarizatsiya mnenij v usloviyah neopredelennosti moral'nogo vybora [Group Opinion Polarization in Conditions of Moral Choice Uncertainty]. *Eksperimental'naya psikhologiya = Experimental Psychology (Russia)*, 2022. Vol. 15, no. 2, pp. 159–171. DOI:10.17759/exppsy.2022150212 (In Russ.).
3. Axelrod R. The Dissemination of Culture: A Model with Local Convergence and Global Polarization. *The Journal of Conflict Resolution*, 1997. Vol. 41, no. 2, pp. 203–226.
4. Ayache J., Roos C.A., Koudenburg N., & Binder J. Editorial for the special issue: Social Influence in Computer-mediated Communication. *Acta Psychologica*, 2023. Vol. 235, p. 103872. DOI:10.1016/j.actpsy.2023.103872
5. Bleize D.N.M., Anschütz D.J., Tanis M., Buijzen M. The effects of group centrality and accountability on conformity to cyber aggressive norms: Two messaging app experiments. *Computers in Human Behavior*, 2021. Vol. 120, p. 106754. DOI:10.1016/j.chb.2021.106754
6. Bostyn D.H., Roets A. An Asymmetric Moral Conformity Effect: Subjects Conform to Deontological But Not Consequentialist Majorities. *Social Psychological and Personality Science*, 2017. Vol. 8, no. 3, pp. 323–330. DOI:10.1177/1948550616671999
7. Bujang M.A., Omar E.D., Baharum N.A. A Review on Sample Size Determination for Cronbach's Alpha Test: A Simple Guide for Researchers. *The Malaysian Journal of Medical Sciences: MJMS*, 2018. Vol. 25, no. 6, pp. 85–99. DOI:10.21315/mjms2018.25.6.9
8. Ferrara E., Yang Z. Measuring Emotional Contagion in Social Media. *PLOS ONE*, 2015. Vol. 10, no. 11, p. e0142390. DOI:10.1371/journal.pone.0142390
9. Gavish B., Gerdes J.H. Anonymous mechanisms in group decision support systems communication. *Decision Support Systems*, 1998. Vol. 23, no. 4, pp. 297–328. DOI:10.1016/S0167-9236(98)00057-8
10. Glass D.J. A Critique of the Hypothesis, and a Defense of the Question, as a Framework for Experimentation. *Clinical Chemistry*, 2010. Vol. 56, no. 7, pp. 1080–1085. DOI:10.1373/clinchem.2010.144477
11. Haidt J., Graham J. When Morality Opposes Justice: Conservatives Have Moral Intuitions that Liberals may not Recognize. *Social Justice Research*, 2007. Vol. 20, no. 1, pp. 98–116. DOI:10.1007/s11211-007-0034-z
12. Huang G., Li K. The effect of anonymity on conformity to group norms in online contexts: A meta-analysis. *International Journal of Communication*, 2016. Vol. 10, pp. 398–415.
13. Kelly M., Ngo L., Chituc V., Huettel S., Sinnott-Armstrong W. Moral conformity in online interactions: Rational justifications increase influence of peer opinions on moral judgments. *Social Influence*, 2017. Vol. 12, no. 2–3, pp. 57–68. DOI:10.1080/15534510.2017.1323007
14. Keshmirian A., Deroy O., Bahrami B. Many heads are more utilitarian than one. *Cognition*, 2022. Vol. 220, p. 104965. DOI:10.1016/j.cognition.2021.104965
15. Kim K.K., Lee A.R., Lee U.-K. Impact of anonymity on roles of personal and group identities in online communities. *Information & Management*, 2019. Vol. 56, no. 1, pp. 109–121. DOI:10.1016/j.im.2018.07.005
16. Lea M., Spears R., de Groot D. Knowing Me, Knowing You: Anonymity Effects on Social Identity Processes within Groups. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2001. Vol. 27, no. 5, pp. 526–537. DOI:10.1177/0146167201275002
17. Marton-Alper I.Z., Sobeh A., Shamay-Tsoory S.G. The effects of individual moral inclinations on group moral conformity. *Current Research in Behavioral Sciences*, 2022. Vol. 3, p. 100078. DOI:10.1016/j.crbeha.2022.100078
18. Mook D.G. In defense of external invalidity. *American Psychologist*, 1983. Vol. 38, no. 4, pp. 379–387. DOI:10.1037/0003-066X.38.4.379
19. Paruzel-Czachura M., Wojciechowska D., Bostyn D. Online Moral Conformity: How powerful is a Group of Strangers when influencing an Individual's Moral Judgments during a video meeting? *Current Psychology*, 2023. DOI:10.1007/s12144-023-04765-0
20. Shamay-Tsoory S.G., Saporta N., Marton-Alper I.Z., Gvirts H.Z. Herding Brains: A Core Neural Mechanism for Social Alignment. *Trends in Cognitive Sciences*, 2019. Vol. 23, no. 3, pp. 174–186. DOI:10.1016/j.tics.2019.01.002



21. Spears R., Postmes T., Lea M., Wolbert A. When are net effects gross products? The power of influence and the influence of power in computer-mediated communication. *Journal of Social Issues*, 2002. Vol. 58, no. 1, pp. 91–107. DOI:10.1111/1540-4560.00250
22. Theriault J.E., Young L., Barrett L.F. The sense of should: A biologically-based framework for modeling social pressure. *Physics of Life Reviews*, 2021. Vol. 36, pp. 100–136. DOI:10.1016/j.plrev.2020.01.004
23. Tsikerdekis M. The effects of perceived anonymity and anonymity states on conformity and groupthink in online communities: A Wikipedia study. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 2013. Vol.64, no. 5, pp. 1001–1015. DOI:10.1002/asi.22795
24. Wilcox R.R. Introduction to Robust Estimation and Hypothesis Testing (5th edition). Academic Press, 2021.

### **Информация об авторах**

Фёдоров Александр Александрович, кандидат психологических наук, заведующий кафедрой клинической психологии, ведущий научный сотрудник лаборатории исследования морального поведения, доцент, Новосибирский государственный университет (ФГБОУ ВО НГУ), г. Новосибирск, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1272-7859>, e-mail: fedleks@yandex.ru

Рахманов Абдулазиз Шухрат угли, бакалавр психологии, Новосибирский государственный университет (ФГБОУ ВО НГУ), г. Новосибирск, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-1861-5408>, e-mail: raxmanov445@gmail.com

### **Information about the authors**

Alexandr A. Fedorov, PhD in Psychology, Head of the Section of Clinical Psychology, Leading Researcher of the Laboratory of Moral Behavior, Novosibirsk State University, Novosibirsk, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1272-7859>, e-mail: fedleks@yandex.ru

Abdulaziz S. Rakhmanov, Bachelor of Psychology, Novosibirsk State University, Novosibirsk, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-1861-5408>, e-mail: raxmanov445@gmail.com

Получена 28.07.2023

Принята в печать 01.03.2024

Received 28.07.2023

Accepted 01.03.2024