

ЭМПИРИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ EMPIRICAL RESEARCH

Ценностно-аффективная поляризация больших социальных групп в условиях информационной неопределенности

Лебедев А.Н.

ФГБУН «Институт психологии Российской академии наук»

(ФГБУН ИП РАН), г. Москва, Российская Федерация

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1030-9709>, e-mail: lebedev-lubimov@yandex.ru

Гордякова О.В.

НОЧУ ВО «Московский институт психоанализа»

(НОЧУ ВО МИП), г. Москва, Российская Федерация

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3694-0734>, e-mail: o_gordyakova@mail.ru

Цель. Рассмотреть феномен ценностно-аффективной поляризации больших социальных групп, проанализировать методологические основы исследования данного феномена в России и за рубежом, а также некоторые эмпирические результаты в проведенном авторами исследовании.

Контекст и актуальность. В связи с глобальными изменениями, происходящими в мире в условиях стремительного научно-технического прогресса, а также появления новых средств обмена информацией, во многих странах, в том числе и в России, возникли условия для проявления феномена ценностно-аффективной поляризации населения. Изучение данного феномена является крайне актуальной проблемой, поскольку позволяет не только описать психологические механизмы политического противостояния в обществе, но и разработать подходы для оценки его развития и снижения негативных последствий.

Дизайн исследования. Изучается отношение респондентов с различным типом ценностной поляризации к наиболее значимым политическим событиям в России на фоне стрессовых социальных событий, таких как проведение специальной военной операции и частичной военной мобилизации.

Участники. 548 человек с высшим образованием (60% – женщины, 40% – мужчины) в возрасте от 21 до 47 лет ($M = 34,8$; $SD = 8,6$).

Методы (инструменты). Разработанная на основе теста IAT (Implicit Association Test) методика, оценивающая имплицитные (скрытые или неосознаваемые) политические установки (ИПУ). Методика Big 5 и анкета для оценки актуальных событий в России и за рубежом и вероятности их наступления в будущем.

Результаты. Установлена связь между результатами ИПУ и прямыми ответами респондентов на вопросы анкеты. После объявления частичной военной мобилизации в обеих полярных подгруппах («лояльных» и «нелояльных») увеличилось количество людей, не доверяющих российским средствам массовой информации, которые освещают события, происходящие на территории Украины. При этом уровень патриотических настроений у населения в целом возрос. Показано, что по мере развития поляризации возникает тенденция к иррациональности суждений представителей противодействующих сторон. После объявления СВО мнения респондентов полярных групп по некоторым вопросам либо не изменились, либо стали более прочными и ярко выраженными.

СС ВУ-NC

Основные выводы. В настоящее время нет оснований полагать, что ценностная поляризация населения России имеет выраженную тенденцию к трансформации в поляризацию аффективную, но такая опасность существует. Обсуждаемая в статье проблема недостаточно изучена в отечественной социальной и политической психологии, однако разработка соответствующей методологии и теории, а также методов и методик позволит изучать данный феномен более глубоко и эффективно.

Ключевые слова: групповая поляризация; ценностно-аффективная поляризация; предвзятость подтверждения; высшие социальные эмоции; тест имплицитных установок.

Финансирование. Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда (РНФ) в рамках научного проекта № 23-18-00422, <https://rscf.ru/project/23-18-00422/>.

Для цитаты: Лебедев А.Н., Гордякова О.В. Ценностно-аффективная поляризация больших социальных групп в условиях информационной неопределенности // Социальная психология и общество. 2023. Том 14. № 4. С. 38–54. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2023140403>

Value-Affective Polarization of Large Social Groups in Conditions of Information Uncertainty

Alexander N. Lebedev

Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1030-9709>, **e-mail:** lebedev-lubimov@yandex.ru

Olga V. Gordyakova

Moscow Institute of Psychoanalysis, Moscow, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3694-0734>, **e-mail:** o_gordyakova@mail.ru

Objective. The goal is to consider the phenomenon of value-affective polarization of large social groups, to analyze the methodological foundations of the study of this phenomenon in Russia and abroad, as well as some empirical results in the study conducted by the authors.

Background. Due to the global changes taking place in the world in the context of rapid scientific and technological progress, as well as the emergence of new means of information exchange, conditions have arisen in many countries, including Russia, for the manifestation of the phenomenon of value-affective polarization of the population.

The study of this phenomenon is an extremely urgent problem, since it allows not only to describe the psychological mechanisms of political confrontation in society, but also to develop approaches to assess its development and reduce negative consequences.

Study design. The article examines the attitude of respondents with different types of value polarization to the most significant political events in Russia against the background of stressful social events, such as the conduct of a special military operation and partial military mobilization.

Participants. Russian sample: 548 people with higher education (60% women, 40% men), aged 21 to 47 years ($M = 34,8$; $SD = 8,6$).

Measurements. Developed on the basis of the IAT (Implicit Association Test) test, a methodology that evaluates implicit (hidden or unconscious) political attitudes (IPA). The Big 5 methodology and questionnaire for assessing current events in Russia and abroad and the likelihood of their occurrence in the future.

Results. A connection has been established between the results of the IPU and the direct answers of the respondents to the questionnaire questions. After the announcement of partial military mobilization

in both polar subgroups (“loyal” and “disloyal”), the number of people who do not trust the Russian media, which cover events taking place on the territory of Ukraine, increased. At the same time, the level of patriotic sentiment among the population as a whole has increased. It is shown that as polarization develops, there is a tendency to irrationality of judgments of representatives of opposing parties. After the announcement of the SMO, the opinions of the respondents of the polar groups on some issues either did not change, or became more solid and pronounced.

Conclusions. *Currently, there is no reason to believe that the value polarization of the Russian population has a pronounced tendency to transform into affective polarization, but such a danger exists. The problem discussed in the article has not been sufficiently studied in Russian social and political psychology, however, the development of an appropriate methodology and theory, as well as methods and techniques, will allow us to study this phenomenon more deeply and effectively.*

Keywords: *group polarization; value-affective polarization; confirmation bias; self-conscious emotion; implicit attitudes test.*

Funding. The reported study was funded by Russian Science Foundation (RSF) № 23-18-00422, <https://rscf.ru/project/23-18-00422/>.

For citation: Lebedev A.N., Gordyakova O.V. Value-Affective Polarization of Large Social Groups in Conditions of Information Uncertainty. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2023. Vol. 14, no. 4, pp. 38–54. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2023140403> (In Russ.).

Введение

Одной из наиболее актуальных проблем социальной и политической психологии в настоящее время является проблема ценностно-аффективной поляризации больших социальных групп. Это связано с появлением новых информационных технологий, интернета, а также с процессами глобализации [13; 17; 20; 24; 37].

В наиболее общем виде ценностно-аффективную поляризацию социальной группы или населения какой-либо страны можно определить как явление, которое возникает в процессе разделения взглядов, мнений, суждений, оценок или мировоззрения граждан на два противоположных ценностных полюса по наиболее важным для конкретной социальной общности вопросам [3]. Возникнув на уровне ценностей и развиваясь, поляризация может достичь крайней, аффективной стадии, которую политические психологи США часто обозначают термином «partisan animus» (партизанская

враждебность), означающим агрессивность поляризованных политических объединений [19]. Ценностно-аффективная поляризация — один из наиболее важных показателей стабильности или нестабильности общества. Она также является предиктором его психологического состояния в будущем.

Исследуя данный феномен, социальные психологи также уделяют большое внимание понятию неопределенности, которое за последние годы стало одним из наиболее употребляемых в научной литературе по психологии и смежным дисциплинам [2]. Отмечается, что неопределенность в медийном пространстве, с которой постоянно сталкивается современный человек, может возникать не только в результате отсутствия необходимой информации для формирования правильного представления о чем-либо или принятия эффективных решений, но и при получении человеком противоречивой или фейковой информации.

Понятие поляризации социальной группы, история и состояние исследований феномена

Исследования поляризации мнений в социальной психологии имеют достаточно длительную историю: с начала 70-х годов XX века до настоящего времени. Принято считать, что они начались с изучения феномена «сдвига к риску», который был впервые описан американским социальным психологом Дж. Стоунером, а затем получил новую интерпретацию в работах С. Московиси, его сотрудников и единомышленников [31]. Групповой поляризацией называют явление, когда в процессе дискуссии ее участники не могут выработать какое-то усредненное мнение и объединяются в противостоящие группы меньшего размера по принципу единомыслия, поэтому противостояние групп, не имеющих общей истории, называть поляризацией неправильно [3].

Первоначально данный феномен рассматривался как сугубо когнитивный и изучался в основном в лабораторных условиях на малых экспериментальных группах. Одновременно с термином «групповая поляризация» использовался термин «групповая экстремизация». Позже в социологии и политологии различия в этих терминах стали игнорировать, и понятие экстремизации в научной литературе теперь почти не встречается.

Следует различать поляризацию общества как объективное и субъективное явление. Изучая данный феномен, исследователи часто говорят о разных его проявлениях и используют для описания поляризации такие определения, как «экономическая», «социальная», «политическая», «идеологическая», «классовая» и др. [4; 33].

Поляризация по доходу (экономическая поляризация) — это увеличение

числа людей с низким и очень низким доходом и очень высоким доходом. Еще в 1980-е годы исследователи установили, что такая поляризация в крупных городах мира (Нью-Йорк, Лондон, Париж, Токио и др.) значительно усилилась. Причиной тому стало резкое увеличение максимального дохода топ-менеджеров при снижении доходов рядовых работников и увеличении числа людей, чей доход был ниже прожиточного минимума [33].

Как известно, в России рост экономической поляризации оказался чрезвычайно быстрым. За 20 лет с 1991 по 2011 г. различия между наиболее и наименее обеспеченными группами населения выросли более чем в три раза. Если в 1991 году доход богатых по сравнению с бедными был выше в 4,5 раза, то к 2011 году разница выросла до 14,7 раз и продолжает оставаться на этом уровне [9]. Любые виды поляризации чаще всего рассматриваются как потенциальные факторы дестабилизации группы или общества в целом, хотя есть авторы, которые полагают, что в определенных пределах она полезна, так как способствует развитию экономики [10].

Тем не менее экономическая поляризация общества и ценностно-аффективная поляризация прямой причинной связи не имеют. Например, Д.Н. Дракман, С. Клар, Ю. Крупников, М. Левендаски и Дж.В. Райан обнаружили, что аффективная поляризация проявляется даже на бытовом уровне, то есть и в тех сферах, которые напрямую не связаны с политикой (выбор места работы, посещение торговых центров и выбор товаров широкого потребления, заключение брака и др.) [17].

Как показывают исследования, проводимые во многих странах мира, ценностно-аффективная поляризация — это особый социально-психологический фе-

номен, который возникает лишь в демократических странах и во многом зависит от средств массовой информации (СМИ) и средств массовой коммуникации (СМК), прежде всего от государственного телевидения и относительно независимого интернета, а также от действующих в государстве законов. Они же могут и снизить уровень такой поляризации в обществе, если для ее предотвращения будут приняты специальные меры.

Как отмечают американские политологи М.Х. Грэм и М.В. Сволик, политическая поляризация постепенно разрушает демократию — чем сильнее поляризация партий, тем меньше избирателей волнуется, что кандидат нарушает демократические принципы [19].

В разных странах мира феномен поляризации проявляется по-разному. Так, например, в США чаще всего используется термин «аффективная поляризация», которая является частью поляризации политической и возникает вследствие особого влияния на жизнь общества двух основных политических партий. Суть аффективной поляризации заключается в возрастании враждебности и агрессии по отношению к политическим оппонентам, а также разделяемым ими идеям и ценностям [3]. В этом случае объективная (экономическая, социальная и др.) поляризация общества, определяемая различиями между богатыми и бедными, автоматически не влияет на позицию, которую занимают люди. Здесь, как было сказано выше, многое зависит от психологических установок, которые формируются под влиянием СМИ и СМК.

Сегодня аффективная поляризация в Европе, как считают М. Вагнер и Л. Руссо, проявляется в не менее значительной степени, чем в США. В частности, она значительна в Бельгии, Испании и Великобритании [38], а также в Германии [24].

Однако ценностная основа поляризации в разных странах может отличаться. Например, в Европе она обнаруживается в политических взглядах между «космополитическими городами» и «националистической деревней» [12; 21]. Также в ряде стран выявлена поляризация, связанная с межэтническими отношениями и национальными традициями [12; 13; 21].

По мнению Л. Бокселл, М. Генцков, Дж.М. Шапиро, сегодня психологические исследования в политической жизни общества крайне актуальны, так как аффективная поляризация связана с особенностями восприятия мира и других людей [13]. При этом поскольку внутри каждой поляризованной группы имеют место высокая положительная корреляция оценок респондентами наиболее важных событий, происходящих в мире, а также статистически значимые различия при сравнении поляризованных групп в целом, то валидные и надежные результаты могут быть получены на небольших выборках, например, при проведении исследований методом фокус-групповых дискуссий. Здесь важно, чтобы респонденты достоверно ориентировались к ценностно поляризованным подгруппам, что позволяют сделать специально разрабатываемые для этого процедуры и психологические тесты [3].

Как показывают исследования, в России психологическая поляризация общества обычно проявляется по отношению к власти и чаще всего — к первому лицу. Причем в разные исторические периоды она принимала либо скрытые формы, либо откровенно враждебные, вызывающие социальные потрясения. Однако и в России между экономической поляризацией и психологической также прямой связи не зафиксировано. Ценностно полярные позиции могут занимать люди разного возраста, пола, образования, про-

фессии, отношения к религиям, с разным уровнем объективного и субъективного материального благополучия. И как отмечал Г.В. Осипов, задача государства состоит в том, чтобы предотвратить возможное перерастание поляризации общества в тяжелые социальные конфликты [7].

Так или иначе специалисты всех направлений приходят к общему выводу о том, что поляризация может вызывать конфликты, поэтому динамику данного феномена необходимо контролировать в рамках деятельности организаций, отвечающих за социальную политику общества, прежде всего — за контроль над СМИ и СМК.

К теории ценностно-аффективной поляризации больших социальных групп

В настоящее время исследования поляризации больших социальных групп переходят на новый этап, а модели, основанные на многочисленных эмпирических исследованиях, приобретают статус достаточно стройной психологической теории, что проявляется в более глубоком понимании сути феномена и, в частности, в том, что аффективной поляризации всегда предшествует этап поляризации ценностей [3; 4]. Именно поэтому появляется возможность по анализу скорости развития ценностной поляризации и с учетом ряда других значимых факторов прогнозировать вероятность возникновения поляризации аффективной.

Ценности, являясь результатом субъективного опыта, становятся предметом поляризации мнений чаще всего. Наиболее часто она возникает между представителями различных политических партий, последователями религиозных учений и атеистами, людьми, ориентированными на традиционные ценности, а также исторический опыт, и теми, кто

придерживается новых, например, футуристических идей.

В свою очередь, Дж. Роговски утверждает, что в условиях поляризации избиратели часто ориентируются на интуицию и собственные установки и, переживая когнитивный диссонанс, выбирают ту группу, которая отстаивает идеи, в которые они сами верят. Стремясь избежать неопределенности, они отдают предпочтение более сильному лидеру [34].

В работах С. Московиси феномен групповой поляризации изучался одновременно с так называемым феноменом «меньшинства — большинства». То есть группа рассматривалась как состоящая из трех подгрупп: две подгруппы поляризованного «меньшинства» и инертное «большинство». По мнению С. Московиси, меньшинство всегда более активно и поэтому обладает большими возможностями для управления остальными членами группы. Именно оно является инициатором любых социальных изменений [30]. Меньшинство борется за приоритеты и власть в группе, но одерживает победу только в том случае, если действует слаженно, учитывает особенности мышления большинства и его потребности. В процессе групповой динамики представители большинства выбирают только ту подгруппу меньшинства, которая внушает им большее доверие, обеспечивает чувства защиты, безопасности и надежды на благополучное будущее.

При этом, по мнению С. Московиси, большинству часто бывает безразлично, соблюдает ли меньшинство моральные нормы, если оно поддерживает интересы большинства, так как сознание большинства людей основано не на научных, а на социальных и обыденных представлениях [1; 5; 6; 36]. При этом если люди находятся в состоянии неопределенности, то они, стараясь избежать аффекта не-

определенности, в значительной степени склонны к «ингрупповому фаворитизму», к проявлению этнических, патриотических, националистических и иных чувств [2].

Ценностно-аффективная поляризация формирует особый тип мировоззрения у каждой из противодействующих сторон и заставляет смотреть на мир тенденциозно, некритично и даже иррационально по отношению к любому событию, особенно касающемуся власти и моральных норм. То есть человек, примкнувший к одной из поляризованных подгрупп и публично заявивший об этом, от своей позиции отказывается крайне редко. Он, как говорил С. Московиси, лишь «убеждается в собственной правоте».

В результате аффективной поляризации, которая часто сопровождается взаимными оскорблениями и унижениями, мышление представителей противодействующих сторон становится иррациональным. Здесь оскорбленное достоинство способствует появлению когнитивных искажений, в результате которых представители конфликтующих сторон (то есть меньшинства) перестают правильно воспринимать то, что противоречит их убеждениям и суждениям. Иррациональность мышления приводит к возникновению многочисленных психологических эффектов, основанных на когнитивных искажениях, которые неизбежны в ситуации информационной неопределенности. Далее оппоненты вовлекают в этот процесс новых участников из относительно нейтрального большинства, что на практике усиливает процесс трансформации ценностной поляризации группы в поляризацию аффективную [3].

Многие авторы находят объяснение данному явлению в феномене предвзятости подтверждения (confirmation bias)

[8]. Однако изучение тенденции человека отдавать предпочтение информации, которая согласуется с его взглядами, и игнорировать ту, которая им противоречит, не позволяет понять, почему именно в условиях поляризации группы люди начинают мыслить иррационально. Здесь нужен специальный теоретический и эмпирический анализ. И в этом случае огромное внимание уделяется высшим социальным эмоциям (self-conscious emotions), при участии которых формируются психологические установки, во многом определяющие мировоззрение членов поляризованных групп и их поведение при возникновении политических конфликтов. К этим эмоциям относят прежде всего чувства стыда, гордости и собственного достоинства.

В отличие от аффективной поляризации ценностная проявляется не столько на уровне поведения людей, сколько на уровне их сознания. Однако, являясь участниками противостояния, например, политического, в условиях аффективной поляризации они вынуждены не только перейти на чью-то сторону, но и заявить об этом публично. Случаи изменения собственной первоначально заявленной позиции здесь встречаются достаточно редко, особенно если речь идет о публичных личностях, так как признание «собственных ошибок» всегда сопровождается критикой и оппонентов, и бывших единомышленников. Но в исключительных случаях это становится возможным, например, когда субъекты испытывают психологическое давление, угрозы, подвергаются шантажу или соблазняются предлагаемыми им выгодами [2; 3].

Аффективная поляризация не возникает из ничего — чаще всего она оказывается лишь следствием и крайне негативным результатом ценностной. То есть ценностная поляризация всегда пред-

шествует аффективной, но аффективная поляризация не является неизбежным результатом ценностной. Разумеется, это справедливо лишь в том случае, когда удастся заранее предсказать вероятные последствия негативного развития поляризации и предотвратить их политически грамотными действиями [18].

По мнению Т. Чайлд, Н. Масуд, М. Шабус, Ю. Чжоу, партийная принадлежность основана на социальной идентичности. Когда в условиях аффективной поляризации люди отождествляют себя с какой-либо партией, находящейся в оппозиции к другой, они тем самым делят мир на две ценностно противоположные группы. Это порождает ингрупповой фаворитизм и аутгрупповую враждебность («*partisan animus*»), что, в свою очередь, поддерживается дискуссиями политиков и ангажированными ими СМИ [14].

Как было сказано выше, поведение большинства людей в обществе с ярко выраженной ценностно-аффективной поляризацией направляется переживаемым ими аффектом неопределенности, который в значительной степени вызван противоречивой информацией, поступающей к ним через СМИ и СМК. В условиях неблагоприятной международной обстановки, которая сложилась в последние годы в мире, такая информация часто оказывается крайне противоречивой. В этом случае в условиях аффекта неопределенности возникают явления, которые не получают должного объяснения на основе традиционных представлений о рациональном поведении людей [2; 3].

В условиях специальной военной операции, которую проводит руководство Российской Федерации на территории Украины, экономических санкций, крайне негативного отношения граждан недружественных России стран к росси-

янам возникает ситуация информационно-психологического противостояния России и стран Запада. При этом вынужденное усиление мер противодействия экстремистским тенденциям и принятие законов, ограничивающих ряд свобод на высказывания в СМИ и СМК внутри страны, не только усиливают ценностно-аффективную поляризацию российского общества, но и переводят ее в латентную форму. Все это создает сложности для проведения эмпирических исследований с участием представителей групп поляризованного меньшинства.

Очевидно, что любые военные конфликты в мире непременно приводят к усилению информационно-психологического противостояния. В этом случае обе противодействующие стороны всегда используют методы пропаганды, направленные как на внешних противников, так и на собственное население. Наиболее часто из современных концепций пропаганды сегодня говорят о теории Э. Хермана и Н. Хомского (*propaganda model*) [15]. Как утверждают авторы теории, сегодня в мире любая информация, если она преподносится аудитории бесплатно, во многом оказывается тенденциозной, так как она оплачивается заинтересованными организациями или отдельными влиятельными лицами.

Однако, как показывают исследования, именно пропаганда помогает снизить аффект неопределенности и чувство социального страха у населения [2]. Тем самым общество сохраняет стабильность в политически не всегда благоприятных условиях.

Как известно, методы пропаганды в условиях информационных войн всегда используют обе противодействующие стороны. Односторонней пропаганды не бывает, поскольку тот, кто ее не использует, обязательно проигрывает

не только информационную войну, но терпит неудачи и на полях реальных. В этом случае противники стремятся максимально устранить поляризацию населения внутри своей страны и усилить ее средствами пропаганды в стране противника [23; 27; 28].

Методы исследования ценностно-аффективной поляризации

Для изучения феномена поляризации в мировой науке применяется большой арсенал методов: от массовых опросов с получением больших данных до аппаратуры электроэнцефалографирования и fMRT. В США аппаратурные методы используются очень активно. В таких исследованиях выявлены многочисленные закономерности поведения людей, относящихся к различным аффективно поляризованным политическим партиям и группам [16].

Например, установлено, что либералы и консерваторы различаются не только по когнитивным стилям, но имеют различия на уровне анатомии мозга, в частности, различается объем серого вещества в передней поясной коре и миндалине. Так, исследователи утверждают, что у либералов он выше в первом случае, а у консерваторов — во втором. На первый взгляд такие результаты кажутся абсурдными, однако исследователи утверждают, что люди, имеющие различные нейрофизиологические характеристики, определяющие их психологические особенности, выбирают и соответствующие этим особенностям политические партии [22; 25]. Также показано, что консерваторы сильнее реагируют на угрозы [32], а либералы — на ситуации когнитивного конфликта [11].

Как отмечалось выше, в силу целого ряда обстоятельств эмпирические исследования феномена ценностно-аф-

фективной поляризации затруднены. Люди очень часто не желают публично выражать свою точку зрения по наиболее важным вопросам политической жизни общества, опасаясь санкций и репрессивных мер со стороны силовых структур. Во многих случаях граждане сами не могут определиться в том, какую позицию они занимают или должны занять по отношению к политическим и иным вопросам.

Поскольку применение, например, аппаратурной техники для изучения поляризации в условиях групповой динамики — задача крайне сложная, многие исследователи возлагают надежды на методики, основанные на анализе имплицитных политических установок респондентов. Эти методы крайне необходимы для изучения не только механизмов возникновения поляризации в группах, но и, например, для проведения фокус-групповых дискуссий на темы, которые формируют ценностно-аффективную поляризацию, поскольку позволяют эффективно осуществлять подбор испытуемых.

Эмпирические исследования ценностно-аффективной поляризации и результаты

Исследования ценностно-аффективной поляризации российского общества проводятся нами в течение последних 15 лет. Первоначально изучалось, как она проявляется в отношении чувства патриотизма российских граждан. Изучалось также, как влияет поляризация на психологическое состояние российского общества. В 2023 году в период с января по декабрь в рамках проекта, поддержанного РФФИ, по теме: «Ценностно-аффективная поляризация населения России и проблема предотвращения психологической нестабильности российского общества» выполнялось исследование отношения респондентов с различным типом

ценностной поляризации взглядов к наиболее значимым политическим событиям в России, в частности, к специальной военной операции и частичной военной мобилизации граждан. Также изучалось, как респонденты оценивают возможное влияние этих и других событий на ситуацию в стране в будущем.

Для исследований феномена поляризации на основе теста IAT (Implicit Association Test) в рамках проекта была разработана методика, оценивающая имплицитные (скрытые или неосознаваемые) политические установки. Тесты IAT оценивают временные интервалы задержки ответа при необходимости установить ассоциативную связь между парами слов по принципу: атрибуты и категории [26]. Методика позволяет экспериментально изучать ценностно-аффективную поляризацию мнений в условиях массовых опросов без нарушения принципа анонимности, а также подбирать респондентов для фокус-групповых дискуссий. На этом этапе нами также оценивались связи результатов выполнения теста респондентами с ответами на

вопросы анкеты с прямыми вопросами и методики Big 5.

Сценарий теста имплицитных ассоциаций реализован с помощью сервиса psytoolkit [35]. В качестве стимулов испытуемым предлагались для классификации 4 категории стимулов: власть и оппозиция, хорошо и плохо (табл. 1).

Анализ корреляций между вопросами анкеты и D-оценкой предполагает применение поправки Бонферрони [29]. Скорректированное *p*-значение обнаружило значимую корреляционную связь с 2 вопросами анкеты:

1. Оцените, пожалуйста, насколько положительно или отрицательно (позитивно или негативно) вы относитесь к **власти**?
2. Оцените, пожалуйста, насколько положительно или отрицательно (позитивно или негативно) вы относитесь к **оппозиции**?

Ответы на данные вопросы представлены шкалой от 1 до 7, где 1 — максимально негативно, а 7 — максимально позитивно. Результаты анализа представлены в табл. 2.

Таблица 1

Стимульный материал теста имплицитных политических установок на базе Implicit Association Test (IAT)

Атрибуты и категории	Стимулы
Хорошо	Правда, Добро, Друг, Счастье, Надежда, Мир
Плохо	Ложь, Зло, Враг, Горе, Разочарование, Война
Власть	Дума, Президент, Правительство, Суд, Полиция, Стабильность
Оппозиция	Протест, Пикет, Противостояние, Критика, Несогласие, Сопровождение

Таблица 2

Корреляционная связь между вопросами анкеты и D-оценкой теста IAT

Вопрос анкеты	r	p_adjusted
Отношение к власти	0,53	0,0004
Отношение к оппозиции	-0,42	0,022

Таким образом, в проведенном исследовании наблюдается прямая взаимосвязь между декларируемым отношением к власти и величиной D-оценки, определяемой тестом, при которой величина D-оценки возрастает с возрастанием заявляемого положительного отношения к власти. Для отношения к оппозиции наблюдается обратная взаимосвязь, то есть при увеличении D-оценки происходит увеличение степени негативной оценки оппозиции.

В проведенном исследовании приняли участие 548 человек с высшим образованием (экономисты, юристы, психологи, инженеры, педагоги, врачи и др.), поступившие на первый курс магистратуры Московского института психоанализа, а также учащиеся Финансового университета при Правительстве Российской Федерации в возрасте от 21 до 47 лет (60% — женщины, 40% — мужчины). Уровень субъективного дохода респондентов: 4% — высокий; 26% — выше среднего; 55% — средний; 12% — ниже среднего; 3% — низкий. Для каждого этапа исследования группы проходили процедуру выравнивания по полу, возрасту, уровню доходов и др. таким образом, чтобы данные факторы в значительной степени не влияли на состав выборки, а различались лишь по критерию поляризации мировоззрения и предпочитаемым источникам информации (телевидение и социальные сети интернета).

Исследование проводилось в формате Google Forms, анонимно, без фиксации личных данных (телефонных номеров и др.). Далее респонденты отвечали на вопросы анкеты, в которой оценивали возможные события в России и вероятность их наступления в будущем. За основу были взяты вопросы, которые предлагались респондентам в наших исследованиях еще до февраля 2022 года. И к ним были добавлены вопросы, связанные со

специальной военной операцией (СВО) и частичной военной мобилизацией (ЧВМ).

В исследовании ставилась задача с помощью разработанных методик разделить группы респондентов на три подгруппы, затем на качественном уровне с учетом количественных данных описать некоторые характеристики представителей поляризованных подгрупп, а также их отношение к наиболее актуальным в настоящее время вопросам внешней и внутренней политики страны.

В исследовании рассматривались три подгруппы респондентов с условными названиями: «лояльные», «нелояльные», «нейтральные». Первые с одобрением относятся к внешней и внутренней политике России по большинству принимаемых властью решений, вторые, наоборот, одобряют лишь ограниченное количество решений и с недоверием относятся к власти. Лица, готовые к активным выступлениям или действиям против властных структур, в исследовании участия не принимали.

В соответствии с теорией ценностно-аффективной поляризации первые два типа следует отнести к поляризованному «меньшинству», третий — к относительно нейтральному «большинству» группы. Однако для получения более четкой картины распределения мнений мы исключали респондентов, ответы которых были неопределенными, рассматривая результаты только представителей подгрупп поляризованного «меньшинства». Подчеркнем, что в соответствии с теорией понятия «меньшинства» и «большинства» отражают не количественный состав группы, а являются динамическими характеристиками поляризации системы взглядов.

Помимо методики IAT респондентов просили заполнить опросник, который строился по принципу предлагаемых на выбор вариантов ответа, в частности:

«Мне все равно, что происходит сегодня на территории Украины», «Мне не все равно, что происходит сегодня на территории Украины», «Затрудняюсь ответить», а также: «Я доверяю российским средствам массовой информации, которые освещают события, происходящие на территории Украины», «Я не доверяю российским средствам массовой информации, которые освещают события, происходящие на территории Украины», «Затрудняюсь ответить»; «Я думаю, что рано или поздно Украина присоединится к России», «Я не думаю, что рано или поздно Украина присоединится к России», «Затрудняюсь ответить» и другие.

Анализ результатов

В ответах респондентов полярных подгрупп по большинству задаваемых вопросов были обнаружены статистически значимые различия. Было показано, что до начала СВО и после респонденты группы «нелояльных» значительно более негативно относятся к возможному повышению в Российской Федерации пенсионного возраста; принятию закона о праве действующего Президента Российской Федерации переизбираться на любой срок, включая его пожизненное правление; преподаванию в начальной школе «Закона Божьего», а также уроков военно-патриотического воспитания; введению смертной казни; ответственности за нетрадиционные сексуальные отношения; принятию закона, позволяющего правоохранительным органам получать и использовать любую информацию о любом человеке в суде; запрету хождения иностранной валюты в стране. При этом респонденты группы «нелояльных» значимо лучше относятся к идеям «оранжевой революции» в России; передаче Россией Крыма Украине и принятию закона, запрещающего депута-

там Государственной Думы владеть собственностью в других странах.

Если до объявления СВО в полярных группах респондентов была обнаружена статистически значимая разница в оценках принятия закона, ограничивающего владение собственностью депутатами Государственной Думы за пределами страны ($U = 1143$; $p < 0,001$), то после объявления СВО различий по этому вопросу обнаружено не было — большинство респондентов обеих подгрупп поддерживают эту идею (75% среди «нелояльных» и 68% среди «лояльных»). Не было обнаружено различий в оценке возможного снижения пенсионного возраста. Респонденты в обеих группах относятся одинаково позитивно к данному теоретически возможному событию.

Также результаты статистического анализа показали, что после объявления СВО по некоторым вопросам мнения респондентов полярных групп либо не изменились, либо стали более прочными и ярко выраженными. Так, до начала СВО 22% «нелояльных» респондентов поддерживали идею «оранжевой революции в России», а после объявления СВО эту идею поддержали уже 51% ($U = 1048$; $p < 0,02$). Среди «лояльных» респондентов до начала СВО эту идею не поддерживали 60%, а после уже 72% негативно относятся к этой идее ($U = 2163$; $p < 0,02$).

Если до начала СВО 78% «нелояльных» респондентов негативно отнеслись к идее «введения в школьную программу уроков военно-патриотического воспитания», то после СВО — уже 97% ($U = 994$; $p < 0,001$). Среди «лояльных» респондентов до объявления СВО 46% отнеслись к этой идее позитивно и после СВО — 64% ($U = 2031$; $p < 0,006$). До начала СВО 30% «нелояльных» респондентов поддерживали идею «передачи Россией Крыма Украине» и 50% — после объявления СВО ($U = 1013$; $p < 0,008$). Среди

«лояльных» до начала СВО к этой идее негативно отнеслись 59% респондентов и 83% — после ($U = 1716$; $p < 0,0001$).

Анализ результатов показал, что отношение к событиям, происходящим на территории Украины, также статистически значимо различается в полярных группах «лояльных» и «нелояльных» (U -критерий Манна-Уитни на уровне $p < 0,001$). Так, 87% респондентов из группы «нелояльных» заявили о недоверии «российским средствам массовой информации, которые освещают события, происходящие на территории Украины». В группе «лояльных» только 29% не доверяют российским СМИ и 31% — доверяют.

В группе «нелояльных» 94% респондентов считают, что «последствия ввода российских войск на территорию Украины в будущем будут крайне негативными для России». В группе «лояльных» так считают только 29% респондентов. Кроме того, 68% «нелояльных» респондентов высказали сомнения в том, что «рано или поздно Украина присоединится к России», и только 10% уверены в том, что это произойдет. В группе «лояльных» это соотношение 41% к 29%.

После объявления частичной военной мобилизации в обеих полярных подгруппах увеличилось количество людей, не доверяющих российским средствам массовой информации, которые освещают события, происходящие на территории Украины (с 87% до 96% в группе «нелояльных» и с 29% до 34% в группе «лояльных»). В обеих полярных группах увеличилось количество респондентов, считающих, что последствия ввода российских войск на территорию Украины в будущем будут крайне негативными для России. Особенно сильно эти изменения произошли в группе «лояльных» — с 29% до 44%. Также в обеих группах после данного события увеличилось количество респондентов,

которые не считают, что рано или поздно Украина присоединится к России. В группе «нелояльных» — с 68% до 85%, в группе «лояльных» — с 41% до 44%.

Заключение

Изучение феномена ценностно-аффективной поляризации как в других странах, так и в нашей стране становится все более актуальным в связи с ситуацией глобального идеологического и политического противостояния в современном турбулентном мире, которое может привести к крайне нежелательным последствиям для всего человечества. Как отмечают М. Вагнер и Л. Руссо, изучение всего, что связано с аффективной поляризацией, является сегодня одной из наиболее важных задач науки. Они подчеркивают, что мы еще мало знаем как о ее причинах, так и о механизмах и последствиях. Авторы полагают, что одна из причин того, что данная проблема разработана недостаточно, состоит в том, что исследователи, изучающие ее, не имеют возможности оперативно обмениваться информацией. Они призывают ученых, прежде всего представителей социальных наук, к участию в международных проектах [37]. Следует отметить, что данная проблема, несмотря на ее очевидную актуальность для нашей страны, к сожалению, пока еще не привлекает должного внимания отечественных ученых и прежде всего социальных психологов. Однако есть надежда, что разработка соответствующей методологии и теории, а также методов и методик для проведения эмпирических исследований позволит не только глубоко изучить данное явление, но и наметить пути управления процессом поляризации на практике, так как ценностная поляризация общества может принимать как аффективные, так и латентные формы, создавая нежелательные условия для его дестабилизации.

Литература

1. Емельянова Т.П. Социальные представления: теория, история и эмпирические исследования. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2016. 476 с.
2. Лебедев А.Н. Аффект неопределенности и ценностно-аффективная поляризация больших социальных групп // Ученые записки Института психологии РАН. 2023. Т. 3. № 1(7). С. 3–17.
3. Лебедев А.Н. К теории ценностно-аффективной поляризации социальных групп // Ученые записки Института психологии РАН. 2022. Т. 2. № 1. С. 2–19.
4. Лебедев А.Н., Гордякова О.В. Феномен групповой поляризации в политологии и политической психологии США и Европы // Социальная и экономическая психология. 2021. Т. 6. № 4(24). С. 123–150.
5. Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс. М.: Академический проект, 2011. 396 с.
6. Московичи С. Машина, творящая богов. М.: Захаров, 1998. 560 с.
7. Осипов Г.В. Социология и государственность: Достижения, проблемы, решения. М.: Вече, 2005. 570 с.
8. Плаус С. Психология оценки и принятия решений / Перевод с англ. М.: Информационно-издательский дом «Филинь», 1998. 368 с.
9. Подшибякина Н. Социально-трудовые отношения в условиях переходной экономики // Общество и экономика. 2006. № 4. С. 71.
10. Сапронов А.В., Крицкая О.А. Особенности социальной поляризации российского общества // Вестник Нижегородского Университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки, 2013. С. 82–86.
11. Amodio D.M., Jost J.T., Master S.L., Yee C.M. Neurocognitive correlates of liberalism and conservatism // Nature Neuroscience. Vol. 10. P. 1246–1247. 2007. DOI:10.1038/nn1979
12. Bishop B., Cushing R. The big sort: Migration, community, and politics in the United States of 'those people' / R.A. Teixeira (Ed.). // Red, blue and purple America: The future of election demographics. Washington: Brookings Institution, 2008. P. 50–75.
13. Boxell L., Gentzkow M., Shapiro J.M. Cross-Country Trends in Affective Polarization // NBER Working Paper. January 2020. № w26669. URL: <https://ssrn.com/abstract=3522318>
14. Child T., Massoud N., Schabus M., Zhou Y. Surprise Election for Trump Connections // Journal of Financial Economics. 2021. Vol. 140. Iss. 2. P. 676–697. DOI:10.1016/j.jfineco.2020.12.004
15. Chomsky N., Herman E.S. Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. NY.: Knopf Publishing Group, 2003. 582 p.
16. Converse P.E. The nature of belief systems in mass publics (1964) // Critical Review. 2006. Vol. 8. Issue 1–3. P. 1–74. DOI:10.1080/08913810608443650
17. Druckman J.N., Klar S., Krupnikov Y., Levendusky M., Ryan J.B. Affective polarization, local contexts and public opinion in America // Nature Human Behaviour. 2021. Vol. 5. P. 28–38.
18. Goren P. Party Identification and Core Political Values // American Journal of Political Science. 2005. Vol. 49(4). P. 882–897.
19. Graham M.H., Svobik M.W. Democracy in America? Partisanship, Polarization, and the Robustness of Support for Democracy in the United States // American Political Science Review. 2020. Vol. 114. Issue 2. P. 392–409. DOI:10.1017/S0003055420000052
20. Iyengar S., Lelkes Y., Levendusky M., Malhotra N., Westwood S. The Origins and Consequences of Affective Polarization in the United States // Annual Review of Political Science. 2019. Vol. 22(1). P. 129–146.
21. Johnston R., Manley D., Jones K. Spatial Polarization of Presidential Voting in the United States, 1992-2012: The “Big Sort” Revisited / Annals of the American Association of Geographers. 2016. Vol. 106. Issue 5. P. 1047–1062. DOI:10.1080/24694452.2016.1191991

22. Jost J.T., Glaser J., Kruglanski A.W., Sulloway F.J. Political conservatism as motivated social cognition // *Psychological Bulletin*. 2003. Vol. 129(3). P. 339–375. DOI:10.1037/0033-2909.129.3.339
23. Jowett G.S., O'Donnell V. *Propaganda & Persuasion*. London: Sage Publications, 2012. 425 p.
24. Jungkunz S. Political Polarization During the COVID-19 Pandemic // *Frontiers in Political Science*. 04 March 2021. DOI:10.3389/fpos.2021.622512
25. Kam C.D., Simas E.N. Risk orientations and policy frames // *The Journal of Politics*. 2010. Vol. 72. Issue 2. P. 381–396. DOI:10.1017/S0022381609990806
26. Lane K.A., Banaji M.R., Nosek B.A., Greenwald A.G. Understanding and using the Implicit Association Test: IV. What we know (so far) // *Implicit Measures of Attitudes* / B. Wittenbrink and N. Schwarz (eds.). New York: Guilford, 2007. P. 59–102.
27. Lasswell H.D. The Theory of Political Propaganda // *The American Political Science Review*. 1927. Vol. 21. № 3. P. 627–631.
28. Lippmann W. *Public Opinion*. New York: Harcourt, Brace and Company, 1922. 233 p.
29. Miller R.G. *Simultaneous Statistical Inference*. Springer, 1966. 315 p.
30. Moscovici S., Lage E., Naffrechoux M. Influence of a consistent minority on the responses of a majority in a color perception task // *Sociometry*. 1969. Vol. 32. No 4. P. 365–380.
31. Moscovici S., Zavalloni M. The group as a polarizer of attitudes // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1969. Vol. 12. № 2. P. 125–135.
32. Oxley D.R., Smith K.B., Alford J.R., Hibbing M.V., Miller J.L. et al. Political attitudes vary with physiological traits // *Science*. 2008. Vol. 321. P. 1667–1670. DOI:10.1126/science.1157627
33. Pratschke J., Morlicchio E. Social Polarisation, the Labour Market and Economic Restructuring in Europe: An Urban Perspective // *Urban Studies*. 2012. Vol. 49. Issue 9. P. 1891–1907. DOI:10.1177/0042098012444885
34. Rogowski J.C. Voter Decision-Making with Polarized Choices // *British Journal of Political Science*. January 2018. Vol. 48. Issue 1. P. 1–22.
35. Stoet G. PsyToolkit: A Novel Web-Based Method for Running Online Questionnaires and Reaction-Time Experiments // *Teaching of Psychology*. 2017. Vol. 44. P. 24–31.
36. Van S., Lyn M. Extreme members and group polarization // *Social Influence*. 2009. Vol. 4(3). P. 185–199.
37. Wagner M., Russo L. Affective Polarization Around the World: Measurement, Causes and Consequences. 2021. URL: <https://ecpr.eu/Events/Event/PanelDetails/10463>
38. Westwood S.J., Iyengar S., Walgrave S., Leonisio R., Miller L., Strijbis O. The Tie that Divides: Cross-National Evidence of the Primacy of Partyism // *European Journal of Political Research*. 2018. Vol. 57(2). P. 333–354.

References

1. Emel'yanova T.P. Sotsial'nye predstavleniya: teoriya, istoriya i empiricheskie issledovaniya [Social representations: theory, history and empirical research]. Moscow: Publ. «Institut psikhologii RAN», 2016. 476 p.
2. Lebedev A.N. Affekt neopredelennosti i tsennostno-affektivnaya polarizatsiya bol'shikh sotsial'nykh grupp [Affect of uncertainty and value-affective polarization of large social groups]. *Uchenye zapiski Instituta psikhologii RAN = Proceedings of the Institute of Psychology of Russian Academy of Sciences*, 2023. Vol. 3, no. 1(7), pp. 3–17.
3. Lebedev A.N. K teorii tsennostno-affektivnoi polarizatsii sotsial'nykh grupp [To the theory of value-affective polarization of social groups]. *Uchenye zapiski Instituta psikhologii RAN = Proceedings of the Institute of Psychology of Russian Academy of Sciences*, 2022. Vol. 2, no. 1, pp. 2–19.
4. Lebedev A.N., Gordyakova O.V. Fenomen gruppovoi polarizatsii v politologii i politicheskoi psikhologii SShA i Evropy [The phenomenon of group polarization in political science and political

- psychology of the USA and Europe]. *Sotsial'naya i ekonomicheskaya psikhologiya = Social and economic psychology*, 2021. Vol. 6, no. 4(24), pp. 123–150.
5. Moskovichi S. Vek tolp. Istoricheskiy traktat po psikhologii mass [The age of crowds. Historical treatise on the psychology of the masses]. Moscow: Akademicheskii proekt, 2011. 396 p.
 6. Moskovichi S. Mashina, tvoryashchaya bogov [The Machine that creates the gods]. Moscow: Zakharov, 1998. 560 p.
 7. Osipov G.V. Sotsiologiya i gosudarstvennost': Dostizheniya, problemy, resheniya [Sociology and statehood: Achievements, problems, solutions]. Moscow: Veche, 2005. 368 p.
 8. Plaus S. Psikhologiya otsenki i prinyatiya reshenii [Psychology of evaluation and decision-making]. Moscow: Informatsionno-izdatel'skii dom "Filin", 1998. 368 p.
 9. Podshibyakina N. Sotsial'no-trudovye otnosheniya v usloviyakh perekhodnoi ekonomiki [Social and labor relations in a transitional economy]. *Obshchestvo i ekonomika = Society and Economics*, 2006, no. 4, pp. 71.
 10. Saprionov A.V., Kritskaya O.A. Osobennosti sotsial'noi polarizatsii Rossiiskogo obshchestva [Features of social polarization of Russian society]. *Vestnik Nizhegorodskogo Universiteta im. N.I. Lobachevskogo. Seriya: Sotsial'nye nauki = Bulletin of the Nizhny Novgorod University named after N.I. Lobachevsky. Series: Social Sciences*, 2013, pp. 82–86.
 11. Amodio D.M., Jost J.T., Master S.L., Yee C.M. Neurocognitive correlates of liberalism and conservatism. *Nature Neuroscience*, 2007. Vol. 10, pp. 1246–1247. DOI:10.1038/nn1979
 12. Bishop B., Cushing R. The big sort: Migration, community, and politics in the United States of 'those people'. In R.A. Teixeira (Ed.). *Red, blue and purple America: The future of election demographics*. Washington: Brookings Institution, 2008, pp. 50–75.
 13. Boxell L., Gentzkow M., Shapiro J.M. Cross-Country Trends in Affective Polarization. NBER Working Paper, January 2020, no. w26669. URL: <https://ssrn.com/abstract=3522318>
 14. Child T., Massoud N., Schabus M., Zhou Y. Surprise Election for Trump Connections. *Journal of Financial Economics*, 2021. Vol. 140, Iss. 2, pp. 676–697. DOI:10.1016/j.jfineco.2020.12.004
 15. Chomsky N., Herman E.S. Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. NY: Knopf Publishing Group, 2003. 582 p.
 16. Converse P.E. The nature of belief systems in mass publics. *Critical Review*, 2006. Vol. 18, Iss. 1–3, pp. 1–74. DOI:10.1080/08913810608443650
 17. Druckman J.N., Klar S., Krupnikov Y., Levendusky M., Ryan J.B. Affective polarization, local contexts and public opinion in America. *Nature Human Behaviour*, 2021. Vol. 5, pp. 28–38.
 18. Goren P. Party Identification and Core Political Values. *American Journal of Political Science*, 2005. Vol. 49(4), pp. 882–897.
 19. Graham M.H., Svoboda M.W. Democracy in America? Partisanship, Polarization, and the Robustness of Support for Democracy in the United States. *American Political Science Review*, 2020. Vol. 114, Iss. 2, pp. 392–409. DOI:10.1017/S0003055420000052
 20. Iyengar S., Lelkes Y., Levendusky M., Malhotra N., Westwood S. The Origins and Consequences of Affective Polarization in the United States. *Annual Review of Political Science*, 2019. Vol. 22(1), pp. 129–146.
 21. Johnston R., Manley D., Jones K. Spatial Polarization of Presidential Voting in the United States, 1992–2012: The "Big Sort" Revisited. *Annals of the American Association of Geographers*, 2016. Vol. 106, Iss. 5, pp. 1047–1062. DOI:10.1080/24694452.2016.1191991
 22. Jost J.T., Glaser J., Kruglanski A.W., Sulloway F.J. Political conservatism as motivated social cognition. *Psychological Bulletin*, 2003. Vol. 129(3), pp. 339–375. DOI:10.1037/0033-2909.129.3.339
 23. Jowett G.S., O'Donnell V. Propaganda & Persuasion. London: Sage Publications, 2012.
 24. Jungkunz S. Political Polarization During the COVID-19 Pandemic. *Frontiers in Political Science*, 04 March 2021. DOI:10.3389/fpos.2021.622512
 25. Kam C.D., Simas E.N. Risk orientations and policy frames. *The Journal of Politics*, 2010. Vol. 72, Iss. 2, pp. 381–396. DOI:10.1017/S0022381609990806

26. Lane K.A., Banaji M.R., Nosek B.A., Greenwald A.G. Understanding and using the Implicit Association Test: IV. What we know (so far). In B. Wittenbrink and N. Schwarz (eds.). *Implicit Measures of Attitudes*. New York: Guilford, 2007, pp. 59–102.
27. Lasswell H.D. The Theory of Political Propaganda. *The American Political Science Review*, 1927. Vol. 21, no. 3, pp. 627–631.
28. Lippmann W. *Public Opinion*. New York: Harcourt, Brace and Company, 1922. 233 p.
29. Miller R.G. *Simultaneous Statistical Inference*. Springer, 1966. 315 p.
30. Moscovici S., Lage E., Naffrechoux M. Influence of a consistent minority on the responses of a majority in a color perception task. *Sociometry*, 1969. Vol. 32, no. 4, pp. 365–380.
31. Moscovici S., Zavalloni M. The group as a polarizer of attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1969. Vol. 12, no. 2, pp. 125–135.
32. Oxley D.R., Smith K.B., Alford J.R., Hibbing M.V., Miller J.L. et al. Political attitudes vary with physiological traits. *Science*, 2008. Vol. 321, pp. 1667–1670. DOI:10.1126/science.1157627
33. Pratschke J., Morlicchio E. Social Polarisation, the Labour Market and Economic Restructuring in Europe: An Urban Perspective. *Urban Studies*, 2012. Vol. 49, Iss. 9, pp. 1891–1907. DOI:10.1177/0042098012444885
34. Rogowski J.C. Voter Decision-Making with Polarized Choices. *British Journal of Political Science*, January 2018. Vol. 48, Issue 1, pp. 1–22.
35. Stoet G. PsyToolkit: A Novel Web-Based Method for Running Online Questionnaires and Reaction-Time Experiments. *Teaching of Psychology*, 2017. Vol. 44, pp. 24–31.
36. Van S., Lyn M. Extreme members and group polarization. *Social Influence*, 2009. Vol. 4(3), pp. 185–199.
37. Wagner M., Russo L. Affective Polarization Around the World: Measurement, Causes and Consequences. 2021. URL: <https://ecpr.eu/Events/Event/PanelDetails/10463>
38. Westwood S.J., Iyengar S., Walgrave S., Leonisio R., Miller L., Strijbis O. The Tie that Divides: Cross-National Evidence of the Primacy of Partyism. *European Journal of Political Research*, 2018. Vol. 57(2), pp. 333–354.

Информация об авторах

Лебедев Александр Николаевич, доктор психологических наук, ведущий научный сотрудник, ФГБУН «Институт психологии Российской академии наук» (ФГБУН ИП РАН), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1030-9709>, e-mail: lebedev-lubimov@yandex.ru

Гордякова Ольга Владимировна, кандидат психологических наук, профессор кафедры Социальная психология, НОЧУ ВО «Московский институт психоанализа» (НОЧУ ВО МИП), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3694-0734>, e-mail: o_gordyakova@mail.ru

Information about the authors

Alexander N. Lebedev, Doctor of Psychology, Leading Research Officer, Federal State Financed Establishment of Sciences Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1030-9709>, e-mail: lebedev-lubimov@yandex.ru

Olga V. Gordyakova, PhD in Psychology, Professor, Department of Social Psychology, Moscow Institute of Psychoanalysis, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3694-0734>, e-mail: o_gordyakova@mail.ru

Получена 08.08.2023

Received 08.08.2023

Принята в печать 19.11.2023

Accepted 19.11.2023