

# СОЦИАЛЬНАЯ, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ И ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ

## АФФЕКТ ПОЛЯРИЗАЦИОННОЙ НЕОПРЕДЕЛЁННОСТИ И БЫЛ ЛИ ПРАВ С. МОСКОВИСИ?

© Лебедев А.Н.

доктор психологических наук, главный научный сотрудник лаборатории психологии личности, Институт психологии РАН, Москва, Россия, lebedev-lubimov@yandex.ru; ORCID: 0000-0003-1030-9709

Работа выполнена при поддержке РНФ в рамках научного проекта № 23-18-00422, <https://rscf.ru/project/23-18-00422/>

Статья посвящена изучению проблемы ценностно-аффективной поляризации социальных групп. Она приурочена ко дню рождения и приближающемуся 95-летнему юбилею в 2025 году выдающегося французского социального психолога С. Московиси, автора концепции групповой поляризации. В статье рассматривается система понятий, которые описывают ценностно-аффективную модель поляризации, приводятся результаты эмпирического исследования влияния поляризованного меньшинства на управляемое большинство группы, обозначены новые методы, на основе которых проводятся исследования в данном направлении, а именно: метод имплицитных политических установок (ИАТ) и провокативной групповой дискуссии. В начале исследований в 70-х гг. XX столетия феномен групповой поляризации мнений рассматривался как сугубо когнитивный. В настоящее время наиболее часто в социально-психологической и политологической литературе говорится о так называемой «аффективной поляризации». Данный феномен изучается как процесс, который имеет несколько этапов развития. Аффективной поляризации обязательно предшествует этап поляризации ценностной, что позволяет на основе научных методов прогнозировать ее динамику и возможное развитие.

**Ключевые слова:** групповая поляризация, ценностно-аффективная поляризация, меньшинство и большинство социальной группы, социалистический коллектив, высшие социальные эмоции, имплицитные политические установки, метод групповой дискуссии, предвзятость подтверждения, теория поиска значимости

### Введение

Не так давно, а точнее 14 июня 2024 года, исполнилось 94 года со дня рождения выдающегося французского психолога С. Московиси. Это означает, что в следующем году мы отметим его 95-летний юбилей. Много лет назад (в 1991 году), выбирая тему для научной стажировки в Доме наук о человеке (Maison des Sciences de L'homme) в его лаборатории, на вопрос С. Московиси о планируемых исследова-

ниях я ответил, что хотел бы заниматься прогнозированием конфликтов и что у меня есть идея и методика, которая через взаимные оценки и самооценки может эффективно прогнозировать конфликты, что очень важно для России [5]. На это он ответил, что, по его мнению, данная тема вряд ли будет актуальной, поскольку, во-первых, «Дейч уже все это хорошо исследо-

вал и придумать что-то новое – сложно»<sup>1</sup>, вторых, «у вас в стране скоро все наладится и проблема прогнозирования конфликтов уже не будет такой актуальной». Стало понятно, что групповая поляризация мнений, которая предшествует большинству внутригрупповых конфликтов, и которую он первым в социальной психологии начал изучать на рубеже 60–70-х годов XX века, в 90-х уже была для него не столь интересной.

Через пару месяцев, находясь в США, он по почте прислал мне длинное письмо, которое было написано на клочке бумаги, оторванной от ленты матричного принтера. В письме С. Московиси советовал заняться изучением социального влияния, которое реализуется в рекламе и пропаганде, поскольку это очень актуально. В результате, возможно, благодаря именно совету С. Московиси, в отечественной социальной психологии, согласно определению ВАК РФ, появилась новое направление в российской науке – психология рекламной коммуникации [10].

### **Феномен ценностно-аффективной поляризации**

Поляризация мнений – одно из наиболее сложных для изучения социально-психологических явлений. Большинство конфликтов, с которыми человечество сталкивается в настоящее время, возникает в соответствии с механизмом ценностно-аффективной поляризации. Она им очень часто предшествует и, изучая ее, мы можем конфликты прогнозировать и предотвращать. Несмотря на то, что целью конфликтующих сторон в группе могут быть банальные экономические или политические интересы, поляризация – неизменное условие для того, чтобы относительно ценностно-однородная социальная общность разделилась во мнениях по наиболее важным для нее вопросам. И даже известный принцип «разделяй и

властвуй», в той или иной степени применяемый практически всеми мировыми политиками, успешно реализуется именно в том случае, если учитывается феномен групповой поляризации мнений, которую в психологии впервые начал изучать именно С. Московиси [20].

Вряд ли кто-то будет отрицать тот факт, что одно из основных отличий отечественной социальной психологии от зарубежной определяется разницей теоретических и методологических основ. Практически весь советский период отечественная социальная психология, как, впрочем, и психология личности, занималась разработкой концепции формирования «нового» человека, человека коммунистического типа, что определялось решением так называемой «триединой задачи построения в СССР коммунистического общества» [6].

Западная социальная психология личности чаще всего изучала личность безотносительно к государственным задачам ее формирования, воспитания, перевоспитания и пр., то есть такой, какой она представлялась ученым в рамках различных научных подходов. При этом разных теорий за более чем столетний период накопилось значительное количество [3; 21]. Советская же социальная психология исходила из того, что личность формируется в социальных условиях, а личность коммунистического типа – в социалистическом коллективе.

В психологической литературе советского времени постоянно подчеркивалось, что основным отличием коллектива от группы, даже очень сплоченной, например, работников какой-либо успешной частной компании, является отсутствие в нем конформизма. Считалось, что в коллективе возникает так называемое ценностно-ориентационное единство (ЦОЕ), поэтому любому конформизму в нем в принципе нет места [13].

Структурную основу социалистического коллектива, по определению советского педагога А.С. Макаренко, всегда составляет некий «актив» из числа наиболее идеологически подкованных его членов [12]. Именно активы готовят общие решения, которые потом принимаются всеми участниками совместной деятель-

<sup>1</sup>Мортон Дейч – (*Morton Deutsch*) американский психолог, специалист в области социальной психологии личности, конфликтологии, психологии предупреждения военных действий, почётный профессор Колумбийского университета.

ности, и принимаются они, по понятным причинам, чаще всего единогласно. По определению, которое предложил А.С. Макаренко, коллективом может быть названа лишь та сплоченная социальная группа, ценности, интересы и цели которой совпадают с ценностями, интересами и целями государства, а поскольку государство социалистическое, то и коллектив существует только при социализме. В условиях буржуазного общества и рыночной экономики коллективов не бывает.

Проблема движущих сил истории всегда была основой марксистско-ленинской философии. С одной стороны, в соответствии с концепцией К. Маркса, Ф. Энгельса, В.И. Ленина, народ, и прежде всего пролетариат, – движущая сила развития общества, но она не способна к активным действиям, если не направляется передовой коммунистической партией, по сути, – активом [6; 11].

Исследования феномена групповой поляризации под руководством С. Московиси проводились практически одновременно с изучением другого известного в социальной психологии феномена – меньшинства (*minority*) и большинства (*majority*) группы [19]. Сегодня объединение этих двух направлений исследований – групповой поляризации и меньшинства / большинства дает нам основу для построения общей концепции ценностно-аффективной поляризации социальных групп.

Вполне очевидно, что актив коллектива – это, по сути своей, лидирующее меньшинство социальной группы, а остальные ее члены – это большинство, если определять это на основе модели С. Московиси. Также очевидно, что если речь идет о ценностно-ориентационном единстве членов социальной группы, то понятие групповой поляризации мнений всегда оказывается лишь нежелательным артефактом в процессе принятия групповых решений, требующим изменения повестки общего собрания для достижения либо единогласного мнения, либо мнения большинства при наличии некоторых отдельных «воздержавшихся».

Проблема отношения меньшинства и большинства в социальных группах давно волнова-

ла философов и рассматривалась в связи с понятием демократии. Так, например, Ж-Ж. Руссо утверждал, что настоящая демократия не существовала и никогда не будет существовать, поскольку не бывает так, чтобы большинство управляло меньшинством. В свою очередь, русский религиозный философ и литературный критик В.В. Розанов полагал, что демократия – это способ, с помощью которого хорошо организованное меньшинство управляет неорганизованным большинством. Ф. Шиллер заявлял, что большинство – это всегда безумие, а ум есть только у меньшинства [15].

В 70-е годы прошлого столетия регулярно проводились экспериментальные исследования феномена групповой поляризации при принятии групповых решений и групповом решении проблем. Несмотря на спад интереса к одному из наиболее известных в социальной психологии понятий – установки (*attitude*), – оно использовалось для объяснения многих явлений, которые изучались в этих условиях [1; 2; 17]. Было показано, например, что политические установки заставляют людей воспринимать любые общественно важные события тенденциозно, поэтому позиция У. Томаса и Ф. Занецкого, высказанная ими в начале XX века, о том, что установки имеют ценностную, а значит – субъективную природу, оказалась вполне приемлемой, чтобы объяснить почему люди очень часто, принимая совместные решения, не могут прийти к единому общему мнению. Структурная модель аттитюда, предложенная в 1942 году М. Смитом, показала, насколько важна в этом роль аффективного компонента и каково его влияние на восприятие и поведение человека в условиях поляризации социальной группы [1].

Следует отметить, что в начале исследований поляризации ее рассматривали в основном как когнитивный феномен, так как в условиях экспериментальной лаборатории всегда требовалось соблюдать этические нормы, что ограничивало возможности изучения острых эмоциональных переживаний испытуемых, например, при проведении групповых дискуссий. Когда же интерес исследователей переместился в

область больших социальных групп и благодаря появившейся возможности обрабатывать большие данные, стало очевидным, что эмоциональный компонент играет в групповой поляризации если и не основную, то очень важную роль [8; 16; 22].

В настоящее время в мировой социально-психологической и политологической литературе наиболее часто употребляется термин «аффективная поляризация». Однако, как показывают исследования, аффективная поляризация в больших группах никогда не возникает мгновенно, ей всегда предшествует поляризация ценностная. Более того, именно установки, имеющие ценностную природу, чаще всего являются причиной поляризации мнений. В этом случае исследователи сталкиваются с ситуацией, когда группа разделяется по вопросам, не имеющим объективно однозначных решений, как например, вопросы морального выбора, известные в литературе как «задачи вагонетки» или парадокс Канта-Констана [14].

Для ответа на вопрос о том, почему в поляризованной группе возникает предвзятость подтверждения или увеличивается количество иррациональных суждений, необходима теория, которая могла бы вывести на первое место факторы, наиболее существенные для объяснения всех эмпирически зафиксированных феноменов и прежде всего она должна предложить свое наиболее адекватное представление о природе личности. Такой теорией, на наш взгляд, сегодня является теория поиска значимости, разработанная группой авторов под руководством А. Круглански [18]. В основе данной теории лежат высшие социальные эмоции, которые позволяют объяснить аффективную поляризацию на основе принципа сохранения личного достоинства. Несмотря на то, что авторы данной теории этого напрямую не утверждают, из нее все-таки неизбежно следует, что система ценностей личности может формироваться относительно случайным образом. Нам близка данная теория потому, что понятие поиска значимости во многом совпадает с понятием дистинктивного поведения, которое мы

рассматривали в ряде исследований в 2006 году [9].

Данная теория наиболее точно объясняет не только предвзятость подтверждения на эмоциональном уровне, но и увеличение иррациональности мышления в поляризованных подгруппах (рост иррациональных суждений в условиях лабораторных дискуссий). Действительно, еще С. Московиси указывал на то, что меньшинство в группах практически никогда не меняет своих взглядов, а если меняет, то крайне редко и только при определенных условиях [19; 20]. Особенно это заметно в тех случаях, когда представители меньшинства публично заявляют, а потом в дискуссиях активно отстаивают свою позицию. И чем эмоциональнее проходят такие дискуссии, тем болезненнее переживается потеря значимости, тем сильнее проявляется предвзятость подтверждения и иррациональность суждений участников противостояния. Причем происходит это в обеих поляризованных подгруппах, независимо от занимаемой позиции и содержания представленной аргументации.

Широко распространённые в психологии термины: самооценка, образ Я, чувство собственного достоинства, чувство гордости, стыда, вины и другие также отражают суть изучаемого явления. Однако, на наш взгляд, на сегодняшний день именно термин «личностная значимость» является наиболее удачным для описания феномена поляризации и построения эмпирически валидной и надежной модели. Так, например, понятие самооценки применяется для описания и изучения того, как человек эмоционально реагирует на достижение поставленной цели, которая совсем не обязательно связана с общением и социальным взаимодействием. Она может характеризовать лишь индивидуальное поведение. Если цель достигнута, то самооценка высокая, если нет, то низкая. Понятие самооценки хорошо описывает практическую профессиональную деятельность, не предполагающую реакции индивида на оценку других людей, реальных или воображаемых. В свою очередь, потеря значимости всегда социальна и основана на представлениях

индивида о возможных негативных или позитивных социальных оценках референтной для него социальной группы.

Модель ценностно-аффективной поляризации в социальных группах может быть представлена системой понятий (таблица 1).

**Таблица 1.** Система понятий концепции ценностно-аффективной поляризации социальной группы

Социальная группа	Social group	Социальная группа – одно из основных понятий социальной психологии. Можно выделить два подхода к определению социальной группы. Первый условно может быть назван социологическим и восходит к работам М. Вебера. В соответствии с ним группа может состоять из людей, которых мы объединили по некоему общему признаку и которые могут быть незнакомы друг другу и никак не взаимодействовать в реальной жизни. Второй восходит к идеям Э. Дюргейма и С. Московиси и его можно назвать социально-психологическим. Он предполагает, что у членов группы есть некие общие социальные представления, либо опыт общения.
Социально-психологическая установка	Attitude	Понятие отражает диспозиционную ценностную составляющую индивидуального сознания. На основе социального влияния, социальных установок и поиска личностной значимости индивид может оказаться членом какого-либо поляризованного меньшинства. Его мировоззрение, система ценностей и публично декларируемые суждения будут определяться тем, какая именно установка сформировалась. В соответствии с теорией поиска значимости установка может формироваться как вследствие социального влияния, так и вопреки ему.
Большинство группы	Majority	Понятие введено С. Московиси с целью выделить часть социальной группы, которая может менять свои убеждения в зависимости от силы социального влияния.
Меньшинство группы	Minority	Понятие введено С. Московиси с целью выделить наиболее активную часть социальной группы, которая не меняет своих убеждений независимо от силы социального влияния. Более того, чем активнее часть группы с противоположным мнением, тем выше предвзятость подтверждения у представителей групп поляризованного меньшинства.
Лояльное меньшинство	Loyal Minority	Этим понятием при проведении исследований в области политической психологии мы обозначаем подгруппу меньшинства, поддерживающую ту или иную ветвь власти.
Нелояльное меньшинство	Disloyal Minority	Этим понятием при проведении исследований в области политической психологии мы обозначаем подгруппу, не поддерживающую ту или иную ветвь власти.
Ценностно-полярные суждения	Value-polar judgments	Суждения членов группы, не имеющие объективных критериев оценки их истинности, как например, суждения морального выбора.
Социальные представления	Social Representations	Основное понятие теории С. Московиси, характеризующее наличие общих взглядов у членов социальной группы, часто имеющих ценностную природу и отличающихся от строгих научных представлений о чем-либо.
Высшие социальные эмоции	Self-conscious Emotions	Эмоциональные состояния, которые переживает человек только по отношению к другим людям и которые тесно связаны с чувством личного достоинства индивида (стыд, гордость, вина).

Предвзятость подтверждения	Confirmation Bias	Склонность людей искать доказательства своей точки зрения и игнорировать информацию, которая её опровергает.
Иррациональность мышления	Irrational Thinking	Ход мыслей, не имеющий строго выстроенной логической цепочки и основанный на предположениях и чувствах, нечувствительность к противоречиям в собственных ценностных суждениях.
Латентная поляризация	Latent Polarization	Форма поляризация группы, которая возникает в случае резкого усиления власти какого-либо поляризованного меньшинства.
Вторичная поляризация	Secondary Polarization	Поляризация внутри поляризованного меньшинства социальной групп. В большей степени проявляется у нелояльных власти индивидов и в наименьшей у лояльных.
Аффект неопределённости	Affect of Uncertainty	Эмоциональное состояние, которое приводит к различным иногда противоположным формам поведения (ступор, паника, стремление подчиниться более сильному, найти у него защиту).
Аффект поляризационной неопределённости	Affect of Polarizing Uncertainty	Эмоциональное состояние, которое возникает у представителей большинства социальной группы при необходимости выбора политической позиции в условиях ценностно-аффективной поляризации общества.
Поиск значимости	Search for Significance	Механизм развития и регуляции внутреннего мира личности, рассматриваемый в теории А. Круглански как системообразующий (Significance-Quest Theory).

### **Аффект поляризационной неопределённости**

Аффект поляризационной неопределённости – новое понятие, без введения которого невозможно объяснить некоторые важные социально-психологические явления в обществе и психологическое состояние общества в настоящее время. Данный феномен можно рассматривать как частный случай более общего явления – аффекта неопределённости [4]. Очевидно, что неопределённость – это не всегда отсутствие необходимой или вообще какой-либо информации. Противоречивость информации и ее переизбыток также могут вызвать данное состояние. В этом случае наиболее часто мы сталкиваемся с тремя формами поведения – ступор, паника и поиск защиты у более сильного партнера (лидера), – которые можно обнаружить и у животных, и у человека, что свидетельствует об универсальности данного явления.

Аффект поляризационной неопределённости возникает при необходимости выбора политической позиции и может быть описан понятием когнитивного диссонанса. Его, впрочем как и саму аффективную поляризацию, сегодня можно обнаружить во многих странах мира [2; 4; 7; 16; 22]. Например, в 90-е годы Россия пережи-

вала это состояние, когда большая часть населения не могла определиться с тем, принимать ли ей новый государственный строй и новую власть или бороться за сохранение старой. Возможно, это была одна из причин, по которой эти годы оказались такими тяжелыми, а события 1991 и 1993 года лишь усложнили ситуацию непониманием происходящего большинством граждан РФ. В этом случае свою активность, что вполне очевидно, проявило криминальное меньшинство общества, с последствиями деятельности которого мы сталкиваемся до сих пор.

Если аффект неопределённости предполагает три варианта поведения индивида, то аффект поляризационной неопределённости отличается лишь тем, что выбор лидера связан с его позицией, программой, концепцией, способностью убеждать, оказывать социальное влияние и др. Следует отметить, что поляризация мнений может происходить как в группах знакомых людей, так и незнакомых друг другу, но относящихся к одному социальному слою по основным социально-демографическим характеристикам (возраст, уровень экономического благосостояния, образование и др.). Таким образом формируются условия, при которых внутри

группы индивидуальные мнения ее членов совпадают или коррелируют и одновременно обнаруживаются различия по групповым характеристикам, например, по средним значениям. В этом случае можно наблюдать ценностную поляризацию, которая при непосредственном взаимодействии членов поляризованных групп может преобразовываться в аффективную.

Аффект поляризационной неопределенности часто проявляется в том, что люди начинают верить фейкам, конспирологическим теориям, пытаются выстраивать версии, не замечая противоречий. Например, это происходило в дни теракта в «Крокус-Сити Холле» в марте 2024 года. Однако в результате активности государственных СМИ все конспирологические версии утратили свое влияние, и большинство населения приняло официальную версию событий, которая оказалась более убедительной. Тем не менее многочисленные вопросы, которые обсуждались в социальных сетях, как считают многие интернет-блогеры, так и не получили ответа.

#### **Изучение поляризации мнений при восприятии представителями большинства дискуссии членов лояльной и нелояльной подгрупп**

Поскольку особый интерес для политической психологии представляет процесс социального влияния поляризованного меньшинства на большинство группы нами было проведено исследование того, как группа респондентов (случайная выборка) воспринимает и оценивает дискуссию людей с противоположными взглядами, в процессе которой высказываются противоположные мнения по проблеме, не имеющей однозначного решения.

Исследование проводилось в четыре этапа. 1) Подбор участников групповой дискуссии; 2) Групповая дискуссия; 3) Обработка результатов и подготовка стимульного материала; 4) Оценка группой респондентов транскрибированного и сокращенного текста дискуссии.

В качестве участников дискуссии в социальных сетях были отобраны 7 человек, которые дали согласие в ней участвовать. Они отбира-

лись на основе теста имплицитных политических установок (IAT) и экспертного анализа их активности в социальных сетях [8]. Было отобрано 3 лояльных и 4 нелояльных по отношению к власти индивида. Дискуссия проводилась на платформе ZOOM в течение двух часов и оплачивалась. Участники дискуссии – лица с высшим образованием, из разных городов России, в возрасте от 40 до 63 лет, со средним доходом. Из них 4 женщины и 3 мужчины. Обсуждение проводилось методом провокативной групповой дискуссии. Тема дискуссии была связана с предложением В.И. Матвиенко создать в России так называемое Министерство счастья, которое будет рассматривать все мероприятия, проводимые руководством страны, на предмет того, делают ли эти мероприятия людей более счастливыми или они бесполезны.

В результате анализа дискуссии экспертами (N=8) было отобрано 50 противоположных, по их мнению, высказываний (лояльных и нелояльных поровну), которые в условиях учебной аудитории последовательно предъявлялись респондентам и оценивались по шкале: согласен, не согласен, не могу оценить. В качестве респондентов выступили студенты старших курсов двух высокорейтинговых московских вузов (N=107). Среди них 48 молодых людей и 59 девушек в возрасте от 20 до 25 лет. По результатам исследования был проведен кластерный анализ.

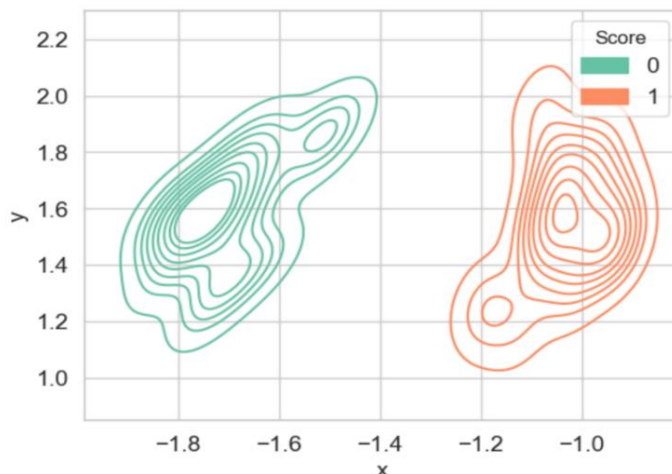
#### **Результаты исследования**

В исследовании мы наблюдали поляризацию случайной выборки респондентов при оценке ими текста дискуссии поляризованного меньшинства. Учитывая, что заданная модератором тема является для респондентов новой и крайне неопределенной с позиции ее целесообразности, можно сделать предположение о вероятной поляризационной неопределенности респондентов. Следует также отметить, что студенты вузов, принявшие участие в исследовании, не имели какой-либо устойчивой и ярко выраженной политической позиции, в соответствии с которой их можно было бы однозначно отнести к группам лояльного или нелояльного мень-

шинства, поскольку они не проявляли внеузовской политической активности.

Результаты кластерного анализа по оценкам высказываний, проведенного методом  $t$ -средних с понижением размерности и применением ал-

горитма  $t$ -SNE демонстрируют выделение двух кластеров. Диаграмма на рис. 1 демонстрирует распределение элементов по кластерам с учетом ядерной оценки плотности ( $kde$  – kernel density estimation).



**Рис. 1.** Результаты кластерного анализа оценок респондентов (N=107) по высказываниям участников групповой дискуссии

Высказывания участников дискуссии распределились по кластерам в равных долях – по 25 высказываний в каждом кластере. Далее проводился анализ выявленных кластеров высказываний по оценкам респондентов в их взаимосвязи с оценками лояльности нелояльности участников дискуссии.

В соответствии с оценками респондентов кластеры выделились относительно лояльных и нелояльных высказываний. При этом каждый кластер содержит по одной реплике, которая относится к противоположному классу согласно экспертной оценке лояльности участника дискуссии. Реплика участника дискуссии, который был оценен экспертами как лояльный, но отнесенная алгоритмом кластеризации к кластеру 0 (нелояльных) содержит следующее высказывание: *«Друзья, мне кажется, что мы уходим от темы. Начали с Министерства счастья, а ушли в какое-то Министерство бедности. Если вернуться к теме, то я хочу сказать, что нет понятных критериев счастья. Для одного счастье – петь под гитару в походе, а для другого – съездить на Мальдивы».*

В свою очередь, высказывание №43, которое принадлежит по оценкам экспертов нелояльному участнику, было оценено респондентами как вполне лояльное. Оно содержит следующий текст: *«Я думаю, что митинги устраивать – это не аморально, а бессмысленно. Это только время терять. Можно со многими вещами не соглашаться, но попасть в иностранные агенты и даже в тюрьму я лично считаю глупостью.»*

Распределение высказываний по кластерам согласно лояльности и нелояльности высказывания дает основание предположить различие в оценках респондентами высказываний в связи с их собственной лояльностью или нелояльностью.

Для сравнительного анализа средних значений оценок респондентами двух кластеров высказываний, отнесенных к лояльным и нелояльным, каждая оценка рассматривалась в связи с ее привязкой к номеру высказывания, номеру респондента, кластера высказывания и кластера респондента. Таким образом, была сформирована выборка из 5350 оценок. Для



проверки гипотезы о выделении кластеров респондентов в соответствии с тем, поддерживают они или не поддерживают конкретные вы-

сказывания были проанализированы средние значения оценок, представленные в таблице 2.

**Таблица 2.** Средние значения оценок лояльных и нелояльных высказываний

Кластер высказывания	Кластер респондента	Среднее значение оценок	Количество оценок
0 (нелояльные)	0 (нелояльные)	1,2	850
0 (нелояльные)	1 (нейтральные)	0,3	1825
1 (лояльные)	0 (нелояльные)	-0,88	850
1 (лояльные)	1 (нейтральные)	0,34	1825

Было обнаружено увеличение среднего значения при оценке респондентами кластера 0 – нелояльных высказываний, и понижение средней оценки для кластера 1 – лояльных высказываний, то есть респонденты кластера 0 демонстрируют согласие с нелояльными высказываниями и наоборот. Однако респонденты из кластера 1 демонстрируют схожий средний балл при оценке лояльных и нелояльных высказываний, что позволяет отнести их к группе нейтральных пользователей.

Согласно результатам применения критерия множественного попарного сравнения Тьюки к выделенным 4 группам можно отметить, что статистически значимые различия в средних значениях показаны для всех групп оценок ( $p < 0,01$ ), кроме группы 0–1 (нелояльные высказывания (0) – нейтральные респонденты (1) и группы 1–1 (лояльные высказывания (1) – нейтральные респонденты (1)) ( $p = 0,6$ ).

Показано, что оценки высказываний респондентами связаны как с полярностью высказывания, так и с отношением к нему респондента. В целом выборка продемонстрировала смещение в сторону участников, поддерживающих нелояльные высказывания ( $n = 73$ ). При этом ряд респондентов ( $n = 34$ ) продемонстрировал условно нейтральную позицию (похожие оценки как лояльных, так и нелояльных высказываний).

### Заключение

Полученные результаты позволяют сделать вывод о том, что проблема изучения ценностно-аффективной поляризации в условиях информационной неопределенности остается такой же актуальной для социальной психологии, как и во времена, когда она начала изучаться под руководством С. Московиси. Разница состоит лишь в том, что в настоящее время возникли условия, при которых ее уже нельзя рассматривать как сугубо когнитивный процесс, не принимая во внимание аффективные составляющие поляризационных социально-психологических установок. Для изучения аффективной поляризации социальных групп, которая предшествует обострению конфликтных отношений могут и должны применяться эмпирические методы. Исследование также показало целесообразность применения кластерного анализа для изучения восприятия дискуссий респондентами, которые, в соответствии с концепцией С. Московиси, могут быть отнесены к большинству населения страны.

Таким образом, приближающийся 95-летний юбилей выдающегося французского социального психолога С. Московиси, о чем шла речь в начале статьи, может быть отмечен новым витком развития его идей, теории и научной школы.

## Литература

1. Андреева Г.М. Социальная психология. М.: Аспект Пресс, 2017.
2. Гордякова О.В., Ванин А.В. Ценностно-аффективная поляризация социальных групп // Ученые записки Института психологии РАН. 2023. Т.3. № 3(9). С. 74-80.
3. Захаркин Д.Д. Классификация современных теорий личности // Психолог. 2015. № 5. С. 31-55. DOI: 10.7256/2409-8701.2015.5.16246. URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=16246](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=16246)
4. Лебедев А.Н. Аффект неопределенности и ценностно-аффективная поляризация больших социальных групп // Ученые записки Института психологии Российской академии наук. 2023. Т. 3. №1. С.3-17. DOI:10.38098/proceedings\_2023\_03\_01\_02
5. Лебедев А.Н. Прогнозирование и профилактика межличностных производственных конфликтов в условиях нововведений // Психологический журнал. Т. 13. №5.1992. С.71-79.
6. Лебедев А.Н. Советский социалистический коллектив, национальный характер и аффективно-ценностная поляризация российского общества // Советская психология: этап истории науки и менталитет / Отв. ред. А.Л. Журавлев, Д.В. Ушаков, А.В. Юревич. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2024. С. 588-625.
7. 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.
8. Лебедев А.Н., Гордякова О.В., Панфилова А.С. Феномен ценностно-аффективной поляризации больших социальных групп и методика оценки имплицитных политических установок // Экспериментальная психология. 2023. Том 16. № 4. С. 88–103. DOI: 10.17759/exppsy.2023160406
9. Лебедев А.Н. Проблемы изучения дистинктивного поведения в социодинамических системах // Материалы итоговой научной конференции Института психологии РАН. М.: - Изд-во «Институт психологии РАН», 2006. С. 125-141.
10. Лебедев-Любимов А.Н. Психология рекламы. СПб.: Питер, 2002.
11. Ленин В.И. Выборы в учредительное собрание и диктатура пролетариата. Собрание Сочинений. Изд. 5, Том 40. М.: Издательство политической литературы, 1974. С. 20-24.
12. Макаренко А.С. Коллектив и воспитание личности. М.: Педагогика, 1985.
13. Петровский А.В., Шпалинский В.В., Оботурова И.А. Психологическая теория коллектива / Под ред. А.В. Петровского. М.: Педагогика, 1979.
14. Поддьяков А.Н. Допустимо ли солгать злоумышленнику, чтобы помешать преступлению: анализ исторической полемики // Культурно-историческая психология. 2011. Том 7. № 1. С. 28-41.
15. Розанов В.В. <https://ru.citaty.net/tsitaty/642038-vasilii-vasilevich-rozanov-demokratiia-eto-sposob-s-pomoshchiu-kotorogo-khorosho/?ysclid=lx5us1dy5p371722768>
16. 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.
17. Horcajo J., Briñol P., Paredes B., Petty R.E., DeMarree K.G., See Y.M. (2022). Polarization of Attitudes as a Function of Mortality Salience: A Meta-Cognitive Analysis // Psicothema. Vol. 34, No. 2, Pp.226-232. doi: 10.7334/psicothema2021.334
18. Kruglanski A.W., Molinario E., Jasko K., Webber D., Leander N.P., Pierro A. Significance-Quest Theory // Perspectives on Psychological Science. 2022. №17(4). P. 1050-1071.
19. 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. № 4. P. 365-380.
20. Moscovici S., Zavalloni M. The group as a polarizer of attitudes // Journal of Personality and Social Psychology. 1969. Vol. 12. № 2. P. 125-135.

21. Takahashi Y., Yamagata S., Hoshino T. New trends in research on personality traits: contributions to economics and epidemiology // *Psychological research*. 2011. №82(1). P.63-76. DOI: 10.4992/jpsy.82.63
22. Wagner M., Russo L. Affective Polarization Around the World: Measurement, Causes and Consequences. 2021. URL: <https://ecpr.eu/Events/Event/PanelDetails/10463>

## THE AFFECT OF POLARIZATION UNCERTAINTY AND WAS S. MOSCOVICI RIGHT?

© Aleksandr N. Lebedev

Sc.D. (psychology), Chief Scientific Officer, laboratory of psychology of personality,  
Institute of psychology, Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia  
[lebedev-lubimov@yandex.ru](mailto:lebedev-lubimov@yandex.ru)

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

The article is devoted to the value-affective polarization study of social groups problem. It is timed to coincide with the birthday and the approaching 95th anniversary in 2025 of the outstanding French social psychologist S. Moscovici, the author of the group polarization concept. The article examines the system of concepts that describe the value-affective model of group polarization, presents the results of an empirical study of the influence of a polarized minority on the controlled majority of the group, identifies new methods on the basis of which research is conducted in this direction, in particular, method of implicit political attitudes and provocative group discussion. At the beginning of research in the 70s of the twentieth century, the phenomenon of group polarization of opinions was considered as purely cognitive. Currently, the so-called "affective polarization" is most often referred to in the socio-psychological and political science literature. The author sees this phenomenon as a process that has several stages of development. Affective polarization necessarily goes through the stage of value polarization, which makes it possible to predict its development on the basis of socio-psychological methods.

**Key words:** group polarization, value-affective polarization, minority and majority of a social group, socialist collective, Self-conscious emotions, implicit political attitudes, method of provocative group discussion, confirmation bias, Significance-Quest Theory

### REFERENCES

1. Andreeva G.M. (2017). *Social'naya psixologiya [Social Psychology]*. Moscow: Aspekt Press.
2. Gordyakova O.V., Vanin A.V. (2023). Cennostno-affektivnaya polyarizaciya social'nogo grupp [*Value-affective polarization of social groups*] // *Uchenye zapiski Instituta psixologii RAN [Proceedings of the Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences]*. V.3. № 3(9). P.74-80.
3. Zaxarkin D.D. (2015). Klassifikaciya sovremennykh teorij lichnosti [*Classification of modern theories personality*] // *Psixolog [Psychologist]*. № 5. P. 31-55. DOI: 10.7256/2409-8701.2015.5.16246. URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=16246](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=16246)

4. Lebedev A.N. (2023). Affekt neopredelennosti i cennostno-affektivnaya polyarizaciya bol'shix social'ny'x grupp [*Affect of uncertainty and value-affective polarization of large social groups*] // Ucheny'e zapiski Instituta psixologii Rossijskoj akademii nauk [*Proceedings of the Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences*]. V.3. №1. P.3-17. DOI:10.38098/proceedings\_2023\_03\_01\_02
5. Lebedev A.N. (1992). Prognozirovanie i profilaktika mezhlichnostny'x proizvodstvenny'x konfliktov v usloviyax novovvedenij [*Forecasting and prevention of interpersonal industrial conflicts in the context of innovations*] // Psixologicheskij zhurnal [*Psychological Journal*]. V.13. №5. P.71-79.
6. Lebedev A.N. (2024). Sovetskij socialisticheskij kollektiv, nacional'ny'j xarakter i af-fektivno-cennostnaya polyarizaciya rossijskogo obshhestva [*The Soviet socialist collective, national character and the affective-value polarization of Russian society*] // Sovetskaya psixologiya: e'tap istorii nauki i mentalitet [*Soviet psychology: a stage in the history of science and mentality*] / Otv. red. A.L. Zhuravlev, D.V. Ushakov, A.V. Yurevich [Ed. A.L. Zhuravlev, D.V. Ushakov, A.V. Yurevich]. Moscow: Publishing House "Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences". P. 588-625.
7. Lebedev A.N., Gordyakova O.V. (2021). Fenomen gruppovoj polyarizacii v politologii i po-liticheskoj psixologii SShA i Evropy` [*The phenomenon of group polarization in political science and political psychology USA and Europe*] // Social'naya i e'konomicheskaya psixologiya [*Social and economic psychology*]. V.6. № 4(24). P. 123-150.
8. Lebedev A.N., Gordyakova O.V., Panfilova A.S. (2023). Fenomen cennostno-affektivnoj polyarizacii bol'shix social'ny'x grupp i metodika ocenki implicitny'x politicheskix ustanovok [*The phenomenon of value-affective polarization of large social groups and the methodology for assessing implicit political attitudes*] // E'ksperimental'naya psixologiya [*Experimental Psychology*]. V.16. № 4. P. 88-103. DOI: 10.17759/exppsy.2023160406
9. Lebedev A.N. (2006). Problemy` izucheniya distinktivnogo povedeniya v sociodinamicheskix sistemax [*Problems of studying distinctive behavior in sociodynamic systems*] // Materialy` itogovoj nauchnoj konferencii Instituta psixologii RAN [*Materials of the final scientific conference of the Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences*]. Moscow: Publishing house "Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences". P. 125-141.
10. Lebedev-Lyubimov A.N. (2002). Psixologiya reklamy` [*Psychology of advertising*]. SPb.: Piter.
11. Lenin V.I. (1974). Vy'bory` v uchreditel'noe sobranie i diktatura proletariat [*Elections to the Constituent Assembly and the dictatorship of the proletariat*]. Sobranie Sochinenij. Izd. 5, V.40 [*Collected Works. Ed. 5, Volume 40*]. Moscow: Publishing House of Political Literature. P. 20-24.
12. Makarenko A.S. (1985). Kollektiv i vospitanie lichnosti [*Collective and personality education*]. Moscow: Pedagogika.
13. Petrovskij A.V., Shpalinskij V.V., Oboturova I.A. (1979). Psixologicheskaya teoriya kollektiva [*Psychological theory of the collective*] / Pod red. A.V. Petrovskogo [Edited by A.V. Petrovsky]. Moscow: Pedagogika.
14. Podd'yakov A.N. (2011). Dopustimo li solgat` zloumy'shlenniku, chtoby` pomeshat` prestupleniyu: analiz istoricheskoy polemiki [*Is it permissible to lie to an attacker in order to prevent a crime: analysis of historical polemics*] // Kul'turno-istoricheskaya psixologiya [*Cultural and historical psychology*]. V.7. № 1. P. 28-41.
15. Rozanov V.V. <https://ru.citaty.net/tsitaty/642038-vasilii-vasilevich-rozanov-demokratiia-eto-sposob-s-pomoshchiu-kotorogo-khorosho/?ysclid=lx5us1dy5p371722768>
16. Druckman J.N., Klar S., Krupnikov Y., Levendusky M., Ryan J.B. (2021). Affective polarization, local contexts and public opinion in America // *Nature Human Behaviour*. Vol. 5. P. 28-38.
17. Horcajo J., Briñol P., Paredes B., Petty R.E., DeMarree K.G., See Y.M. (2022). Polarization of Attitudes as a Function of Mortality Salience: A Meta-Cognitive Analysis // *Psicothema*. Vol. 34, No. 2, P.226-232. doi: 10.7334/psicothema2021.334

18. Kruglanski A.W., Molinario E., Jasko K., Webber D., Leander N.P., Pierro A. (2022). Significance-Quest Theory // *Perspectives on Psychological Science*. №17(4). P. 1050-1071. <https://doi.org/10.1177/17456916211034825>
19. Moscovici S., Lage E., Naffrechoux M. (1969). Influence of a consistent minority on the responses of a majority in a color perception task // *Sociometry*. Vol. 32. № 4. P. 365-380.
20. Moscovici S., Zavalloni M. (1969). The group as a polarizer of attitudes // *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 12. № 2. P. 125-135.
21. Takahashi Y., Yamagata S., Hoshino T. (2011). New trends in research on personality traits: contributions to economics and epidemiology // *Psychological research*. №82(1). P.63-76. DOI: 10.4992/jjpsy.82.63
22. Wagner M., Russo L. (2021). Affective Polarization Around the World: Measurement, Causes and Consequences. URL: <https://ecpr.eu/Events/Event/PanelDetails/10463>