

Социальная психология

К ТЕОРИИ ЦЕННОСТНО-АФФЕКТИВНОЙ ПОЛЯРИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ ГРУПП

© Лебедев А.Н.

доктор психологических наук, ведущий научный сотрудник лаборатории психологии личности, Институт психологии РАН, Москва, Россия,
lebedev-lubimov@yandex.ru

В статье рассматриваются теоретические основы изучения феномена ценностно-аффективной поляризации социальных групп, также приведены некоторые данные исследования, выполненного в рамках предложенных теоретической модели и соответствующей ей методологии. Исследование выполнялось накануне проведения специальной военной операции на Украине. Утверждается, что для разработки теоретической модели необходимо рассмотреть: условия возникновения поляризации в группах, этапы ее развития, виды поляризации, психологические механизмы, функции, закономерности или законы и так называемые идеальные объекты теории. Такое описание представлено в статье. В качестве одной из возможных методик изучения феномена предлагается анализ отношения респондентов к известным мировым политикам и публичным медийным персонам. Показано, что поляризация мнений в России обнаруживается главным образом по отношению к главе государства. В свою очередь, в данной выборке во всех экспериментальных подгруппах и подгруппе относительно нейтрального «условного большинства», основная часть которой женщины, отношение к основной оппозиционной фигуре А.Навального оказывается в целом скорее негативным и не вызывает значительной поляризации мнений респондентов. Особое внимание в исследовании уделяется такой переменной, как рост аффективности поляризации и тенденции к иррациональным суждениям членов поляризованных подгрупп. Это названо в статье «основным законом» ценностно-аффективной поляризации. Также рассматривается роль высших социальных эмоций (чувств стыда, гордости, собственного достоинства) при трансформации ценностной поляризации в поляризацию аффективную.

Ключевые слова: ценностно-аффективная поляризация социальных групп, специальная военная операция на Украине, высшие социальные эмоции, большинство и меньшинство, ингрупповой фаворитизм, социальный эксперимент, идеальные объекты теории

Введение

Пройдет не так много времени и сегодняшние дни станут историей, а события предметом изучения специалистов¹. Независимо от того, что случится в ближайшее время – есть разные сце-

нарии и прогнозы – очевидно, что в мире произошло нечто весьма значительное. За очень короткое время он поделился на «своих» и «чужих», на «друзей» и «врагов» со всеми проявлениями того, что называют в социальной психологии «ингрупповым фаворитизмом» [30; 31]. Принимая во внимание то, каким необоснованным нападениям подвергаются в настоящее время россияне, оказавшиеся по тем или причинам за рубежом, можно сделать вывод о том, что от-

¹ Статья написана по материалам исследования, выполненного до 24 февраля 2022 года. К сожалению, у нас пока нет данных о том, изменилось ли и как именно отношение респондентов к тем явлениям, которые стали предметом данного исследования после начала специальной военной операции России в Украине.

крытые социальными психологами законы повсеместно работают на практике.

Сегодня население нашей страны также разделилось на одобряющих политику правительства и не одобряющих. Тех, кто одобряет и поддерживает, однозначно больше. И тому есть вполне очевидное объяснение. При этом и те, и другие считают себя патриотами. Очевидно, что вопросы патриотизма для большинства людей – не пустой звук, хотя, что такое «истинный патриотизм», все понимают по-разному [1; 2].

Есть все основания полагать, что конкретная позиция каждого гражданина страны по отношению к известным событиям определилась совсем не в момент их возникновения, а оказалась результатом предшествующего этапа формирования его мировоззрения. Такое разделение взглядов людей в социальных группах в психологии называют *психологической поляризацией*. При этом в литературе можно встретить много определений и дополнений понятия поляризации: групповая, ценностная, идеологическая, аффективная и другая. Первым, кто начал экспериментально изучать этот феномен в мировой социальной психологии, как известно, был выдающийся французский социальный психолог С. Московиси. В ряде своих работ он высказывал идею о том, что в больших социальных группах поляризация, в отличие от плюрализма мнений, часто приводит к победе одной из сторон, а это, в свою очередь, зачастую связано с возникновением авторитарного общества [3; 4].

Феномен ценностно-аффективной поляризации и авторитарное общество

Огромное количество экспериментальных социально-психологических исследований подтверждает опасение многих ученых, что практически в любой стране при определённых неблагоприятных условиях, может возникнуть авторитарное общество [4; 6-8; 18; 19; 28; 36]. При этом, как отмечается, в большинстве первоначально демократических стран авторитаризму всегда предшествует поляризация мнений². В частности, это утверждение было проиллюстри-

² В начале XX века это происходило в тех странах, где революционная активность масс свергала монархические режимы.

ровано в социально-психологических исследованиях, получивших название: «The Third Wave» [10; 15; 17].

«Третья волна» – исследования, начало которым положил социальный эксперимент, проведенный американским учителем истории средней школы Роном Джонсом. С точки зрения многих ученых психологов, эксперимент не является строго научным, носит скорее иллюстративный характер и может быть отнесен к квазиэкспериментам³. Однако по общественному резонансу он не уступает известным социально-психологическим экспериментам таких ярких ученых, как С. Милгрэм, С. Аш, М. Шериф, Л. Фестингер или Ф. Зимбардо.

Эксперимент был проведен над учащимися 10-го класса (дети 16 лет в г. Пало-Альто, штат Калифорния). Весной 1967 года Р. Джонс решил смоделировать поведение немецкого народа в гитлеровской Германии в 30-е годы XX столетия. Он установил жёсткие правила для школьников и создал молодёжную группировку, моделируя ситуацию формирования фашистского мировоззрения у подростков. Основным лозунгом движения стал девиз: «Сила через дисциплину, сила через сообщество, сила через действие, сила через гордость». Одно из требований к ученикам – неприятие тех, кто думает иначе.

При этом, к своему удивлению, он не встретил сопротивления ни учащихся, ни взрослых. Эксперимент должен был проводиться в течение недели, но на пятый день Р. Джонс его прекратил, объяснив учащимся, как легко они поддаются манипуляциям. Он сообщил подросткам, что их послушное поведение в дни проведения эксперимента кардинально не отличается от поступков рядовых граждан нацистской Германии.

Однако движение вышло из-под контроля и начало расти за пределами школьного класса. По свидетельству участников и очевидцев количество последователей исчислялось сотнями. Этот проект был экранизирован и представлен в

³ Следует отметить, что большинство наиболее известных социально-психологических экспериментов как раз относятся к квазиэкспериментам и носят чаще всего иллюстративный характер для подтверждения явлений и закономерностей, которые социальные психологи замечают в реальной жизни.

американском фильме «The Wave» в 1981 году, а также в немецком фильме «Die Well» в 2008 году [29].

Сегодня по очевидным причинам симпатия мировой общественности в целом находится на стороне Украины, однако если бы история распорядилась иначе, то, в соответствии с социально-психологической теорией, Украина, как и любая другая страна, включая Россию, вполне могла бы стать государством не только с авторитарным, но и фашистским режимом, какой когда-то сложился в Италии, Испании, Португалии, Австрии, Румынии, Болгарии, Японии и других странах, в той или иной степени вовлеченных во Вторую мировую войну и воевавших на стороне Германии⁴.

Данное утверждение сегодня для одних людей выглядит очевидным, а для других кощунственным. Однако именно такая противоречивая реакция на это утверждение как раз и является иллюстрацией того механизма поляризации мнений, который психологи начали изучать в конце 60-х годов XX века [20; 21]. И поскольку наука не должна быть национальной или идеологической, мы не можем игнорировать этот тезис, несмотря на возможные негативные упреки со стороны далеких от социальной психологии ученых или обычных граждан.

Большинство патриотично настроенных людей на планете, не разделяющих идеи нацизма, никогда не согласятся с тем, что в их странах при определенных условиях может быть создано авторитарное или даже фашистское общество, поскольку это противоречит их миролюбивым и свободолюбивым убеждениям и создает мощный психологический барьер, препятствующий возможности объективного анализа, происходящего вокруг. Однако Италия, а за ней и Германия в первой половине XX столетия являлись одними из наиболее развитых стран Европы и, тем не менее, не избежали фашизма.

⁴Высказывание: «История не приемлет сослагательного наклонения» является, по меньшей мере, неточным, так как моделирование возможных ситуаций на основе исторического опыта цивилизации, по нашему мнению, вполне обосновано и является научным методом теоретического анализа.

Политические перевороты и иные политические явления чаще всего происходят на фоне ценностно-аффективной поляризации, то есть социально-психологического феномена, который усиливает вражду между представителями поляризованного «меньшинства», стремящегося привлечь на свою сторону политически относительно нейтральное «большинство» [5; 20; 26].

Обычно в любой научной статье, посвященной различным проявлениям психологической поляризации, обязательно есть упоминание имени С. Московиси и его ставшей знаменитой статьи 1969 года, написанной им вместе с аспиранткой М. Завалони в журнале: *Journal of Personality and Social Psychology*. Анализируя известный феномен «сдвига к риску», открытый американским психологом Дж. Стоунером в 1961 году, С. Московиси и М. Завалони высказали предположение о том, что «сдвиг к риску» или «сдвиг к осторожности» при принятии групповых решений являются частным случаем более общего феномена поляризации мнений [20; 21].

Постепенно феномен групповой поляризации приобрел популярность в экспериментальной социальной психологии [32; 33]. Был накоплен значительный эмпирический материал, предлагались различные теоретические модели, объясняющие суть феномена. Одновременно с лабораторными экспериментами в малых социальных группах проводились исследования в больших группах и в различных областях деятельности людей [9; 11; 13; 16; 25].

Сам С. Московиси никогда не говорил, что у него есть какая-то социально-психологическая теория групповой поляризации, так как экспериментальные исследования, которые выполнялись в данном направлении, он не считал для этого достаточными. Российским ученым С. Московиси известен больше как автор теории социальных представлений, однако специалисты неоднократно подчеркивали, что его экспериментальные исследования на малых социальных группах и теоретические выводы по отношению к поляризации больших социальных групп, внесли не менее значительный вклад в развитие мировой социальной психологии, чем его теория социальных представлений [23].

Теоретические основы изучения феномена ценностно-аффективной поляризации

Для того, чтобы получить наиболее полное описание феномена ценностно-аффективной поляризации на уровне некоей теоретической модели, по нашему мнению, необходимо рассмотреть несколько важных моментов. Прежде всего, это: *условия* возникновения поляризации в группе, *этапы* ее развития, *виды, психологические механизмы, функции, закономерности или законы* и так называемые *идеальные объекты* теории.

Говоря о *характеристиках* поляризации, следует отметить, что сам факт ее возникновения не зависит от размеров группы, но особенности поляризации зависят, например, от состава группы, принятых в ней норм поведения людей, их ценностных ориентаций, принципов управления, навыков самоорганизации и др.

В больших социальных группах и в обществе в целом ценностно-аффективная (субъективная) поляризация напрямую зависит от работы средств массовой информации и коммуникации. Она также может быть связана с экономической (объективной) поляризацией общества и часто является ее следствием. В свою очередь, сама ценностно-аффективная поляризация часто оказывается причиной или фактором поляризации политической [12; 14; 34; 35; 37].

Оценить пользу или вред поляризации группы для ее членов достаточно сложно, поскольку в разумных пределах она необходима для обновления и развития, но, при трансформации ценностной поляризации в аффективную, становятся неизбежными конфликты с крайне выраженной агрессией по отношению членов группы друг к другу.

К *условиям* возникновения поляризации следует отнести:

1. Ценностную природу явлений, по отношению к которым формируется поляризация мнений, невозможность найти абсолютные, однозначные или, например, какие-либо объективные аргументы в защиту позиции каждой полярной подгруппы.

2. Наличие оппозиционно настроенных лидеров, которые имеют собственное мнение чаще всего еще до группового обсуждения, что поз-

воляет им инициировать поляризацию мнений, и создают оппозиционное меньшинство.

3. Объективную возможность каждой подгруппы высказывать свою точку зрения публично, а на этапе аффективной поляризации – делать это в любой, даже социально неприемлемой или оскорбительной и конфликтной форме.

4. Негативную активацию высших социальных эмоций (чувств), прежде всего – чувства собственного достоинства, страдающего в результате унижения или нанесенного оскорбления, а также чувств стыда или гордости.

Можно выделить несколько *этапов* развития поляризации. Первоначально, на этапе *свободной дискуссии и рациональных решений* происходит обмен любыми аргументами, в диалогах присутствует четкая логика, мнения равнозначны (плюрализм мнений), группа способна принимать наиболее приемлемые для совместной деятельности решения на основе компромисса и взаимодополнения. Однако на этом этапе в группе уже могут присутствовать отдельные люди, у которых ранее сформировались некие противоположные мнения по поводу тех или иных явлений, имеющих ценностную природу. В этом случае, например, с целью изучения данного феномена или для решения практических задач, можно говорить о *потенциальной поляризации*. На практике изучение установок членов группы в дальнейшем может помочь предотвратить трансформацию ценностной поляризации в аффективную.

На этапе *ценностных суждений* мнения раздваиваются, в дискуссиях на первый план могут выходить личности, у которых ранее уже сформировалось мнение по обсуждаемым вопросам или близким к ним и которое они сообщают группе. Происходит обмен аргументами, доказывающими «правоту» занятой позиции, точки зрения, формируются две небольшие подгруппы людей, имеющих противоположное мнение. Какие-либо аффективно окрашенные выступления, направленные на конкретных людей, унижающие или оскорбляющие их достоинство отсутствуют.

На этапе *аффективной* поляризации возникает негативный эмоциональный фон, члены группы относятся друг к другу свысока, крити-

куют другу друга, постепенно появляются взаимные оскорбления, обмен мнениями выходит из-под контроля. Сторонами выдвигаются и защищаются только те аргументы, которые подтверждают заявленную и озвученную точку зрения [24; 27].

В результате аффективного противостояния и «победы» одной из подгрупп может возникать *латентная* стадия поляризации. В этом случае члены подгруппы «нейтрального большинства», не имеющие своей собственной позиции или меняющие ее в зависимости от ситуации, переходят на сторону «победителя». Такая «победа» в условиях обмена суждениями, имеющими ценностную природу, является весьма условной и может быть достигнута, например, путем манипуляции групповым мнением, шантажа, подкупа, угрозы или применением силы.

Следовательно, опираясь на выделенные этапы, в теории можно говорить о *видах* психологической поляризации: *потенциальная, ценностная, аффективная, латентная*.

Психологические механизмы поляризации могут быть описаны на основе анализа когнитивно-аффективных явлений в группе. Первоначально С.Московиси рассматривал групповую поляризацию как феномен сугубо когнитивный, однако сегодня мы приходим к выводу, что наиболее правильно и практически необходимо учитывать именно ее аффективную составляющую, поскольку переход от противоположных мнений (ценностная поляризация) к взаимным оскорблениям, унижающим достоинство противников, является одним из наиболее очевидных причин многочисленных внутригрупповых конфликтов, а в глобальном плане – даже гражданских войн [22].

Изучая феномен поляризации, С. Московиси пришел к выводу, что в условиях значительной поляризации мнений противники практически никогда не меняют свою точку зрения, поэтому *на практике наиболее эффективная стратегия поведения* – это борьба за голоса тех, кто относится к группе «нейтрального большинства». Такой принцип оказывается единственно правильным, поскольку трата сил на изменение точки зрения оппонентов с оскорбленным самолюбием бесперспективна. Разумеется, наилуч-

шим способом добиться компромисса в такой ситуации является признание собственной неправоты и принесение извинений, однако, как показывает практика, в большинстве случаев в условиях аффективной поляризации оппоненты на это не способны⁵.

В структуре межличностных отношений в группе ценностно-аффективная поляризация выполняет некоторые важные конструктивные и деструктивные *функции*. В частности, ценностная поляризация расширяет знания членов группы друг о друге, способствует выявлению лидеров, а также – осознанию проблем и тем для совместного анализа, более полному пониманию внутригрупповых противоречий. К деструктивным функциям аффективной поляризации следует отнести формирование «образа врага», негативно воздействующего на психику участников конфликтной ситуации, стресс, истощение индивидуальных и групповых ресурсов, иррациональность мышления и принимаемых решений, конфликты, конформизм «побежденных», переход открытой поляризации в опасную латентную форму и пр.

Таким образом, поляризация не возникает неожиданно и сразу, она накапливается постепенно и определяется размерами группы: чем больше группа, тем медленнее развивается поляризация. Иногда на поляризацию большой группы уходят годы, поэтому ее можно изучать, контролировать ее динамику, а также прогнози-

⁵ В отдельных случаях людей с противоположным мнением все-таки удается убедить изменить свою точку зрения и даже мировоззрение. Например, в социальных сетях многие блогеры неоднократно выкладывали видеоматериалы, утверждая, что некоторые известные медийные персоны «под влиянием значительных гонораров или приобретения более высокого социального статуса, должности и пр.» высказывали позицию, противоположную первоначально озвученной, не беспокоясь о «потере лица». В частности, предметом такого осуждения оказались известные телеведущие В. Соловьев и Д. Киселев. Однако, поскольку такая трансформация произошла в течение длительного времени (годы и десятилетия), здесь абсолютно невозможно определить, что именно послужило ее причиной. Возможно, у этих людей действительно изменились взгляды на многие социально-экономические и политические явления в обществе и корыстные интересы здесь ни при чем.

ровать развитие. Все это связано с целым рядом факторов, в частности, с состоянием каналов коммуникации, обеспечивающих обмен информацией и ее достоверность. Тем не менее, в экстремальных ситуациях поляризация становится слишком очевидной и процессы перехода ценностной поляризации в аффективную происходят стремительно по принципу «эффекта бабочки», «домино» и пр.

В связи с тем, что говорилось выше, можно сформулировать некий «основной закон» ценностно-аффективной поляризации: «По мере роста аффективности отношений в группе в условиях поляризации мнений снижается уровень рациональности мышления членов поляризованных подгрупп (меньшинства) – аргументация в защиту собственной позиции становится доминирующей и иррациональной». В этом случае сознание оппонентов перестраивается: любая информация, любое событие в соответствии с возникшей установкой логически встраивается в цепочку суждений для подтверждения собственной позиции, защищаемого тезиса, все аргументы оппонентов отвергаются или игнорируются независимо от их содержания.

Данное явление может быть заметно внешнему наблюдателю (эксперту) или представителям «нейтрального большинства» внутри группы, но оно абсолютно не очевидно для ее поляризованного «меньшинства». Закономерность оказывается крайне важной и для эмпирического изучения феномена поляризации в конкретных условиях, и для практики, поскольку динамика и связь переменных (аффективность – иррациональность) могут быть операционализованы. В больших социальных группах это проявляется в виде роста взаимных оскорблений в средствах массовой коммуникации и информации (телевидение, пресса, интернет и пр.).

Эмпирически изучая феномен поляризации, мы также пришли к выводу: для нее характерно то, что мнения и ценностные суждения у подгрупп поляризованного меньшинства оказываются хорошо скоррелированными, а средние значения таких суждений в этих группах очень часто значительно различаются. Это создает условия для разработки надежных и валидных методик, которые позволяют проводить репрезента-

тивные исследования на основе лабораторных экспериментов. В таком случае можно не только моделировать и изучать мышление и поведение представителей значительных по размерам поляризованных групп, но и прогнозировать динамику ценностно-аффективной поляризации и мировоззрения людей в обществе в целом.

К *идеальным объектам* теоретической модели ценностно-аффективной поляризации можно отнести характер распределения людей в поляризованной и нейтральной подгруппах.

Теоретически (гипотетически) такое распределение в целом (в идеале) должно быть нормальным. При этом, в соответствии с концепцией С. Московиси, поляризованные подгруппы должны составлять меньшинство, а условно нейтральная подгруппа – большинство в генеральной совокупности ее членов. Однако это только в теории, поскольку эмпирические распределения всегда отличаются от теоретического, то есть *идеального*. В случае поляризации это происходит по ряду причин. Любое эмпирическое исследование на практике будет проводиться в определенный момент времени ее развития, в частности, при переходе ценностной поляризации в аффективную. То есть любое исследование неизбежно столкнется с неравномерной, неустойчивой во времени, нелинейной динамикой, а практика – с необходимостью мониторинга.

Кроме того, в реальности, чем больше генеральная группа, тем медленнее идет процесс ее поляризации, а значит биполяризация (отсутствие нейтральной подгруппы) – явление скорее теоретически возможное, но на практике, особенно в больших социальных группах, встречается крайне редко. Кроме того, переход поляризации в латентную форму делает биполяризацию невозможной.

Специфика ценностной поляризации в том, что на этапе ее трансформации в аффективную любое точечное эмпирическое распределение индивидов по поляризованным подгруппам окажется неравным вследствие того, что на практике мнения людей будут зависеть от большого количества мало контролируемых факторов, например, деятельности СМИ и эффективности их влияния на аудиторию, доступ-

ность каналов обмена информацией, социального влияния индивидов друг на друга и даже от явлений хаоса второго уровня.

Однако рассматриваемая нами теоретическая модель, в рамках которой могут быть созданы методы анализа данного феномена, позволяют: 1) подробно описать структуру и содержание ценностных суждений поляризованных групп на малых выборках в хорошо контролируемых условиях для адекватного переноса результатов на большие выборки (аналитическая функция науки); 2) объяснить, мотивацию устойчивых полярных комплексов ценностных суждений и механизм их формирования (объяснительная функция науки); 3) прогнозировать поведение членов любых по численности поляризованных подгрупп на практике (прогностическая функция науки).

Эмпирическое исследование феномена ценностной поляризации и условий ее трансформации в поляризацию аффективную

С 2012 года нами проводились исследования феномена аффективно-ценностной поляризации в разных условиях. В проведенном исследовании в 2022 году была предпринята попытка решить две задачи:

1. Разработать методику определения ценностной поляризации сознания отдельных индивидов с целью выделения поляризованных подгрупп (условное меньшинство) и на относительно нейтральную подгруппу (условное большинство).

2. Оценить отношение российских граждан с разной ценностной поляризацией сознания к ряду социально важных событий.

Метод

Исследование проводилось на платформе Google Forms. В исследовании приняло участие 163 человека в возрасте от 18 до 54 лет (23 – мужчины; 140 – женщины)⁶. Среди респондентов 23 человека отнесли себя к атеистам, 58 – к агностикам и 82 – к верующим. Все респонденты – учащиеся бакалавриата и магистратуры

⁶ Следует обратить внимание на то, что большинство респондентов в нашем исследовании – женщины.

первого года обучения Московского института психоанализа. Среди участников исследования, уже имеющих высшее образование, в относительно равных долях оказались представители таких профессий, как практикующие психологи, педагоги, экономисты, юристы, инженеры, менеджеры, представители малого и среднего бизнеса, работники культуры, медицинские работники, другие.

Респондентам предлагался список известных политиков и журналистов, к которым нужно было выразить свое общее отношение по шкале от -2 – негативно до +2 – позитивно. Результаты оценок представлены в таблице 1.

Также участникам исследования предлагался перечень событий (20 событий, таблица 2), к которым нужно было выразить свое отношение по шкале от -2 – негативно до +2 – позитивно и субъективно оценить вероятность его наступления в ближайшие 5-7 лет, где -1 – маловероятно, +1 – вполне вероятно.

Результаты оценок респондентами известных политиков и журналистов сравнивались в группах: пол, возраст, религиозность (верующие, атеисты и агностики). В группы по возрасту респонденты были разделены в соответствии периодизацией теории поколений Хоува-Штрауса. В первую группу были отнесены респонденты 18-20 лет «поколения Z» (2001-2010 г.р.), во вторую – респонденты 21-37 лет «поколение Y» (1984-2000 г.р.) и в третью – 38-57 лет «поколение X» (1964-1983 г.р.).

Результаты исследования и их анализ

Как видно из таблицы 1, в целом наиболее позитивное отношение российских граждан в данной выборке получили министр иностранных дел РФ Сергей Лавров, бывший канцлер Германии Ангела Меркель и Борис Немцов. Самые негативные оценки – депутат Государственной думы РФ Владимир Жириновский, журналист российского ТВ Владимир Соловьев и руководитель СССР Иосиф Сталин. Следует отметить, что оценки отношения людей к политическим фигурам во многом зависят от преобладающих источников получения информации, их активности и содержания материалов, отражающих события в реальном времени.

Различия к оцениваемым персонам в группах верующих, атеистов и агностиков были обнаружены по отношению к президенту Эмануэлю Макрону, бывшему президенту США Барак Обама и президенту РФ Владимиру Путину.

Так, Э. Макрона и Б. Обаму хуже оценивают атеисты, а верующие и агностики – более позитивно. В.Путина негативно оценивают атеисты и агностики и существенно более позитивно верующие.

Таблица 1. Результаты исследования отношения респондентов к политическим и публичным медийным фигурам, рассматриваемые как критерий деления выборки на поляризованное «условное меньшинство» и нейтральное «условное большинство»

ранг		среднее значение оценок
1	Лавров Сергей (министр иностранных дел РФ)	0,66
2	Меркель Ангела (бывший канцлер Германии)	0,40
3	Немцов Борис (политический деятель РФ)	0,37
4	Обама Барак (бывший президент США)	0,33
5	Макрон Эммануэль (президент Франции)	0,24
6	Путин Владимир (президент РФ)	0,21
7	Джонсон Борис (премьер министр Великобритании)	0,02
8	Токаев Касым-Жомарт (президент Казахстана)	-0,05
9	Навальный Алексей (политический деятель РФ)	-0,08
10	Скабеева Ольга (журналист российского ТВ)	-0,08
11	Си Цзиньпин (председатель КНР)	-0,10
12	Шейнин Артем (журналист российского ТВ)	-0,14
13	Захарова Мария (официальный представитель МИД РФ)	-0,15
14	Песков Дмитрий (пресс секретарь президента РФ)	-0,18
15	Горбачев Михаил (президент СССР)	-0,21
16	Ленин Владимир (политический деятель СССР)	-0,27
17	Симоньян Маргарита (журналист российского ТВ)	-0,33
18	Киселев Дмитрий (журналист российского ТВ)	-0,35
19	Байден Джо (президент США)	-0,36
20	Ельцин Борис (бывший президент РФ)	-0,44
21	Зюганов Геннадий (депутат гос.думы РФ)	-0,44
22	Зеленский Владимир (президент Украины)	-0,45
23	Лукашенко Александр (президент Беларуси)	-0,48
24	Жириновский Владимир (депутат гос.думы РФ)	-0,50

Мужчины и женщины по-разному относятся к М. Горбачеву, Б. Джонсону, А. Навальному, В. Путину и Си Цзиньпину. Женщины хуже относятся к М. Горбачеву, А. Навальному и Си Цзиньпину, а мужчины более негативно оценивают Б. Джонсона и В. Путина.

В группах разного возраста различия в оценках получили Д. Байден, Б. Джонсон, А. Навальный и В. Путин. К Д. Байдену, Б. Джонсону и А. Навальному позитивное отношение у людей в возрасте 18-20 лет и негативное у людей 38-54 года. К В.Путину негативное отношение у мо-

лодежи 18-20 лет (это люди, которые родились и выросли при В. Путине, и никогда не видели другого президента, не считая Д. Медведева) и

более позитивное у людей среднего и старшего возраста.

Таблица 2. Перечень ряда *реальных и нереальных, но теоретически возможных* социально важных событий для изучения их оценки представителями ценностно полярных групп

1	Повышение пенсионного возраста граждан РФ (мужчины до 67, женщины 65 до лет)
2	Понижение пенсионного возраста граждан РФ (мужчины до 60, женщины до 55 лет)
3	Принятие закона о праве любого президента РФ переизбираться на любой срок, включая его пожизненное правление
4	Присоединение ЛНР и ДНР к России
5	«Цветная» революция в России
6	Введение в школьную программу «Закона Божьего»
7	Введение в школьную программу уроков военно-патриотического воспитания
8	Принятие закона о введении смертной казни за особо тяжкие преступления
9	Принятие закона об уголовной ответственности за нетрадиционные сексуальные отношения
10	Принятие закона, в соответствии с которым правоохранительные органы имеют право фиксировать любую информацию о любом человеке и использовать ее в суде
11	Принятие закона о запрете любой рекламы алкогольной продукции
12	Принятие закона о запрете оскорбительных высказываний о конкурентах в политической рекламе, а также сюжеты, нарушающие моральные нормы поведения
13	Принятие закона, в соответствии с которым жилплощадь и имущество лиц, приговоренных к смертной казни за особо тяжкие преступления может быть выставлены на продажу или передана ближайшим родственникам
14	Принудительная вакцинация населения от любых вирусных инфекций, вызывающих эпидемию или пандемию
15	Принятие закона о конфискации имущества лиц, осужденных за преступления, связанные с терроризмом или его пропагандой
16	Принятие закона о бесплатном проезде пенсионеров в городском транспорте на всей территории РФ
17	Принятие закона о конфискации имущества лиц, осужденных за преступления, связанные с коррупцией
18	Запрет на бесплатное обучения иностранным языкам в средней школе
19	Принятие закона о запрете оборота иностранной валюты на территории РФ
20	Принятие закона о недопустимости владения депутатами Государственной Думы РФ собственностью за пределами РФ

В результате первичного анализа отношения к известным политикам и журналистам был сделан вывод о том, что фигура В.В.Путина оценивается во всех исследуемых группах поразному. Так как Президент РФ является центральной фигурой, формирующей отношение россиян к внешним и внутренним процессам в стране, был сделан вывод о том, что поляризация населения в отношении к разным событиям и ситуациям в РФ может происходить по шкале «За Путина – Против Путина» (то есть группы делятся на «лояльных» и «нелояльных»).

Большинство респондентов в нашей выборке высоко оценивает Президента Российской Федерации, что согласуется с официальными данными социологических центров и отражает реальное распределение мнений населения России (например, ВЦИОМ). Учитывая сложившуюся ситуацию, можно предположить, что такое распределение мнений россиян сохранится и в ближайшем будущем. Однако прогнозирование динамики этого показателя на достаточно длительный срок является крайне затруднительным.

Анализ отношения к публичным политическим и медийным фигурам, по нашему мнению, может рассматриваться как наилучший на сегодняшний день метод определения ценностной поляризации людей в больших социальных группах. Он позволяет выделить лояльные и нелояльные власти подгруппы, как правило, это меньшинство выборки, и группу нейтральных респондентов (изменчивое большинство).

В дальнейшем нами был проведен анализ того, какие персоны из предлагаемого списка лучше оцениваются в группах «лояльных» (48% респондентов), «нелояльных» (29% респондентов) и «нейтральных» (23% респондентов). Группа респондентов «лояльные» наиболее позитивное отношение продемонстрировала по отношению к министру иностранных дел РФ Сергею Лаврову (1 ранг), пресс секретарю президента РФ Дмитрию Пескову (2 ранг) и бывшему президенту США Бараку Обаме (3 ранг). В группе «нелояльные» самое позитивное отношение получено к Борису Немцову (1 ранг), бывшему канцлеру Германии Ангеле Меркель (2 ранг) и Алексею Навальному (3 ранг).

В группе «лояльных» хуже всех оценивается президент Украины Владимир Зеленский (25 ранг), президент США Джо Байден (24 ранг) и Алексей Навальный (23 ранг). В группе «нелояльных» хуже всех относятся к журналисту российского ТВ Владимиру Соловьеву (25 ранг), президенту Белоруссии Александру Лукашенко (24 ранг) и депутату Государственной Думы РФ Владимиру Жириновскому (23 ранг). Примечательно, что все указанные выше персоны в обеих группах оцениваются хуже, чем Иосиф Сталин. В обеих группах он занял 22 место.

На рис. 1 и 2 представлены графики отношения к В. Путину и А. Навальному (как основному представителю оппозиции в сознании респондентов) у людей разного возраста и религиозности. Так, на рисунке 1 видно, что с увеличением возраста респондентов отношение к В. Путину улучшается, но незначительно, а к А. Навальному ухудшается. Представители поколений X и Z по-разному относятся к этим персонам. Молодежь менее позитивно относится к В. Путину и более позитивно к А. Навальному, чем респонденты более старшего возраста.

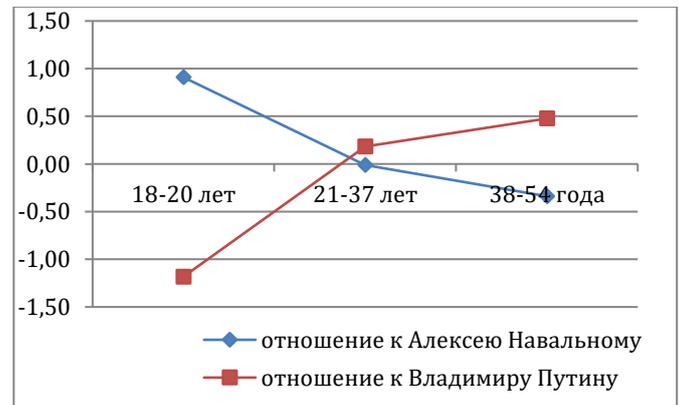


Рис. 1. Оценки, характеризующие отношение респондентов разного возраста к В. Путину и А. Навальному

На рисунке 2 показано, что атеисты менее позитивно относятся и к Президенту РФ, и к А.Навальному. Верующие негативно относятся к А. Навальному и позитивно к Президенту РФ. Агностики, менее позитивно оценивают В. Путина и более позитивно А. Навального.

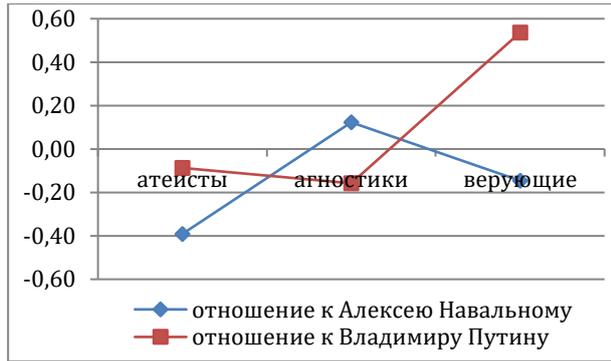


Рис. 2. Оценки, характеризующие отношение респондентов с различным уровнем религиозности к В. Путину и А. Навальному

В результате анализа отношений респондентов к различным возможным событиям в России были получены статистически значимые различия (по критерию Стьюдента) в группах «лояльные» – «нелояльные».

Так, различия были получены при оценке следующих событий: Присоединение ЛНР и ДНР к России ($t=4,622; p<0,001$); Введение в школьную программу уроков военно-патриотического воспитания ($t=5,256; p<0,001$); Принятие закона о введение смертной казни за особо тяжкие преступления ($t=3,114; p<0,001$); Принятие закона о конфискации имущества лиц, осужденных за преступления, связанные с терроризмом или его пропагандой ($t=4,559; p<0,001$). Ко всем этим событиям в группе «нелояльных» относятся негативно, а в группе «лояльных» относятся позитивно (рис. 3).

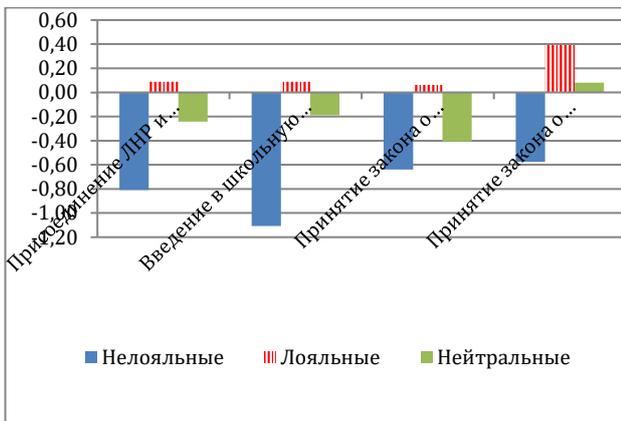


Рис. 3. Оценки предлагаемых событий респондентами нейтральной и поляризованных групп

Вероятность реализации этих событий в действительности, а именно: «Введение в школьную программу уроков военно-патриотического

воспитания» и «Принятие закона о конфискации имущества лиц, осужденных за преступления, связанные с терроризмом или его пропагандой» в обеих группах оценивается как вполне вероятное, а два других события как маловероятные.

Что касается группы «нейтральных», то в первых трех ситуациях их оценка ближе группе «нелояльных», то есть они оценивают эти события как негативные. В ситуации «Принятия закона о конфискации имущества лиц, осужденных за преступления, связанные с терроризмом или его пропагандой» группа «нейтральных» ближе в оценках группе «лояльных», то есть они оценивают ее как позитивную.

В исследовании нами также были получены некоторые дополнительные данные о различных оценках социально важных событий относительно к фактору поляризации. Так, например, в группах атеистов и верующих были обнаружены значимые различия в оценках только двух событий: «Введение в школьную программу уроков военно-патриотического воспитания» ($t=2,751; p<0,01$) и «Введение в школьную программу Закона Божьего» ($t=4,689; p<0,001$). Оба события оцениваются группой атеистов как негативное, а группой верующих как позитивное. Вероятность реализации введения патриотического воспитания в школе оценивается как вполне вероятное, а Закона Божьего как маловероятное в обеих группах. Оценка двух этих событий в группе агностиков ближе к оценкам атеистов (рис. 4).

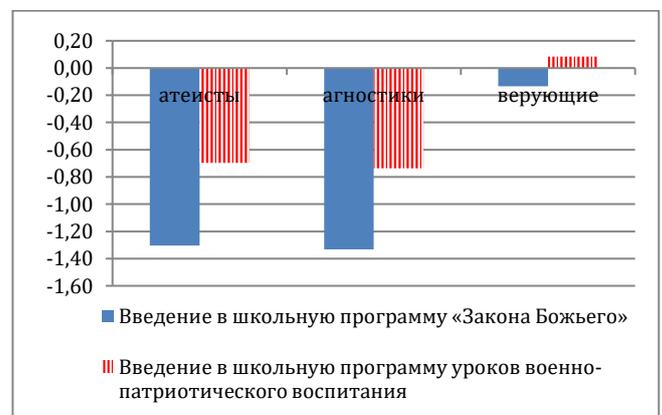


Рис. 4. Оценки предлагаемых событий в группах верующих, атеистов и агностиков

Были обнаружены статистически значимые различия в отношении к событиям в группах разного возраста. Так, например, в группах 18-20 год и 21-37 лет обнаружены значимые различия в отношении следующих событий: «Принятие закона, в соответствии с которым правоохранительные органы имеют право фиксировать любую информацию о любом человеке и использовать ее в суде» ($t=2,061$; $p<0,04$). Старшие респонденты оценивают это событие более негативно, чем молодежь 18-20 лет. То есть более молодые люди (поколение Z) намного спокойнее относятся к фиксации и использованию цифровой информации о себе.

Группа респондентов 21-37 ($t=2,168$; $p<0,03$) и 38-57 лет ($t=2,229$; $p<0,03$) оценивает «Принятие закона о запрете любой рекламы алкогольной продукции» как более правильное, чем молодежь 18-20 лет. Это вполне объясняется возрастными особенностями и потребностями респондентов, наличием и отсутствием у них семьи и детей в разных возрастных группах и как следствие – сформированности определенных моральных и этических норм.

Молодые респонденты оценивают «Принятие закона, в соответствии с которым жилплощадь и имущество лиц, приговоренных к смертной казни за особо тяжкие преступления может быть выставлены на продажу или передана ближайшим родственникам» намного более позитивно, чем респонденты поколения X ($t=3,756$; $p<0,001$) и поколения Y ($t=3,426$; $p<0,004$).

Группа поколения Z оценивает «Принудительную вакцинацию населения от любых вирусных инфекций, вызывающих эпидемию или пандемию» более негативно, чем поколение Y ($t=2,467$; $p<0,02$). Это может быть связано с тем, что молодые люди намного легче, а часто вообще бессимптомно переносят вирусные заболевания, поэтому у них не сформирован страх за свое здоровье и здоровье близких.

«Запрет на бесплатное обучение иностранным языкам в средней школе» респонденты старших групп оценивают крайне негативно, в отличие от более молодых. Различия с группой 21-37 лет $t=3,218$; $p<0,002$, а с группой 37-57 $t=2,454$; $p<0,01$. Это может быть связано со стереотипами старшего поколения о том, что если в

школе не выучишь язык, то потом будет сложнее. У молодежи к этому возможному нововведению иное отношение: в связи с цифровизацией жизни молодежь больше вовлечена в коммуникацию на иностранном языке в интернет пространстве, играх и др.

«Принятие закона об уголовной ответственности за нетрадиционные сексуальные отношения» оценивается поколением Z намного более негативно, чем поколением X ($t=2,005$; $p<0,05$).

Поколение Y хуже относится к идее «Повышения пенсионного возраста граждан РФ (мужчин до 67, женщин до 65 лет)», чем поколение X ($t=2,429$; $p<0,01$). То есть, более старшие респонденты 38-57 лет, (которые по возрасту ближе к пенсионному) хотят поработать подольше. Возможно, данный результат определяется тем, что в исследовании принимали участие в основном представители профессий, не связанных с тяжелым физическим трудом.

К идее «Снижения пенсионного возраста граждан РФ (мужчин до 60, женщин до 55 лет)» лучше отнеслись респонденты поколения Y (21-37 лет), чем поколения X ($t=3,440$; $p<0,001$). То есть, поколение Y не стремится продлевать свой трудоспособный возраст. По-видимому, поколению Y (миллениалы) психологически свойственно «оттягивать переход во взрослую жизнь».

К идее «Присоединения ЛНР и ДНР к России» поколение Y относятся хуже, чем респонденты поколения X ($t=2,019$; $p<0,05$). Это может быть вызвано ностальгией старшего поколения по стране, в состав которой входили союзные республики.

Женщины относятся более позитивно, чем мужчины к идеям «Принятия закона о конфискации имущества лиц, осужденных за преступления, связанные с терроризмом или его пропагандой» и «Принятия закона о бесплатном проезде пенсионеров в городском транспорте на всей территории РФ» ($t=1,851$; $p<0,05$ и $t=3,642$; $p<0,001$).

Подводя итоги, можно утверждать, что в условиях ценностно-аффективной поляризации чаще всего не бывает абсолютно правых или абсолютно заблуждающихся. В наиболее острой фазе иррациональность мышления проявляют

обе стороны. В результате оскорбленного чувства собственного достоинства или напряженного ожидания такого оскорбления сознание представителей каждой полярной группы начинает работать неадекватно. Люди становятся нечувствительными к противоречиям в собственных утверждениях и аргументах, но при этом тщательно и эффективно выискивают такие противоречия у соперников. В аффективном состоянии они вовсе не стремятся к поиску истины, хотя так утверждают. Они лишь подбирают аргументы в подтверждение своей позиции и для окружающих, и для себя лично.

Логика перестает играть какую-либо роль в формулировках, а манипуляции и подтасовки выходят на первое место, но при этом практически не осознаются ни теми, ни другими. И все это сопровождается утверждениями, в основе которых лежит явное, но не всегда публично признаваемое желание унижить оппонента, что, в свою очередь, приносит каждой стороне невероятное удовольствие.

Основная особенность конфликта поляризации – это потеря рационального начала, утрата способности логически мыслить, оценивать аргументы оппонента, а в случае необходимости признавать свою неправоту, нежелание идти на компромисс, так как компромисс здесь означает потерю достоинства. И чем дольше длится такое противостояние, тем значительнее уровень его аффективности. При анализе диалогов, дискуссий, споров в аффективно поляризованных группах это легко обнаруживается с помощью контент-анализа.

В результате проведенного исследования было также установлено: группа «лояльных» респондентов более позитивно оценивает следующие события: «Повышение пенсионного возраста граждан РФ (мужчины до 67, женщины до 65 лет)»; «Принятие закона о возможности любого президента РФ переизбираться на любой срок, включая его пожизненное правление»; «Присоединение ЛНР и ДНР к России»; «Введение в школьную программу «Закона Божьего»»; «Введение в школьную программу уроков военно-патриотического воспитания»; «Принятие закона о введении смертной казни за особо тяжкие преступления»; «Принятие закона о

конфискации имущества лиц, осужденных за преступления, связанные с терроризмом или его пропагандой». Группа «нелояльных» оценивает эти события негативно.

Такие события как «Принятие закона об уголовной ответственности за нетрадиционные сексуальные отношения»; «Принудительная вакцинация населения от любых вирусных инфекций, вызывающих эпидемию или пандемию», «Цветная революция в России» и «Принятие закона о запрете оборота иностранной валюты на территории РФ», «Принятие закона о запрете оскорбительных высказываний о конкурентах в политической рекламе», а также сюжеты, нарушающие моральные нормы поведения, в целом, оцениваются как негативные в обеих группах.

К идее о «Принятии закона о недопустимости владения депутатами Государственной Думы РФ собственностью за пределами РФ» положительно относятся все участники исследования. В группе «нелояльных» эта идея оценивается очень положительно, а в группе «лояльных» оценки стремятся к оценкам «нейтральной» подгруппы.

В больших социальных группах во многих случаях конфликты между людьми можно прогнозировать на основе анализа ценностной поляризации и высших социальных эмоций, в частности, чувств стыда, гордости, собственного достоинства или социального страха, поскольку именно эти эмоциональные переживания наиболее точно характеризуют чувственную сферу представителей поляризованных групп.

В целом проведенное исследование не только иллюстрирует, но и подтверждает возможность изучения аффективно-ценностной поляризации, на основе предложенной теоретической модели. Для повышения статуса модели и ее трансформации в полноценную психологическую теорию, по нашему мнению, необходимы не только многочисленные эмпирические исследования, подтверждающие основные положения концепции, но и разработка соответствующего математического аппарата, обладающего значительными описательными и прогностическими возможностями, что может быть выполнено в дальнейшем.

Заключение

Сегодня на бытовом уровне в целом сложно описать и оценить ситуацию поляризации и прогнозировать её последствия, которые, несомненно, произойдут и в самом ближайшем будущем. Любого гражданина России по внешнему виду сегодня невозможно отнести к тем, кто поддерживает проведение специальной военной операции на Украине и не поддерживает. Среди тех и других есть люди разной профессии, с разным образованием или доходом, хотя именно сложившаяся ситуация является центральным событием сегодняшних дней и создает условия для трансформации ценностной поляризации мнений в поляризацию аффективную.

Сегодня часто можно столкнуться с двумя эмоциональными реакциями: все, кто не поддерживают операцию, как правило, демонстрируют отрицательные эмоции, а те, кто поддерживают, – положительные. Первые пессимисты, они говорят, что «все будет плохо». Вторые оптимисты, их речи и слова часто сопровождаются позитивным настроем и военно-патриотическим пафосом.

Чаще всего те, кто поддерживал власть и политику Президента РФ до спецоперации, приняли ее с воодушевлением, а кто не поддерживал, отнеслись к ней крайне негативно. Поскольку поддержка власти в целом по стране в последние годы была значительной и до спецоперации поляризация мнений колебалась примерно между 60:40 («за» и «против», не выделяя относительно нейтральную и ценностно-неустойчивую группу), то в первые недели после начала спецоперации соотношение оценивалось экспертами приблизительно как 70:30⁷. Однако, как объяснить такой рост воодушевления и патриотизма в стране? Можно ли это объяснить лишь активной деятельностью правительственных средств массовой информации и пропагандой, с одной стороны, и ограничительными мерами Роскомнадзора по отношению к социальным сетям, с другой? Можно ли это объяснить, например, защитной реакцией населения на санкции стран Запада и травлю россиян, резко усилившуюся в мире после начала спецопера-

ции? На эти вопросы в настоящее время нет точного ответа. Однако время покажет...

Литература

1. Лебедев А.Н., Гордякова О.В. Теоретические и методологические вопросы изучения патриотизма как социального чувства и социально ориентированного поведения. 2016. Т.1. №1. С.23-40. URL: http://soc-economy-psychology.ru/engine/documents/document_197.pdf (дата обращения 29.02.2022)
2. Лебедев А.Н., Гордякова О.В. Чувство патриотизма и типы патриотического поведения в поляризованном обществе // Новое в психолого-педагогических исследованиях. 2017. №1(45). С. 92-97.
3. Московиси С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс. М.: Академический проект, 2011.
4. Московиси С. Машина, творящая богов. М.: Центр психологии и психотерапии, 1998.
5. Abramowitz A.I., Saunders K.L. Is polarization a myth? // Journal of Politics. 2008. V.70. № 2. P. 542-555.
6. Asch S.E. Effects of Group Pressure on the Modification and Distortion of Judgments // In Guetzknow H. Ed. Groups, Leadership and Men. Pittsburgh, PA, Carnegie Press. 1951. P.177-190.
7. Asch S.E. Group forces in the modification and distortion of judgments// In S.Asch, Social psychology. Prentice-Hall, Inc. 1952. P.450-501.
8. Asch S.E. Studies of independence and conformity: A minority of one against a unanimous majority//Psychological monographs: General and applied.1956. V.70. №9. P.1-70.
9. Boxell L., Gentzkow M., Shapiro J.M. Cross-Country Trends in Affective Polarization. // NBER Working Paper. 2020. № w26669. URL: <https://ssrn.com/abstract=3522318> (дата обращения 11.09.2021)
10. Dawson J. The Wave shows how to turn children into Nazis. Sunday Times.2008. URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/the-wave-shows-how-to-turn-children-into-nazis-mfnbb39h2rk>

⁷ Как известно, пресс-секретарь Президента РФ Д.С.Песков в СМИ назвал соотношение: 75:25.

11. Doise W. Individual and social identities in intergroup relations // *European Journal of Social Psychology*. 1988. V.18. P.99-111.
12. 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. V.5. P.28-38.
13. Druckman J.N., Peterson E., Slothuus R. How Elite Partisan Polarization Affects Public Opinion Formation // *American Political Science Review*. 2013. V.107. № 1. P.57-79.
14. 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. V.22. №1. P.129-146.
15. Jones R. No Substitute for Madness. A Teacher, His Kids and The Lessons of Real Life. Covelo, California: Island Press, 1981.
16. Jungkunz S. Political Polarization During the COVID-19 Pandemic // *Frontiers in Political Science*. 2021. DOI: 10.3389/fpos.2021.622512
17. Klink B. The Third Wave presents inside look at Fascism. The Cumberley Catamount. 1967. V.11. №14. P.3. (News article in Cumberley student newspaper, following the Third Wave Rally, including details regarding the rally and names of some individuals involved).
18. Milgram S. Behavioral study of obedience // *Journal of Abnormal and Social Psychology*. 1963. №67. P.371-378.
19. Milgram S. Some conditions of obedience and disobedience to authority // *Human relations*. 1965. №18(1). P.57-76.
20. Moscovici S., Zavalloni M. The group as a polarizer of attitudes // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1969. V.12. №2. P.125-135.
21. Moscovici S., Mugny G., van Avermaet E. (Eds.). *Perspectives on minority influence*. New York: Cambridge University Press. 2008.
22. Moscovici S., Pérez J.A. A study of minorities as victims // *European Journal of Social Psychology*. 2007. №37(4). P.725-746.
23. Myers D. *Social psychology*. Boston: McGraw-Hill College, 1999.
24. Nevryuev A., Gagarina M. After the discussion, I am even more confident in my point of view: An overview of studies of group polarization // *Review of Business and Economics Studies*. 2020. V.8. №3. P.6-12.
25. Peterson E., Kagalwala A. When Unfamiliarity Breeds Contempt: How Partisan Selective Exposure Sustains Oppositional Media Hostility // *American Political Science Review*. 2021. V. 115. № 2. P.585-598.
26. Rogowski J.C. Voter Decision-Making with Polarized Choices // *British Journal of Political Science*. 2018. V.48. № 1. P.1-22.
27. Schulz-Hardt S., Frey D., Lüthgens C., Moscovici S. Biased information search in group decision making // *Journal of Personality and Social Psychology*. 2000. №78(4). P.655-669.
28. Sherif M. *Social judgment: assimilation and contrast effects in communication and attitude change*. Westport, Conn.: Greenwood Press. 1980.
29. Strasser T. *The Wave*. New York: Dell Publishing Co. 1981.
30. Tajfel H., Turner J.C. An integrative theory of intergroup conflict // In W.G. Austin, S. Worchel (Eds.). *The social psychology of intergroup relations*. Monterey, CA: Brooks/Cole. 1979. P.33-47.
31. Tajfel H., Turner J. *The social identity theory of intergroup behavior* // *Psychology of Intergroup Relations*. 2nd edn. Eds. S. Worchel, W. Austin. Chi.: Nelson-Hall, 1986.
32. Van S., Lyn M. Extreme members and group polarization // *Social Influence*. 2009. №4(3). P.185-199.
33. Vinokur A., Burnstein E. Effects of partially shared persuasive arguments on group induced shifts: A group problem-solving approach // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1974. №29(3). P.305-315.
34. Wagner M. Affective Polarization in Multiparty Systems // *Electoral Studies*. 2021. V.69. P.102-199.
35. Wagner M., Russo L. *Affective Polarization Around the World: Measurement, Causes and Consequences*. 2021. URL: <https://ecpr.eu/Events/Event/PanelDetails/10463>
36. Zimbardo F. *Influencing Attitudes and Changing Behavior* (2nd ed.). Reading, MA: Addison Wesley, 1977.

37. Zingher J., Flynn M.E. The Effect of Elite Polarization on Mass Attitudes and Behaviors: 1972-2012 // *British Journal of Political Science*. 2014. DOI: 10.2139/ssrn.2462876

Статья поступила в редакцию 29.02.2022

ON THE THEORY OF VALUE-AFFECTIVE POLARIZATION OF SOCIAL GROUPS

©Aleksandr N. Lebedev

Sc.D. (psychology), leading research officer, laboratory of psychology of personality, Institute of psychology, Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia
lebedev-lubimov@yandex.ru

The theoretical foundations of the socio-psychological phenomenon of value-affective polarization study are discussed in the article. Some research data based on the proposed theoretical model and its corresponding methodology also provides. The study was carried out on the eve of a special military operation in Ukraine. It is argued that for the most complete description of the phenomenon of value-affective polarization and the development of a theoretical model, it is necessary to consider: the *conditions* for the emergence of polarization in groups, the *stages* of its development, *types* of polarization, *psychological mechanisms, functions, trends, patterns or laws* and the so-called *ideal objects* of theory. This description is presented in the article. As one of the possible methods of studying the phenomenon, an analysis of the respondents' attitude to well-known world politicians and public media personalities is proposed. It is shown that the polarization of opinions in Russia is found mainly in relation to the head of state. In turn, in all experimental subgroups and the relatively neutral «conditional majority» subgroup in this sample, the majority of which are women, the attitude towards the main opposition figure of A. Navalny turns out to be generally quite negative and does not cause significant polarization of respondents' opinions. Important attention is paid to the connection of the increase in affectivity of polarization with the tendency to irrational judgments. This is called in the article the «basic law» of value-affective polarization in social groups. The role of higher social emotions (feelings of shame, pride, self-esteem) in the transformation of value polarization into affective polarization is also considered.

Keywords: value-affective polarization of social groups, special military operation in Ukraine, higher social emotions, majority and minority, in-group favoritism, social experiment, ideal objects of theory.

REFERENCES

1. Lebedev, A.N., Gordyakova, O.V. (2016). Teoreticheskie i metodologicheskie voprosy izucheniya patriotizma kak social'nogo chuvstva i social'no orientirovannogo povedeniya [*Theoretical and methodological issues of studying patriotism as a social feeling and socially oriented behavior*]. V.1. №1. P.23-40. URL:<http://soc-economy-psychology.ru/engine/documents/document197.pdf> (data obrashcheniya 29.02.2022)
2. Lebedev, A.N., Gordyakova, O.V. (2017). CHuvstvo patriotizma i tipy patrioticheskogo povedeniya v polyarizovannom obshchestve [*A sense of patriotism and types of patriotic behavior in a polarized society*] // *Novoe v psichologopedagogicheskikh issledovaniyah* [*New in psychological and pedagogical research*]. №1(45). P. 92-97.
3. Moskovisi, S. (2011). Vek tolpy. Istoricheskij traktat po psichologii mass [*The age of crowds. Historical Treatise on Mass Psychology*]. Moscow: Akademicheskij proekt.

4. Moskovisi, S. (1998). *Mashina, tvoryashchaya bogov [The machine that creates the gods]*. Moscow: Centr psihologii i psihoterapii.
5. Abramowitz, A.I., Saunders, K.L. (2008). Is polarization a myth? // *Journal of Politics*. V.70. №2. P. 542-555.
6. Asch, S.E. (1951). Effects of Group Pressure on the Modification and Distortion of Judgments // In Guetzknow H. Ed. *Groups, Leadership and Men*. Pittsburgh, PA, Carnegie Press. P.177-190.
7. Asch, S.E. (1952). Group forces in the modification and distortion of judgments // In S.Asch, *Social psychology*. Prentice-Hall, Inc. P.450-501.
8. Asch, S.E. (1956). Studies of independence and conformity: A minority of one against a unanimous majority // *Psychological monographs: General and applied*. V.70. №9. P.1-70.
9. Boxell, L., Gentzkow, M., Shapiro, J.M. (2020). Cross-Country Trends in Affective Polarization. // NBER Working Paper. № w26669. URL: <https://ssrn.com/abstract=3522318> (дата обращения 11.09.2021)
10. Dawson, J. (2008). The Wave shows how to turn children into Nazis. *Sunday Times*. URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/the-wave-shows-how-to-turn-children-into-nazis-mfnbb39h2rk>
11. Doise, W. (1988). Individual and social identities in intergroup relations // *European Journal of Social Psychology*. V.18. P. 99-111.
12. Druckman, J.N., Klar, S., Krupnikov, Y., Levendusky, M., Ryan, J.B. (2021). Affective polarization, local contexts and public opinion in America. // *Nature Human Behavior*. V.5. P.28-38.
13. Druckman, J.N., Peterson, E., Slothuus, R. (2013). How Elite Partisan Polarization Affects Public Opinion Formation // *American Political Science Review*. V.107. № 1. P. 57-79.
14. Iyengar, S., Leikes, Y., Levendusky, M., Malhotra, N., Westwood, S. (2019). The Origins and Consequences of Affective Polarization in the United States // *Annual Review of Political Science*. V.22. №1. P. 129-146.
15. Jones, R. (1981). *No Substitute for Madness. A Teacher, His Kids and The Lessons of Real Life*. Covelo, California: Island Press.
16. Jungkunz, S. (2021). Political Polarization During the COVID-19 Pandemic // *Frontiers in Political Science*. DOI: 10.3389/fpos.2021.622512
17. Klink, B. (1967). *The Third Wave presents inside look at Fascism*. The Cubberley Catamount. V.11. №14. P.3. (News article in Cubberley student newspaper, following the Third Wave Rally, including details regarding the rally and names of some individuals involved).
18. Milgram, S. (1963). Behavioral study of obedience // *Journal of Abnormal and Social Psychology*. № 67. P.371-378.
19. Milgram, S. (1965). Some conditions of obedience and disobedience to authority // *Human relations*. №18(1). P.57-76.
20. Moscovici, S., Zavalloni, M. (1969). The group as a polarizer of attitudes // *Journal of Personality and Social Psychology*. V.12. №2. P.125-135.
21. Moscovici, S., Mugny, G., van Avermaet E. (Eds.). (2008). *Perspectives on minority influence*. New York: Cambridge University Press.
22. Moscovici, S., Pérez, J.A. (2007). A study of minorities as victims // *European Journal of Social Psychology*. №37(4). P. 725-746.
23. Myers, D. (1999). *Social psychology*. Boston: McGraw-Hill College.
24. Nevryuev, A., Gagarina, M. (2020). After the discussion, I am even more confident in my point of view: An overview of studies of group polarization // *Review of Business and Economics Studies*. V.8. №3. P.6-12.
25. Peterson, E., Kagalwala, A. (2021). When Unfamiliarity Breeds Contempt: How Partisan Selective Exposure Sustains Oppositional Media Hostility // *American Political Science Review*. V. 115. № 2. P. 585-598.
26. Rogowski, J.C. (2018). Voter Decision-Making with Polarized Choices // *British Journal of Political Science*. V. 48. № 1. P. 1-22.
27. Schulz-Hardt, S., Frey, D., Lüthgens, C., Moscovici, S. (2000). Biased information search in group decision making // *Journal of Personality and Social Psychology*. №78(4). P. 655-669.
28. Sherif, M. (1980). *Social judgment: assimilation and contrast effects in communication and attitude change*. Westport, Conn.: Greenwood Press.

29. Strasser, T. (1981). *The Wave*. New York: Dell Publishing Co.
30. Tajfel, H., Turner, J.C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict // In W.G. Austin, S. Worchel (Eds.). *The social psychology of intergroup relations*. Monterey, CA: Brooks/Cole. P. 33-47.
31. Tajfel, H., Turner, J. (1986). The social identity theory of intergroup behavior // *Psychology of Intergroup Relations*. 2nd edn. Eds. S. Worchel, W. Austin. Chi.: Nelson-Hall.
32. Van, S., Lyn, M. (2009). Extreme members and group polarization // *Social Influence*. № 4(3). P. 185-199.
33. Vinokur, A., Burnstein, E. (1974). Effects of partially shared persuasive arguments on group induced shifts: A group problem-solving approach // *Journal of Personality and Social Psychology*. №29(3). P. 305-315.
34. Wagner, M. (2021). Affective Polarization in Multiparty Systems // *Electoral Studies*. V.69. P. 102-199.
35. Wagner, M., Russo, L. (2021). Affective Polarization Around the World: Measurement, Causes and Consequences. URL: <https://ecpr.eu/Events/Event/PanelDetails/10463>
36. Zimbardo, F. (1977). *Influencing Attitudes and Changing Behavior* (2nd ed.). Reading, MA: Addison Wesley.
37. Zingher, J., Flynn, M.E. (2014). The Effect of Elite Polarization on Mass Attitudes and Behaviors: 1972-2012 // *British Journal of Political Science*. DOI: 10.2139/ssrn.2462876

The article was received 29.02.2022.